

**ТЕМА НОМЕРА:
СРЕДИЗЕМНОМОРЬЕ**



Страны Средиземноморья:
силы распределились

стр. 14-20



Идеальная формула летнего отдыха
в Швейцарии

стр. 21-23



Туристический шопинг: купи-продажи
в действии

стр. 26-27

Журнал «Турбизнес на Северо-Западе»

Учредитель и издатель ООО «Турбизнес на Северо-Западе»
 Главный редактор Ирина СМИРНОВА
 Редактор Екатерина ГУБАНОВА
 Директор по маркетингу Инга ГУРОВА
 PR-связи Елена МУКОВОЗОВА
 Дизайнер Александра ГУРОВА

Адрес издателя и редакции: 191023 СПб, ул. Садовая, д. 28-30, корпус 1, офис 31Б. Тел./факс: (812) 335-0883, тел.: 8-901-310-4096, 310-3245, e-mail: tourbus@westcall.net, www.tourbusspb.ru

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс»: СПб, ул. Оптиков, 4. Тир. 3000 экз. Дата выхода 30.06.2011. Распространяется бесплатно среди предприятий туристической индустрии.

СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА

НОВОСТИ ТУРОТРАСЛИ

Одобрены поправки к закону о туристской деятельности2
 «Трансаэро» стал базовым перевозчиком в «Пулково»2
 Главой Ростуризма назначен Александр Радьков2
 Андреа Сегеди возглавила АНТОР2
 Princess Anastasia зайдет в Хельсинки2

ВОРКШОПЫ · ПРЕЗЕНТАЦИИ · КОНФЕРЕНЦИИ

Как сделать Петербург более привлекательным?4
 Бэйдайхэ – летняя столица Китая4
 «Эмирейтс» расширяет сеть4
 Тунис намерен принять 2 млн россиян5
 Свадьба в Чехии: просто, романтично, недорого5
 «От Роны к Альпам и через всю Францию»6
 Новые горизонты круизного бизнеса6
 «Япония – бесконечное открытие»7

РЕГИОН

Изборск готовится принимать гостей8
 Туристический маршрут свяжет Смоленск, Псков и Великий Новгород8
 Новый вид туризма в Великом Новгороде8
 Кижы – лучший музей России9
 К 90-летию Коми9
 На Валааме ожидается около 130 тыс. паломников и туристов9

КРУПНЫМ ПЛАНОМ

Йонас Эттлин: «Люблю жить на всю катушку»10

КОМПАНИИ

ГК «Политроника»: движение вперед11

ПЕТЕРБУРГ: ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

«Как европейский Воронеж»12
 Операторам указали место13
 Что тормозит развитие водного туризма13

ТЕМА НОМЕРА: СТРАНЫ СРЕДИЗЕМНОМОРЬЯ

Средиземноморье: борьба за лидерство14
 Новости Кипра16
 Масштабный проект реконструкции Валлетты17

РЫНКИ

Швейцарские озера. Лучшие предложения21
 Швейцарское лето в разгаре23
 Марокко: шкатулка для впечатлений24

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ШОПИНГ

Шопинг – это не только покупки26
 Каждый третий посетитель бутиков Лазурного Берега – россиянин27
 Российские туристы тратят больше всех в итальянских аутлетах27

МИРОВОЙ ГОЛЬФ-ТУРИЗМ

Гольф-туризм шагает по планете. Но почему он минует Петербург?28

ТУРЫ

Латгалия. Сюда хочется вернуться30

«ДЕТСКИЙ» ВОПРОС

РСТ провел заседание в стиле open air32

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



Одобрены поправки к закону о туристской деятельности

Комитет Госдумы по экономической политике и предпринимательству на заседании 24 июня рекомендовал нижней палате парламента принять в первом чтении законопроект, касающийся госрегулирования туристской деятельности.

Изменения в закон «Об основах туристской деятельности в РФ» предлагает внести первый заместитель председателя думского комитета по экономической политике и предпринимательству Владимир Головнев.

Документом предлагается ввести единственную форму договора между туроператором и турагентом, согласно которой турагент должен работать исключительно от имени и по поручению оператора. Также предлагается снизить размер финансового обеспечения для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма, с 10 млн до 500 тыс. руб. В пояснительной записке к документу отмечается, что за 3,5 года не зафиксировано ни одного страхового случая в сфере выездного туризма.

Автор отмечает, что документ разработан в целях защиты прав и законных интересов потребителей туруслуг в РФ. В соответствии с поправками не

допускается туроператорская деятельность юридическим лицом, сведения о котором отсутствуют в реестре, а также индивидуальным предпринимателем. Кроме того, устанавливается дополнительное основание для исключения сведений о туроператоре из единого федерального реестра — по решению арбитражного суда. В случае принятия такого решения туроператор в течение одного года будет не вправе повторно обратиться с заявлением о включении сведений о нем в реестр. Также устанавливается обязанность туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма с годовым оборотом более 100 млн руб., проводить обязательный аудит своей деятельности.

Документом также уточняется понятие «туроператорская деятельность», устанавливаются новые понятия «маршрут (туристический маршрут)» и «маршрут, представляющий повышенную опасность».

В целях устранения неоднозначности правоприменения законопроектом предлагается четко разграничить два федеральных органа исполнительной власти в сфере туризма — Минспорттуризм РФ и Ростуризм.

Интерфакс-Туризм

«Трансаэро» стал базовым перевозчиком в «Пулково»

17 июня в рамках Петербургского международного экономического форума «Трансаэро» и ООО «Воздушные Ворота Северной Столицы» подписали меморандум о стратегическом партнерстве.

В соответствии с соглашением «Трансаэро» будет расширять географию полетов, увеличивать объемы пассажирских и грузовых перевозок из аэропорта «Пулково», включая транзитный поток из Юго-Восточной Азии в Европу и Северную Америку. При этом авиакомпания на-



мерена ежегодно открывать не менее двух новых направлений из Петербурга. Для реализации этих планов «Трансаэро» будет увеличивать число своих воздушных судов, базирующихся в аэропорту «Пулково».

www.atorus.ru

НАЗНАЧЕНИЯ

Главой Ростуризма назначен Александр Радьков

Распоряжением Правительства Российской Федерации №1044-р от 20 июня 2011 г. руководителем Федерального агентства по туризму назначен Радьков Александр Васильевич.



Александр Радьков родился в 1970 г., окончил Санкт-Петербургский государственный университет, в сфере туризма работает с 1997 г. На протяжении ряда лет он возглавлял представительства ряда российских компаний за рубежом. С 2005 г. работает в аппарате Федерального агентства по туризму. В 2008 г. г-н Радьков возглавил Управление международного сотрудничества Ростуризма, 16 января 2009 г. стал заместителем руководителя, а с ноября 2010 г. — исполняющим обязанности руководителя ведомства. Имеет классный чин Советника государственной гражданской службы Российской Федерации III класса.

Андреа Сегеди возглавила АНТОР

Новым председателем Ассоциации национальных туристических офисов в России (АНТОР) избрана руководитель Бюро Советника по туризму посольства Венгрии в РФ Андреа Сегеди. На очередном заседании АНТОР за нее единогласно проголосовали представители 18 национальных туристических офисов.

Андреа Сегеди в течение последних шести лет была членом Совета АНТОР. Избрание ее председателем Ассоциации будет служить преемственности и продолжению сложившихся традиций АНТОР, а также, как полагают члены Ассоциации, может способствовать активизации работы АНТОР, учитывая большой опыт и профессионализм г-жи Сегеди.

Глава польского турофиса Анджей Сераковски, который в течение шести лет возглавлял АНТОР и при котором ассоциация получила всеобщее признание в качестве влиятельного профессионального участника туристического сообщества, остается в составе правления АНТОР в качестве почетного председателя.

На встрече также прошли выборы Совета АНТОР. Собравшиеся выразили свое полное доверие действующему составу Совета АНТОР, куда входят Кристина Ионицкая (представительство Каталонии), Энтони Каруана (представительство Мальты), Бируте Ненартавичюте (представительство Литвы) и С. Канаев (представительство Дубая), и утвердили его на новый двухлетний срок.

В связи с расширением деятельности АНТОР, которая уже включает ряд значимых мероприятий, таких, как workshop и конференция по медицинскому и доступному туризму, workshop MICE, workshop АНТОР в Петербурге, Минске и др., было принято решение расширить состав Совета. По итогам голосования новыми членами Совета АНТОР стали Георг Капуш (представительство Австрии) и Самир Сусси Риак (представительство Марокко). В состав Совета также вошел Анджей Сераковски.

/TOURBUS.RU

Princess Anastasia зайдет в Хельсинки

Компания St. Peter Line добавила в расписание парома Princess Anastasia столицу Финляндии.

Новая паромная линия получила название «Балтийские столицы». С 4 августа круизное

судно начнет курсировать по маршруту Петербург — Хельсинки — Стокгольм — Таллин — Петербург. В каждом из этих городов туристы смогут провести целый день.

Решение об изменении пути следования принято в связи с большой популярностью «Балтийских столиц». Власти Хельсинки положительно отнеслись к возможности увеличения потока русских туристов, для работы предоставлен удобный пассажирский терминал Макасини, находящийся в центре города, рядом со знаменитым Кафедральным собором.

RATA-news





Уважаемые дамы и господа!
Приглашаем участвовать в грандиозном мероприятии в Германии!!!

ОКТОБЕРФЕСТ!
17.09 – 03.10.2010
праздник пива в Мюнхене
Самый известный национальный праздник во всем мире

Оформление виз.
Экскурсионная программа.
Бронирование столов на Октоберфест в шатре Хоффрой

Официальный представитель
Messe Düsseldorf, Messe Essen
и Messe Berlin
на Северо-Западе России

СПб, Садовая 28-30,
корп. 1, офис 23
Тел.: (812) 335-08-80,
335-08-81
Факс: 335-08-82



ALLEGRO

Санкт-Петербург – Хельсинки:
быстрая смена впечатлений

Нас стало больше

Для вашего удобства поезда Allegro
теперь отправляются четыре раза
в день. С 29 мая 2011 года.

Как сделать Петербург более привлекательным?

7 июня на заседании городского правительства была принята Программа развития Петербурга как туристского центра на 2011–2016 гг. Этому событию была посвящена пресс-конференция, которая прошла в агентстве «Интерфакс Северо-Запад».

По замыслу властей, новая программа должна сделать город еще привлекательней и доступней для туристов. На ее реализацию из бюджета выделяют 872,2 млн руб. Главные задачи программы – увеличить число гостей с 5 до 8,1 млн и среднюю продолжительность их пребывания до 5 дней. В планах правительства – принятие закона о яхтенном туризме, распространение закона о 72-часовом безвизовом пребывании на территории России на пассажиров, прибывающих в Петербург на авиа- и железнодорожном транспорте, развитие сети кемпингов и хостелов, активная рекламная политика.

«Больше рекламы за рубежом, больше имиджевых



проектов за рубежом, больше программ для молодежи. Мы должны говорить во всем мире о том, что для молодежи происходит много интересного в нашем городе», – подчеркнула начальник Управления по туризму Комитета по инвестициям и стратегическим проектам Марианна Орджоникидзе. И в первую очередь молодым туристам адресована новая инициатива администрации города о возможности регистрации

брака через 2 дня после подачи заявления.

Привлечению туристов будет способствовать выход на рынок Северной столицы крупнейшей авиакомпании Emirates. По мнению вице-президента СЗРО РСТ Сергея Корнеева, ежедневные рейсы из Дубая в Петербург, которые стартуют 1 ноября, откроют наш город для гостей из Азиатского региона. «Объединенные Арабские Эмираты работают

с теми рынками, которые сегодня являются донорами по динамике роста туризма. Фактически Emirates привезет сюда туристов из тех стран, откуда сейчас больше всего растет выездной поток: Китая, Вьетнама, Индии, Таиланда. Это очень важно для диверсификации нашей туристской экономики. Мы получаем более полный рынок», – сказал он.

Член правления Российской гостиничной ассоциации Алексей Мусакин считает, что турпоток можно увеличить и до 9–10 млн человек в год, в основном за счет снижения стоимости проживания и перелета. «Причина завышенных цен в Петербурге – высокие процентные ставки и налоги, и решить эту проблему могут только федеральные власти», – отметил он. Реализация программы «Открытое небо», по мнению эксперта, позволит авиакомпаниям снизить цены в 1,5 раза.

Елена ПОПОВА

Бэйдайхэ – летняя столица Китая

9 июня в рамках визита в Петербург делегации Управления по туризму города Циньхуандао в Городском туристско-информационном центре прошла презентация курорта Бэйдайхэ, организованная туроператором «Олиана».

Бэйдайхэ, один из районов Циньхуандао, расположен на живописном берегу Бохайского залива Желтого моря на северо-востоке провинции Хэбэй в 280 км восточнее Пекина. Курорт был основан в 1898 г. С тех пор он приобрел международную известность, получив статус «одного из лучших туристических городов Китая», «самого красивого приморского города» и «летней столицы Китая».

В Бэйдайхэ – золотые песчаные пляжи, протянувшиеся почти на 163 км, мягкий климат и благоприятная экология. «Природный бар кислорода» – так называют самый большой китайский курорт, половину

территории которого занимают леса. Здесь более 400 санаториев, специализирующихся на лечении гипертонии, неврозов, респираторных заболеваний, а также на «цигун-терапии». Во всех санаториях предлагают услуги в области массажа и иглоукалывания.

Помимо оздоровления туристов ждут насыщенная экскурсионная программа: осмотр исторических памятников Великой Китайской стены – заставы Шаньхайгуань, крепости Цзяошань и храма Мэн Цзян-ной, однодневные поездки в Пекин, Чэндэ и на остров Юэйто, множество развлечений в аквапарке и центре отдыха, приятные прогулки в природном парке Билота, сафари-парке и ботаническом саду. Циньхуандао, расположенный на той же широте, что и Бордо, также прославился производством сухого красного вина, которое называют «ки-

тайским Бордо», а многочисленные виллы знаменитостей, построенные в викторианском, романском, готическом, японском, средневековом стилях, делают его музеем под открытым небом.

Для жителей Дальнего Востока Циньхуандао стал «китайским Сочи» – в 2010 г. здесь отдохнуло около 50 тыс. наших соотечественников. Предпочтения русских гостей учитываются при строительстве гостиниц: если три года назад на курорте не было ни одного «пятизвездника», то сейчас их уже четыре и строится еще семь. В июне здесь открылся культурно-досуговый центр для туристов из России, который способен одновременно вместить более 2 тыс. человек. Новый центр площадью 12 тыс. кв. м включает ресторан традиционной русской кухни, дискотек, банкетный зал для свадеб, зал заседаний; также в нем будут оказывать оздоровительные услуги. Все туристические службы курорта организуют для своего персонала курсы русского языка. В Бэйдайхэ есть русскоязычная реклама, русские рестораны, дома, построенные в русском стиле. Недаром курорт называют «китайским домом для русских туристов». Желанными гостями в нем будут и петербуржцы, для которых авиакомпания «Трансаэро» 28 мая открыла регулярные еженедельные рейсы по маршруту Петербург – Пекин.

Елена ПОПОВА

«Эмирейтс» расширяет сеть

Укрепляя свои позиции на российском рынке, авиакомпания «Эмирейтс» откроет рейс в Санкт-Петербург. Прямой рейс в Северную столицу будет выполняться ежедневно, начиная с 1 ноября 2011 г., на Airbus A340-300 и A330-200 в компоновке с Первым, Бизнес и Экономическим классами.

Рейс EK137 будет вылетать из Дубая в 10:35, совершая посадку в Петербурге в 16:15. Обратный рейс EK138 будет вылетать из Северной столицы в 17:45, совершая посадку в международном аэропорту Дубая в 00:35.

«Эмирейтс» начала полеты в Россию в 2003 г., с открытием рейса в Москву, и сегодня выполняет два ежедневных рейса из аэропорта Домодедово.

«Мы видим огромный потенциал в российском рынке, и успех рейсов в Москву свидетельствует о высоком спросе на наши услуги в России, – отметил Его Высочество Шейх Ахмед бин Саид Аль-Мактум, глава «Эмирейтс» и «Эмирейтс Групп». – Мы давно рассматривали возможность открытия прямого рейса в Санкт-Петербург и уверены, что выбрали правильный момент для начала полетов. Город ежегодно посещает множество туристов».



Тунис намерен принять 2 млн россиян

22 июня в гостинице Grand Hotel Emerald Тунисское национальное представительство по туризму в России в рамках roadshow провело рабочую встречу с петербургскими туроператорами и журналистами.

«В период с 2000 по 2010 г. турпоток россиян в Тунис увеличился в 10 раз — с 20 до 200 тыс. человек. Если динамика сохранится, то через 10 лет страна примет 2 млн россиян», — заявил, открывая мероприятие, заместитель министра по торговле и туризму г-н Слим Шекер (на фото).

Туризм составляет 7 % ВВП Туниса и обеспечивает населению 400 тыс. рабочих мест. В 2010 г. страну посетили 7 млн туристов, что принесло доход в \$2,5 млрд. Среди европейских гостей первое место занимают французы (1 млн 400 тыс.), второе — немцы (480 тыс.), третье и четвертое делят итальянцы и англичане (по 350 тыс.), а россияне находятся на пятом. По мнению Слима Шекера, вскоре наши соотечественники займут более высокую позицию.

Предпосылки для этого есть. В ближайшие три года Россия будет для Туниса приоритетным рынком. Рекламный бюджет на продвижение Туниса в нашей стране, который в 2010 г. составлял около 600 тыс. евро, в этом году увеличен примерно на треть. Как отметил руководитель Тунисского национального представительства по туризму в России г-н Абдеразак Аззузи, в ближайших планах — проведение рекламной кампании на радио, телевидении и в Интернете.



Тунис — круглогодичное направление и помимо роскошных пляжей может привлечь россиян талассоцентрами, которые считаются лучшими в мире, путешествиями по Сахаре, историческими достопримечательностями, гольф-полями, ночными развлечениями и шопингом. Росту турпотока будет способствовать увеличение числа регулярных авиарейсов: национальный перевозчик Tunis Air открывает два рейса из Москвы, а компания Nouvel Air планирует организовать регулярный рейс из Петербурга в Монастир. Всего в этом году в Тунис из России будет выполняться 31 чартерный рейс в неделю.

Ежегодно в Тунисе отдыхают около 100 тыс. петербуржцев. По словам президента Федерации отельеров города Сус г-на Хитема Идрисса, «это не случайно — петербуржцы оценили дружелюбие и гостеприимство тунисцев и высокий уровень сервиса».

Елена ПОПОВА

Свадьба в Чехии: просто, романтично, недорого

21 июня в генеральном консульстве Чешской Республики в Петербурге состоялся свадебный семинар, организованный Национальным туристическим управлением Чехии. В мероприятии приняли участие директор представительства CzechTourism в РФ г-жа Моника Лингартова и лидеры свадебного туризма — туроператоры UTS Prague, «Веди Тур Групп» и «Злата Прага».

Как отметила г-жа Лингартова, свадебный туризм — важное направление работы CzechTourism, потому что Чехия — идеальная страна для проведения свадеб. Организовать бракосочетание здесь очень просто: демократичное законодательство позволяет иностранным гражданам вступить в брак в предельно короткие сроки. Свидетельство о браке, заключенном в Чешской Республике, признается Россией и другими странами.

К услугам молодоженов — свадебные церемонии в Старогородской Ратуше, дворцах Алипранди и Пражский



Град, дворцовых садах в центре столицы, в ближних замках Карлштейн, Конопшште, Шато Барокко и Збирог, а также в замках Сихров, Чешский Крумлов и Глубока над Влтавой, находящихся в 100–180 км от Праги. В замках можно устроить настоящую средневековую свадьбу — с шествиями, факелами, рыцарскими турнирами, фанфарами, танцами и играми, пиршествами и праздником молодого вина. Венчание в православном соборе Святых Кирилла и Мефодия в Праге или соборе Святых Первоверховных Апостолов Петра и Павла в Карловых Варах станет кульминацией торжества. Из Чехии, расположенной в центре Европы, удобно отправляться в свадебное путешествие — в Вену, Будапешт, Дрезден, Берлин.

В свадебный пакет включены оформление документов, услуги водителя, фотографа, визажиста, парикмахера, флориста, кондитера, а также организация свадебного банкета по стандартному или индивидуальному сценарию, фейерверка, полета на воздушном шаре и т. д. Все услуги оказываются на русском языке. Стоимость пакета — от 1550 евро.

Пионер свадебного туризма в нашей стране — туроператор UTS Prague, имеющий представительство в Москве. В 2001 г. компания организовала первую свадьбу россиян в Чехии, в 2005-м — сто, а в 2010 г. — уже триста свадеб.

Екатерина ГУБАНОВА



МОРСКИЕ КРУИЗЫ

PAC GROUP

www.pac.ru, www.gocruise.ru

ПРИГЛАШАЕМ В ИЗУМРУДНЫЙ КРУИЗ ПО УНИКАЛЬНЫМ МЕСТАМ
МУЗЫКА ФЬОРДОВ И ГОРОДА БАЛТИКИ - 14.07.11 И 28.07.11



(812) 603-22-80



«От Роны к Альпам и через всю Францию»

Рабочая встреча под таким названием, организованная Агентством по развитию туризма Atout France, состоялась 31 мая в отеле Courtyard St. Petersburg Center West/Pushkin Hotel. Представители турбизнеса региона Рона-Альпы и Лазурного Берега познакомили петербургских коллег с последними новостями.

Так, в регионе Рона-Альпы, где прошлой зимой покоряли горнолыжные трассы примерно 35 тыс. россиян, намерены

увеличить летний турпоток, предложив путешественникам спортивные, оздоровительные, гастрономические, экологические и культурные программы. Например, этим летом для гостей курорта Мерибель пройдут тематические недели – здоровья и красоты, воздуха и ветра, музыки, культурного наследия, горного велосипеда и гольфа. На термальном курорте Эвиан разработаны две новые программы: лечебная – для людей

с болезнями позвоночника и опорно-двигательного аппарата и оздоровительная – для туристов, нацеленных на здоровый образ жизни.

К летнему сезону в Куршевелле открылась новая резиденция Le Golf (47 апартаментов), а на курорте Флэн – резиденция La Foret (131 апартамент). Они принадлежат группе Pierre & Vacances Center Parcs, которая является европейским лидером по аренде резиденций. К зимнему сезону 2011/12 на курорте Авориаз Pierre & Vacances откроет жилой комплекс, состоящий из 475 апартаментов уровня 3 и 4*. Начиная с июля 2012 г. гости резиденций смогут расслабиться в новом аквапарке Aquagiaz площадью 2 тыс. кв. м. Здесь к их удовольствию будут «ленивая» речка, сайдвиндер, искусственная скала, водопады и горки.

Курорт Антибы – Жуан ле Пен, один из самых престижных во Французской Ривьере, ежегодно выбирают местом отдыха 200 тыс. туристов, и

около 20 тыс. из них – это россияне. Путешественников привлекают белоснежные пляжи и роскошные отели на «мысе миллионеров», исторические памятники и Музей Пикассо, джазовые фестивали, аквапарк и океанариум. С открытием в 2012 г. Центра конгрессов модный морской курорт станет местом не только отдыха, но и деловых встреч бизнес-элиты.

В воркшопе приняли участие турофисы, отели, туроператор Odalys Vacances, компания Pierre & Vacances, торговый центр Galeries Lafayette, Железные дороги Франции Rail Europe, аэропорт Лиона, а также авиакомпания Air France, которая в 2011 г. подписала с авиакомпанией «Россия» специальное соглашение о совместной эксплуатации воздушной линии Петербург – Париж – Петербург, предусматривающее введение дополнительной частоты и свободную продажу мест на рейсы обеих компаний по системе free-flow.

Екатерина ГУБАНОВА



Новые горизонты круизного бизнеса

18 июня компания «Инфлот» провела презентацию нового лайнера «Марина» круизной компании Oceania Cruises, а Петербург впервые удостоился чести принять участие в премьерном показе суперсовременного лайнера категории «премиум». Марина – именно новый, а не реновированный лайнер, что само по себе явление редкое и значимое в элитном сегменте круизного рынка.

Белоснежный гигант длиной 238 м, шириной 32 м и водоизмещением 66 тыс. т «появился на свет» в Италии в январе 2011 г. На нем с необычайным комфортом могут разместиться 1258 пассажиров. Следует отметить, что, за исключением лишь 18 внутренних кают, все остальные имеют балконы или иллюминаторы на всю стену...

С первого взгляда лайнер поражает красотой и роскошью отделки. Использование в интерьерах натуральных материалов, таких, как тиковое дерево, кожа и гранит, создает атмосферу безмятежного спокойствия и уюта. Полы покрыты красивыми коврами из натуральной шерсти, а мебель блестит кожаной обивкой, облагораживая общее пространство. Внутреннее убранство лайнера создает иллюзию того, что время замедлило ход.

Кухня шести элитных ресторанов, меню которых разработано под руководством известного шеф-повара Jaques Pipin, является образцом безупречного вкуса, изящества и здорового питания: блюда могут быть кошерными, безлактозными, бессолевыми,

диетическими, диабетическими и т. д.

Политика компании направлена в первую очередь на прием семейных пар. Здесь нет активной детской или анимационной программы. Путешествие на таком лайнере рекомендовано всем, кто хочет отдохнуть полноценно и без лишнего шума. К особенностям судна необходимо отнести наличие специальных студий живописи и художественной лепки, где гости могут провести время не только с удовольствием, но и с пользой для себя. Кроме того, на «Марине» имеется внушительных размеров зал, оборудованный рабочими местами для проведения мастер-классов высокой кухни под руководством шеф-повара. Показательные выступления могут длиться от

часа до трех в зависимости от сложности исполнения того или иного вкусного шедевра. Расширять свой кругозор и одновременно уединиться в дружественной атмосфере «пиквического клуба» позволит роскошная библиотека, выдержанная в старинных английских традициях, а также уникальная сигарная комната, без которой VIP-круиз не круиз. Остается добавить, что лайнер оснащен современным высокотехнологичным тренажерным залом, SPA-комплексом с бассейном и множеством коктейль-холлов и баров.

Компания «Инфлот» уверена в том, что современным романтикам, независимо от возраста, эта круизная концепция придется по душе.

Сергей ЛУГОВОЙ



«Япония – бесконечное открытие»

15 июня состоялся информационный семинар «Япония – бесконечное открытие», организованный Агентством путешествий «РОССИТА», компанией «НЕОТУР» и японскими туроператорами JATM и JRTS при поддержке генерального консульства Японии в Санкт-Петербурге и Японского Центра в Северной столице.



Мероприятие открыл приветственным словом директор Японского Центра г-н Хироо Танэмура. Он подчеркнул, что цель семинара – дать объективную оценку ситуации в стране и вернуть интерес к Японии.

Как известно, в марте в Японии случилась страшная трагедия – землетрясение, цунами и серия аварий на АЭС «Фукусима-1». Более 15 тыс. человек погибло, более 8 тыс. пропало без вести, около 102 тыс. человек было эвакуировано. Надо отдать должное мужеству, стойкости и организованности японского народа. С первого дня власти страны стали осуществлять строгий мониторинг уровня радиации, привлекая независимых специалистов из международных организаций. На высоком уровне, с публикацией всех данных в Интернете, было организовано информирование населения. Для иностранных туристов открылась круглосуточная «Горя-

чая линия». Информационный центр Национальной туристической организации Японии (JNTO) оказывал необходимую поддержку на нескольких иностранных языках 24 ч в сутки. Был организован поиск пропавших туристов по заявлениям. Спустя всего месяц после катастрофы были восстановлены автобуса и железнодорожная линия Тохоку, а в конце апреля – аэропорт Сендаи.

«Однако, освещая события, журналисты не всегда были объективны», – отметил генеральный директор компании «НЕОТУР» Ренат Камалов, который сам находился в Японии в дни стихийного бедствия. Главное заблуждение наших соотечественников состоит в том, что последствия аварии на АЭС распространились по всей территории Японии. В действительности основные туристические центры – Токио, Хаконэ, Киото, Нара – расположены на значительном удалении от

района Тохоку и никак не пострадали.

В Японии март и апрель – традиционно высокий сезон: полюбоваться цветением сакуры приезжают тысячи иностранных туристов. В 2010 г. на этот период пришлось 26 % всех зарубежных прибытий в страну. В этом году, по данным JNTO, в марте въезд иностранных туристов в Японию сократился на 50 %, а в апреле – на 62 % (до 262 тыс. человек). Чтобы исправить ситуацию, была принята национальная программа «Посетите Японию». С марта началось распространение информации о ситуации в стране, с апреля – промоакции, направленные на восстановление турпотока: организация ознакомительных поездок, совместное продвижение турпродукта, кампания по восстановлению имиджа Японии как привлекательной для туризма страны. Сегодня каждый регион пропагандирует идею о «силе Японии» через туризм, японцы не отказываются от путешествий по стране и, проявляя солидарность, едут в район Тохоку для участия в восстановительных работах.

18 апреля МИД РФ сообщил, что обстановка в Японии после произошедшей 11 марта природно-техногенной катастрофы постепенно нормали-

зуется, россиянам можно посещать страну, за исключением пострадавших районов. После этого турпоток из России в Японию стал постепенно восстанавливаться, в первую очередь за счет деловых путешественников. Как отметил представитель туроператора JATM В. Е. Быстров, если с 15 марта по 15 апреля в генеральном консульстве Японии в Петербурге было выдано 47 туристических виз (в 1,5 раза меньше, чем за аналогичный период 2010 г.), то с 15 апреля по 15 мая – уже 69 виз. Роста бронирований можно ожидать осенью, когда россияне отправятся любоваться на красные клены, и весной, в сезон цветения сакуры.

Однако, по мнению экспертов, восстановление турпотока не произойдет само собой. Поэтому на повестке дня – организация информационных семинаров и ознакомительных поездок, формирование низкобюджетных турпакетов с проживанием в отелях от 2* (стоимость номера от \$42 с завтраком), участие в выставке Inwetex сетевых отелей Японии, возобновление в 2012 г. прямых рейсов из Петербурга в Токио авиакомпании «Трансаэро». И конечно, новые интересные программы, в том числе для молодежи и пенсионеров.

Екатерина ГУБАНОВА



Вылет из Санкт-Петербурга!

АВИАБИЛЕТЫ по цене ЖД

КРЫМ от 5500
АНАПА от 5525
ГЕЛЕНДЖИК от 5525*

* Цены указаны в одну сторону при покупке билетов «туда-обратно». Доплаты и сборы включены.

Ст. м. «Садовая», «Сенная пл.», «Спасская»,
ул. Ефимова, д. 4А, оф. 400, тел.: 324-70-91.

Ст. м. «Канал Грибоедова»,
ул. Большая Конюшенная, д. 27, оф. 300, тел. 314-20-75

www.expotour.spb.ru

При поддержке: 

XV Международный Лыжный Салон

ВЫСТАВКА-ПРОДАЖА туристических путевок, спортивных товаров и услуг

15–16 октября 2011

ОРГАНИЗАТОР ВЫСТАВКИ  **САНКТ-ПЕТЕРБУРГ**
Ресторан «МОСКВА»
Гостиница «МОСКВА»
площадь Александра Невского, д. 2,
вход с Синопской набережной.
м. «Площадь Александра Невского»



Генеральный радио спонсор 
«Салон-Генератор»
FM 91.5 MHz

Генеральный информационный спонсор 
СПОРТОВАРЫ
ПЕТЕРБУРГСКИЙ ЖИЗНЬ!

Генеральный Интернет-партнер 
SKI.SPB.RU
СЕТЬ РЕСТОРАНОВ И ГОСТИНИЦ

Информационные спонсоры 

Генеральный радио спонсор 
«Салон-Генератор»
FM 91.5 MHz

Генеральный информационный спонсор 
СПОРТОВАРЫ
ПЕТЕРБУРГСКИЙ ЖИЗНЬ!

Генеральный Интернет-партнер 
SKI.SPB.RU
СЕТЬ РЕСТОРАНОВ И ГОСТИНИЦ

Информационные спонсоры 

Пригласительный билет
дает право на 50% скидку на входной билет на выставку

СКАЧАЙ БИЛЕТ С САЙТА WWW.SKISALON.RU

Изборск готовится принимать гостей

В Псковской области активно развивают событийный туризм. В календаре событий июня были и 45-й Всероссийский Пушкинский праздник поэзии в Михайловском, и традиционный праздник воздухоплавания в Великих Луках, собравший в этом году воздухоплателей не только из России, но и из ближнего зарубежья, и праздник средневековой культуры в Изборске.

К последнему событию — особое отношение, по сути это — репетиция торжественных событий, посвященных 1150-летию старинного городка крепости, которое будут отмечать 8–10 сентября 2012 г.

Поскольку празднованию юбилея Изборска придан федеральный статус, в Псковской области ожидается много гостей. Кроме туристов, привлеченных программой праздника, в область приедут министры стран Балтийского региона, чтобы совместно с псковичами разработать инвестиционные программы, направленные на благоустройство дорожной и туристической инфраструктуры приграничной зоны.

А пока в Псковской области считают собственные инвестиции. Так получилось, что сумма средств, выделенная на подготовку и празднование юбилея древнего города-крепости, несколько раз уточнялась. Первоначально предполагалось выделить более 4 млрд руб. Но



весной губернатор Псковской области Андрей Турчак уточнил, что общий объем финансирования 1150-летия Изборска составляет 6 млрд руб., из которых почти 3 млрд руб. выделит федеральный бюджет, 1,5 млрд — региональный, еще 1,5 млрд руб. дадут внебюджетные источники. Основной акцент сделан на реставрацию крепости и создание удобной инфраструктуры для туристов.

Сейчас в Старом Изборске полным ходом идут реставрационные и археологические работы. Крепость к юбилею изменится, уверена Наталья Дубровская, директор Государственного музея-заповедника «Изборск». Изменится и терри-

тория вокруг нее. Сувенирные лавки приобретут более цивилизованный вид, откроются кафе и гостевые домики, будет сдана вторая очередь гостиничного комплекса «Изборск», который возводит на полпути от Рижского шоссе к музею московский инвестор. Первую очередь отеля открыли для туристов в мае, и сразу — аншлаги.

Надо признать, что инвестор бережно отнесся к зданиям, в которых расположился новый отель. Усадьбы купцов Белянина и Гаршека (конец XIX — начало XX в.) были отреставрированы, и только «внутренняя начинка» зданий поменялась. В них появились уютные стандартные номера, ресторан,

конференц-зал, зал для занятий спортом. Строительство второй очереди комплекса продолжается, когда оно закончится, отель сможет принимать одновременно 75 туристов.

Выросли недалеко от крепости и гостевые домики, также построенные на средства частного инвестора. Они расположены так, что из их окон открывается вид на Мальскую долину, что делает их особенно привлекательными. Обновилась мини-гостиница «Изборск». В летний сезон почти все объекты размещения в Изборске заняты, потому открытие нового гостиничного комплекса может решить проблему размещения, в том числе транзитных туристов. Через Печорский район, на территории которого находится Изборск, проходят автобусные маршруты в Москву и Петербург в Эстонию и Латвию. Поток автотуристов растет, а с развитием инфраструктуры Изборска есть реальный шанс предложить транзитным пассажирам сделать на пути следования еще одну остановку.

До юбилея Изборска остался год. Достроить и привести в порядок еще предстоит многое. Особенно дороги. А вот в чем сегодня недостатка нет, так это в проектах реконструкции событий на земле древней крепости. К юбилею наверняка будут новые проекты, а пока в июле ждут гостей на фестиваль «Исаборг», а в августе — на знаменитый «Железный град».

Елена МУКОВОЗОВА

СРЕДСТВА ФЕДЕРАЛЬНОГО БЮДЖЕТА, НАПРАВЛЕННЫЕ НА ЮБИЛЕЙ ИЗБОРСКА

330 млн руб. выделено на реставрацию ансамбля Изборской крепости,
248 млн руб. — на реконструкцию дорожной сети Изборска,
80 млн руб. — на строительство фондохранилища.

Из распоряжения правительства РФ
«О праздновании 1150-летия основания Изборска»

Туристический маршрут свяжет Смоленск, Псков и Великий Новгород

В Смоленске прошла презентация проекта межрегионального туристического маршрута «К истокам Руси», который соединит Смоленск, Псков и Великий Новгород.

Чиновники соответствующих ведомств из трех регионов провели рабочие встречи, намечено подписание трехстороннего соглашения о сотрудничестве в сфере туризма, и каждый регион уже сейчас прорабатывает свою часть маршрута.

Авторы проекта хотят использовать два главных туристических центра России — Москву и Петербург. Ежегодно их посещают 20 млн туристов, при этом немалая их часть знакомится с обеими столицами. Можно преодолеть это расстояние на «Красной стреле», но авторы межрегионального проекта рассчитывают, что многие туристы охотно проедут



этот путь на автобусе, посетив по дороге три древних русских города.

В ходе детальной проработки программы шестидневного маршрута истории и географы не стали концентрироваться только на объектах, связанных с истоками Руси, а включили в маршрут и современные объекты — например, осень в Демидове откроются памятник уроженцу этих мест, великому

артисту Юрию Никулину, и его дом-музей. Тут же находится имение Михаила Глинки Новоспасское, посещение которого можно считать путешествием к истокам русской классической музыки. Тут же — Талашкино, Пушкиногорье, Северная Ладога, Изборск и многое-многое другое.

Расчетная стоимость такого путешествия пока укладывается в 13 тыс. руб. с учетом питания и размещения. Есть технические проблемы: нужно привести в порядок участок дороги на территории Смоленской области. Тем не менее, туроператоры заинтересовались идеей и готовы предлагать продукт на рынке, а это значит, что путешествие «К истокам Руси» может оказаться не только интересным, но и коммерчески выгодным.

RATA-news

Новый вид туризма в Великом Новгороде

17 июня в Великом Новгороде открылся Клуб любителей квадроциклов и мотовездеходов «YAMAHA — Великий Новгород».

Организаторами клуба выступили Центр развития туризма «Красная Изба» и компания «ФиберБот», авторизованный дилер «YAMAHA МОТОР Си-Ай-Эс» по Великому Новгороду и Новгородской области.

В планах организаторов — разработать туристские маршруты по окрестностям Великого Новгорода и Новгородской области для владельцев квадроциклов и мотовездеходов. Продолжительность маршрутов будет варьироваться от нескольких часов до нескольких дней. Организаторы клуба надеются, что владельцы этого вида транспорта будут приезжать на Родину России со всего Северо-Запада, чтобы встретиться с единомышленниками и просто отдохнуть.

«Красная Изба»

Кижы – лучший музей России

В июне в Москве прошел XIII фестиваль «Интермузей-2011» – один из самых крупных музейных форумов мира, в котором приняли участие 150 российских и впервые – 50 зарубежных музеев. По его итогам музей-заповедник «Кижы» получил Гран-при и был признан лучшим музеем страны в 2011 г.

На фестивале музей «Кижы» представлял проекты во всех предложенных номинациях. В номинации на лучшую организацию музейного хранения «Хранение как искусство» был представлен проект «Комплексная защита объектов Кижского погоста». В номинации «Экспонат в фокусе. Новый взгляд на старую коллекцию» – проект «Кижанка – лодка острова Кижы. Возрождение». В номинации «Музей – уважаемый участник рынка интеллектуальных услуг» был подготовлен проект «Народный праздник и кижский сувенир. Традиционная культура как ресурс формирования музейных услуг».

Эту награду музей в год своего 45-летия получил также



за многолетние успехи во всех главных направлениях своей деятельности – реставрационной, экскурсионной, фондовой, собирательской, музейно-образовательной.

Сегодня в музее получили широкое развитие фандрайзинг, проектная деятельность, информационные технологии, издается своя газета. По итогам развития информационных технологий музей «Кижы» в 2012 г. будет принимать международную конференцию АДИТ-2012. За успехи музея его директор Эльвира Аверьянова недавно была награждена почетной медалью ЮНЕСКО.

www.atorus.ru

К 90-летию Коми

22 августа в селе Иб (Ыб), история которого насчитывает 600 лет, откроется финно-угорский этнографический парк. Он станет главным туристическим центром Республики Коми.

Открытие парка приурочено к 90-летию республики. Завершена первая очередь строительства: готовы отель, ресторан финно-угорской кухни, сувенирная лавка и самый большой

в Коми конференц-зал. В рамках церемонии открытия состоится межрегиональный фестиваль «Ыбница». Полностью комплекс заработает через три года. На территории более 100 га расположатся этнодеревня, сад скульптуры, музей национальной игрушки, летний театр, интерактивный археологический музей «Легенды чуди» и др.

По инф. СМИ

На Валааме ожидается около 130 тыс. паломников и туристов

По прогнозам, около 130 тыс. паломников и туристов посетят Спасо-Преображенский Валаамский монастырь в этом сезоне. Впервые при монастыре откроется Летняя гостиница, которая привлечет дополнительное число гостей.

Туристы и паломники чаще всего выбирают краткосрочные программы пребывания на Валааме: наибольшим спросом пользуются однодневные поездки, а также двух- и трехдневные паломнические программы на выходные дни.

Сейчас ведутся широкомасштабные работы по восстановлению деревянной монастырской пристани и по благоустройству прилегающей к ней территории в Монастырской бухте. Монастырь планирует завершить ремонт интерьера храма Никольского скита и верхнего храма скита Всех святых, а также ремонт резной позолоченной сени, которую установят над ракой преподобных Сергия и Германа Валаамских Чудотворцев.

Интерфакс



www.cruise-vodohod.ru
www.vodohod.spb.ru
режим работы - круглосуточно

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН

речных КРУИЗОВ

просто выбрать - легко купить!

ТУРАГЕНТ!

открой свой кабинет
в сети интернет!

ВАЛААМ, КИЖИ, ПЕТРОЗАВОДСК, МАНДРОГИ, ВСЯ ВОЛГА



Круизная компания
Водоходъ
Санкт-Петербург

Центры продаж круизов:

☎ «Пролетарская», пр. Обуховской Обороны, 209.

☎ «Площадь Восстания», ул. 2-я Советская, д.7А.

Телефоны: (812) 740-58-58; (812) 60-50-333

Йонас Эттлин:

«Люблю жить на всю катушку»

Каким мы обычно представляем себе чиновника, пусть даже и работающего в сфере туризма? Строгим, сдержанным и донельзя официальным — не подступится. Однако Йонас Эттлин, директор Офиса по туризму Швейцарии в России, вовсе на этот образ не похож.

Везде, где появляется этот улыбчивый человек, он становится душой компании. При чем это происходит независимо от того, общается ли он с русскими или иностранцами. — Йонас Эттлин со всеми находит общий язык. По-русски он говорит отлично, хотя, как выяснилось, его «правильным» освоением почти не занимался.

— Как Вам удалось настолько хорошо освоить наш, не самый простой язык?

— Спасибо за комплимент! — улыбаясь, отвечает Йонас. — Сначала я пробовал изучать русский так, как это происходит обычно, но мне не понравилось. И тогда стал учить язык самостоятельно, прислушиваясь к людям, говорящим вокруг меня. Слушал, повторял — и вместе с другими смеялся над теми ошибками, которые делал. В действительности нет лучшего варианта для освоения языка, чем наличие вокруг веселых людей. Я не учил грамматику русского языка по учебникам, однако составил свою собственную, и она, кажется, работает вполне прилично. По-моему, я изобрел мой собственный русский, который в результате очень похож на настоящий...

— Вы уже довольно давно живете в России. А что такое, по-вашему, русская душа?

— Скорее — это высоко оцененный миф. Не странно ли, что это выражение употребляется только тогда, когда говорят с иностранцами? На самом деле русская душа — своего рода потребность в идентификации, вполне объяснимое желание быть отличным от других. Русские не хотят быть ни европейцами, ни выходцами из Азии: русские — русские! И это вполне естественно — искать какие-то общие вещи, определенные менталитетом и культурой. А еще говорят, что у русских душа «глубокая»... Это верно, потому что вы, перед тем как стать ближе, иногда предпочитаете держать человека на дистанции. Поэтому подчас русские кажутся даже «холодными». Однако, если отношения с ними складываются, они могут быть очень личными и глубокими, вполне отвечающими менталитету и культуре. Латиноамери-

канцы, например, хотя и кажутся «теплыми» и очень открытыми, впоследствии наоборот не идут на контакт или глубокие отношения. Поэтому я предпочитаю «русскую душу».

— В каких уголках России Вам нравится бывать?

— Я люблю такие города, как Ростов, Екатеринбург, Петербург. Петербург в этом ряду занимает первое место, так как люблю и его, и особенно людей, живущих в нем. Только, пожалуйста, не говорите об этом моим московским друзьям... — смеется Йонас.

— А что насчет русской кухни? Или швейцарская все же предпочтительнее?

— Хорошо и то, и другое. Очень люблю русские супы и, конечно, блинчики, сырники и оладьи. Но больше всего мне понравилась строганина из замороженной стерляди, которую я пробовал в Томске. С моей точки зрения, это кушанье для настоящих гурманов, и вовсе неудивительно, что оно было любимым блюдом царей. Но в Швейцарии тоже есть разные вкусности: я, например, люблю выпить стакан хорошего вина и добавить к нему что-то из огромного разнообразия великолепных швейцарских сыров.

— Как случилось, что Вы стали работать в туризме?

— Сначала я намеревался изучать инженерное дело или журналистику, а на втором плане у меня была энология — наука о создании вина. Но в конце концов решил пойти изучать туризм и маркетинг в прекрасном Санкт-Морице. Однако, прежде чем начать обучение по этим специальностям, получил дипломы как альпийский лыжный инструктор и профессиональный бармен... Потом я окончил институт, получил дипломы о знании нескольких иностранных языков (пяти) и окончил ряд курсов, посвященных менеджменту и лидерству. Но тягу к работе в туризме я, наверно, ощутил задолго до получения всех этих знаний.

— И когда же?

— С детства люблю вести активный образ жизни. Начал ходить на лыжах рядом с нашим домом, когда мне было всего 4 года. Из прошедших потом 26 зим не было ни одной, когда бы я не провел нескольких дней в Альпах, Андах или на Кавказе. И не представляю себе, как можно жить без любимого хобби. Однако для меня лыжный спорт — это не только спортивные состязания и получение некоторой доли адреналина, но



и возможность оказаться в красивейших местах, весело провести время с друзьями. И конечно, катание на лыжах — это просто особый вид искусства, который очень красив. Люблю и другие активные виды отдыха: езду на велосипеде, горный туризм, теннис, кайт-серфинг и т. д. Но я не заиклен на них и нередко тяготею к музыке. Поэтому каждый год езжу в Швейцарию лишь для того, чтобы посетить проходящие там на открытом воздухе большие фестивали музыки, на которых всегда царит очень дружественная атмосфера.

— Похоже, что для Вас дружеские отношения с окружающими значат очень много...

— Это действительно так. Что бы вы ни делали, поступки всегда должны быть этичными и не приносить вреда окружающим. В моей жизни было несколько неожиданных поворотов (например, таких, как отъезд в Аргентину или Россию), но я всегда старался делать что-то, уважая интересы и предпочтения каждого из окружающих меня людей и избегая любых неприятностей, которые могут доставить им мои действия. Независимо от того, что вы предпринимаете, это должно быть этично. Таков мой принцип и в работе, и в жизни.

— Как Вы думаете, почему люди путешествуют?

— Есть различные категории путешественников. Первые — те люди, которые ездят ради интереса. Они хотят открыть для себя какую-то тайну, найти что-то новое, неизвестное им. К сожалению, это не наибольшая группа. Вторые — те, кто хочет убежать от повседневности. Эти обычно проводят отпуск на всю катушку, но по возвращении домой нередко впадают в депрессию. А третьи — те люди, которые путешествуют для статуса и признания. Они ездят для того, чтобы делать фотографии и приобрести что-то, о чем можно было бы говорить, возвратившись домой...

— А Вы хотите, чтобы въездной поток в Швейцарию из России стал по-настоящему массовым?

— Нет! Швейцария никогда не была и никогда не будет массовым направлением туризма. И тем она как раз и хороша...

— У Вас, как у истинного швейцарца с почти русской душой, наверняка есть какая-то любимая русская цитата...

— Хорошо там, где нас нет...

Владимир СЕРГАЧЕВ



ГК «ПОЛИТРОНИКА»: движение вперед

В год своего 20-летия Группа компаний «ПОЛИТРОНИКА» сделала еще один качественный шаг вперед

13 июня 2011 г. Группе компаний «Политроника» исполнилось 20 лет. Если посмотреть на число «20» как на возраст, то однозначно можно сказать: молодье. Но если на этот возраст посмотреть сквозь призму тех событий, которые бушевали в нашей стране в эти годы, то становится абсолютно очевидно: зрелые. «Политронику» можно назвать «авторским проектом». Эту компанию создал с нуля, выпестовал и вывел из разряда небольшого кооператива в категорию среднего бизнеса Михаил Максович Ерихов. Яркий пример того, что за рубежом принято называть *selfmade man*. Вызывает уважение список его должностей и степеней: президент ГК «Политроника»; директор Научно-учебного центра гибких образовательных технологий при Государственном политехническом университете; заведующий кафедрой «Технологии комплексных инноваций»; доктор технических наук, профессор.

— Уважаемый Михаил Максович, что было первично в истории становления Вашего бизнеса: конкретная идея, случай? Когда Вы начинали, обладали ли теоретическими знаниями, как сделать бизнес успешным, — ведь в России в те годы еще не было такой бизнес-среды, которая позволила бы избежать, как говорится, «лишних телодвижений»?

— Даже если у Вас есть конкретная идея, работать по схеме не получается. Должно быть озарение, интуиция. Только собственный уникальный опыт позволяет выстраивать сложные комбинации в бизнесе. Я был сначала студентом Политеха, потом — научным сотрудником. Началось время, когда перед всеми нами стоял простой житейский вопрос: как выживать? Обладая определенными знаниями в области транспортных технологий, мы начали искать заказы на изготовление оснастки для автопредприятий. Ситуация в то время позволяла размещать заказы частями на небольших площадках. В момент, когда в стране не стало денежных средств, я вынужден был пойти на бартерные отношения в счет оплаты уже выполненной работы. Так я получил в свое распоряжение

первые три автобуса, наверное, это предопределило дальнейший вектор развития. С 1993 г. мы занялись поставкой российской автобусной техники для пассажирских перевозок, став официальным представителем многих ведущих российских автобусных заводов.

— Сейчас Вы вышли на петербургский рынок с новым масштабным предложением: автобусы туристического класса.

— У нас существуют эксклюзивные для России условия сотрудничества с китайским производителем автобусов JAC. Это предприятие входит в пятерку лидеров среди автобусных компаний-производителей Китая (всего их в стране порядка 130). Схема нашего сотрудничества позволяет нам добиваться понижения стоимости каждого привезенного сюда автобуса раза в полтора. Соответственно мы можем регулировать ценовой диапазон наших предложений, мы владеем инструментами создания конкурентных цен. Недавно мы получили первую партию автобусов JAC 2011 г. выпуска. В самое ближайшее время наш парк автобусов туристического класса будет насчитывать 300 единиц. Мы создаем

собственную инфраструктуру обслуживания такого большого парка, так как столкнулись с тем, что в городе практически не развит сервис в этом сегменте.

— Как петербургский турбизнес отнесся к данному предложению, нет ли предубеждения против «китайской» марки?

— Я могу сказать в защиту «китайской» марки следующее. В Китае сейчас повышенное внимание на государственном уровне к формированию благоприятного имиджа китайских производителей в мире. Ради повышения этого рейтинга в стране были ликвидированы «развалы», порождавшие в свое время массовые набеги «челноков» и приносящие хороший доход государству, и тем не менее... Наш автобус марки JAC участвовал в прошлом году во всероссийском пробеге на 5000 км и показал лучшие результаты, избежав технических поломок на трассе. Поэтому мы уверены в той марке, которую предлагаем на российский рынок. Те компании, которые уже успели поработать с нами, отмечают качественный уровень наших предложений.

— С интересом обратила внимание, что группа компаний «Политроника» использует термин «синергетический бизнес».

— Современная бизнес-среда очень изменчива и непредсказуема. Синергетика — это научное направление, изучающее законы самоорганизации различных сложных систем и структур, механизмы их взаимодействия. Мне интересен сам процесс создания неких новых моделей на стыке различных бизнесов. Поэтому мы имеем в своем активе различные сферы деятельности: транспортный бизнес, частично — строительный, научную деятельность, в которую вовлечены многие сотрудники нашей компании, издательское дело. Все это позволяет мне делать некие запросы во внешнюю среду и получать оттуда ответы, дающие нам возможность постоянно корректировать наше развитие.

— Уважаемый Михаил Максович, редакция нашего журнала присоединяется к поздравлениям. Желаем Вам творческих побед и новых достижений.

Беседовала
Инга ГУРОВА



М. М. Ерихов (в центре) встречает в Петербурге представителей завода JAC (Китай)

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ ФИРМЫ:

13 июня 1991 г. Основана инжиниринговая компания — научно-производственное товарищество с ограниченной ответственностью (НПТОО) «Политроника».

1993—1994 гг. «Политроника» становится официальным представителем ведущих российских автобусных заводов: АО «Курганский автобусный завод», АО «Павловский автобус», АО «Семеновский авторемонтный завод», АО «Голыцинский автобусный завод», АО «Псковавто», АО «Саранский авторемонтный завод», ИТЦ «РАФ», АО «Нефтекамский завод автосамосвалов».

1995 г. «Политроника» становится учредителем и издателем газеты «Омнибус» — единственного в России издания, полностью посвященного вопросам пассажирского транспорта. В этом же году начал новый проект по организации обучающих семинаров и программ для руководителей компаний, занятых в сфере пассажирского транспорта.

2000 г. Организация холдинговой структуры — Группа компаний «Политроника». Организация представительств в Кургане, Москве, Минске (Белоруссия) и в Финляндии.

2002—2003 гг. Компания «Политроника» стала инициатором организации и проведения ежегодной Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы и перспективы развития рынка муниципальной пассажирской техники в России». «Политроника» заключает представительские договоры с производителями коммунальной и строительной техники. Начат новый проект по поставкам импортной грузовой техники. Расширяется номенклатура поставляемой автобусной и спецтехники. Продолжается дальнейшее развитие оптовой продажи запчастей по всему спектру поставляемой техники. Развивается направление по продаже специализированной литературы по ремонту и обслуживанию техники.

2006 г. Подписано соглашение, дающее эксклюзивное право на поставку универсальных коммунально-строительных машин Sunward (Китай). Начало поставок автобусов JAC (Китай).

2011 г. Выход на российский рынок с автобусами JAC туристического класса. Для успешного продвижения этого направления создано предприятие «НекстБас-Питер».



группа компаний
ПОЛИТРОНИКА

www.politronika.ru

ПРИНИМАЕМ ЗАЯВКИ НА УСЛУГИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗК ПО ПЕТЕРБУРГУ, ЛЕНОБЛАСТИ И СЕВЕРО-ЗАПАДНОМУ РЕГИОНУ

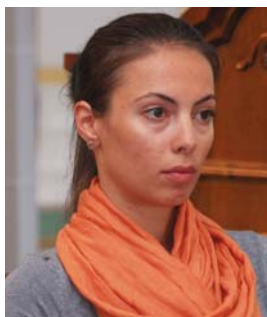
Тел. (812) 923-68-16 lenoblbus@mail.ru http://lenoblbus.ru

195273 г. Санкт-Петербург, Пискаревский пр., д. 150, корп. 2



«Как европейский Воронеж»

Так оценивает нынешнее состояние Петербурга как города для организации и проведения конгрессных мероприятий большая часть специалистов, имеющих к этому бизнесу прямое отношение.



Виолетта Кузнецова



Екатерина Лисина



Александр Гришин



Евгения Тучкова



Екатерина Боголюбова

Не согласиться с ними трудно, так как в международном рейтинге Петербург с 22 мероприятиями того уровня, которые фиксируют, занимает 78-е место. В первой десятке, как правило, количество значимых конгрессов переваливает за сотню. И Петербургский международный экономический форум, хотя и является показательным с точки зрения возможности организации аналогичных в городе на Неве, погоды, как говорится, не делает. Да и не может ее делать по объективным причинам.

Сегодня, по оценкам Maris Properties, почти половина (44 %) конференц-залов Петербурга приходится на отели, 25 % расположены в дворцах и музеях, а 14 % помещений предоставляют научные учреждения. Оставшиеся 17 % — конференц-залы в торговых и бизнес-центрах, концертных залах и спортивно-выставочных комплексах. Специализированными же конгресс-площадками в городе, как правило, считают выставочные центры, предлагающие помещения как для проведения выставок, так и для деловых мероприятий. Наиболее крупный из них — комплекс «Ленэкспо», конференц-зал которого может вместить около 2,8 тыс. человек. За ним следуют помещения на 1 тыс. мест Международного центра делового сотрудничества на площади Пролетарской Диктатуры и Выставочного центра Северо-Запада на площади Победы. Из ныне строящихся или проектируемых объектов крупнейшими должны стать конгресс-центр «Пулковский» при выставочном комплексе «ЭкспоФорум», рассчитанный на 7 тыс. человек, а также конгресс-центр «Константиновский» (в Стрельне) вместимостью 2,5 тыс. человек.

Однако дело не только в площадях. «Сейчас в этой сфере бизнеса мы находимся на уровне «европейских воронжей», — оценивает международные позиции Петербурга менеджер по связям с общественностью компании «Экспофорум» Екатерина Боголюбова. — Многие города Европы, гораздо меньшие, чем Петербург, располагают отличными современными конгресс-центрами и имеют все, что необходимо для приема мероприятий любого уровня. А у нас как не было, так и нет инфраструктуры, которая была бы способна обеспечить организацию и проведение масштабных мероприятий».

Хотите подтверждающие ее слова пример? Через два года в Петербурге, впервые за 63 последних года, должен состояться Всемирный конгресс по недвижимости FIABCI. Мероприятие действительно зна-

ковое, и хотя количество предполагаемых гостей не так велико (до 700 человек), в город на Неве приедут фигуры мирового масштаба. И принять их нужно соответственно.

— Мы столкнулись с массой проблем даже на уровне сбора информации о ресурсах, которыми располагает Петербург в этой сфере, — пожаловалась директор по внешним связям 63-го конгресса FIABCI Екатерина Лисина. — Приходится проделывать огромную «ручную» работу только для того, чтобы понять, кто, что и где может предложить нам как организаторам.

И «вдруг» выяснилось, что руководитель проекта Visit-Petersburg.com Виолетта Кузнецова располагает той информацией, которую по крупицам собирают организаторы конгресса FIABCI. «У нас есть данные и об организациях, оказывающих услуги в сфере проведения конгрессов, и об объектах размещения, и о сопутствующих услугах», — подтвердила Виолетта Кузнецова. Этот факт — лишнее доказательство того, что в Петербурге как не было, так и нет конгрессного центра, который как раз обычно и призван координировать усилия всех заинтересованных сторон. Разговоры о нем ведутся, как минимум, последние 6–7 лет, но дело с места так и не двигается. И если в любом «европейском Воронеже» от организатора потенциального события требуется только прийти в подобный центр и сообщить нужные параметры (время проведения, число участников, уровень и прочее), то в Петербурге все по-прежнему происходит «вручную».

Сегодня для проведения деловых мероприятий используют преимущественно конгрессные возможности отелей и вузов, а специализированных площадок в городе практически нет. Павел Созинов, председатель правления Северо-Западной палаты недвижимости, говорит, что «средоточенные в «Ленэкспо» выставочные площади морально устарели, не спасло положение и открытие несколько лет назад нового павильона». Провести на достойном уровне крупный форум с количеством участников более 3 тыс. человек в Петербурге по-прежнему нельзя. Ведь помимо вместительного и профессионально оборудованного основного зала необходимо еще достаточное количество дополнительных помещений для секционных заседаний. Их суммарная площадь должна составлять не менее 80 % площади основной аудитории. Такое требование, например, выдвигает влиятельная международная Ассоциация

конгресс-центров (AIPC). А соответствовать требованию «под одной крышей» у нас могут как раз только гостиничные площадки.

Вместе с тем нельзя забывать, что мероприятия в 2–3 тыс. человек не слишком распространены, а более мелкие Петербург мог бы принимать даже сейчас. Однако «загрузить» имеющиеся конгрессные мощности удается далеко не всегда.

— Дело в том, что конкуренция в этой сфере довольно высока, и организаторы учитывают целую массу обстоятельств, — считает Евгения Тучкова, старший консультант департамента стратегического консалтинга Colliers International Санкт-Петербург. — Важны и визовая поддержка, и логистические возможности, и целый спектр других факторов. С учетом всего этого, не имея достаточно активного продвижения на международном рынке, Петербург проигрывает многим конкурентам.

В конечном итоге организаторам важно, сколько будет стоить конгресс и что за эти деньги они смогут получить. И в этом отношении Петербург тоже конкурентам уступает: по данным статистики, если средний размер расходов каждого участника мероприятия в европейских городах составляет около \$2,7 тыс., то в городе на Неве — более \$3,5 тыс. А когда бюджет ограничен и число участников измеряется несколькими сотнями человек, даже культурные прелести Северной столицы не стимулируют желание провести здесь конференцию или симпозиум.

Александр Гришин, вице-президент Гильдии управляющих и девелоперов, уверен, что заметно улучшить ситуацию в этой сфере может только государственно-частное партнерство. «Бизнесу заниматься строительством и эксплуатацией «чистых» конгрессных площадей невыгодно — слишком велик срок их окупаемости, — констатирует он. — И государство, на мой взгляд, должно быть заинтересовано как в помощи при реализации таких проектов, так и в создании инфраструктуры, способствующей развитию этого направления. Ведь хорошие дороги тоже, вроде бы, прямой прибыли не приносят, но все равно работают на создание благоприятного имиджа и привлечение гостей».

Но пока похвастаться нечем: концепция MICE-туризма все еще бродит в кулуарах власти, а в это время конгрессный рейтинг Петербурга так и остается, в лучшем случае, в седьмом десятке...

Владимир СЕРГАЧЕВ

Операторам указали место

Площадь Восстания планируют освободить от туристских автобусов. Это произойдет не сегодня и не завтра, но планы такие у администрации города есть. Такой вывод можно сделать после представления на конференции «Преобразование транспортно-коммуникационных пространств городов», состоявшейся в конце июня в Петербурге, транспортной стратегии Северной столицы, и в частности планов развития комплекса площади Восстания.

Площадь Восстания действительно перегружена транспортом. Об этом говорили многие участники конференции, особенно эмоционально высказался генеральный директор ОАО «Гостиница Октябрьская» В. А. Иванов: «Все, что творится на ней, это безобразие — постоянные пробки, безумные парковочные места, загазованность, и все это в центре города. А нормальной инфраструктуры нет».

Проблему отсутствия необходимой инфраструктуры для транспорта на центральной площади города решил и первый проректор ПГУПС А. П. Ледяев, предложив в качестве альтернативы осваивать подземные пространства площади, создав там коридоры для скоростных автомагистралей по примеру многих европейских столиц.

Как намерены решать эти проблемы в администрации города, пока не слишком ясно. Так, на конференции заместитель председателя Комитета по транспортно-транзитной политике А. В. Львов рассказал о том, что транспортная стратегия Санкт-Петербурга разработана, как и долгосрочная программа развития транспортного комплекса города, до 2025 г. Однако стратегия пока не принята, некоторые ее параметры уточняются. Что касается площади Восстания, то сейчас определяют ее провозную способность, но акцент в развитии будут делать прежде всего на создании



удобств для пешеходов и общественного транспорта.

Закономерен в этой связи интерес турбизнеса к будущему этой площади, так как она является местом отправки и прибытия сотен туристских автобусов, следующих из Петербурга за рубеж. Проблема в том, сохранится ли эта площадка на Восстания для туристских автобусов, если будет принята новая стратегия ее развития?

Озабоченность турбизнеса этой проблемой озвучил на конференции генеральный директор ООО «Петротур Сервис» И. Б. Мазулов. Так сложилось, что с 1995 г. с площади Восстания отправляются за рубеж автобусы с туристами. Удобно, что рядом Московский вокзал, многие туристы прибывают в Петербург из регионов России, причем в последние годы этот поток увеличивается. Так как транспортная составляющая в турпакете — основная, путешествия на автобусах выбирают по экономическим соображениям не только жители регионов России, но и зарубежные туристы. Многие покупают комбинированные туры — сначала знакомство с Петербургом, потом выезд за границу. Кроме того, автобус — удобный транспорт для тех, кто отправляется в круиз из Турку на пароме или летит из аэропорта Хельсинки в другие страны.

Как заметил Игорь Мазулов, интересы этой части туристов нельзя не учитывать, тем более что новая программа развития туризма в Петербурге на 2011–2016 гг. предполагает значительное увеличение турпотока в Северную столицу. Однако он признал, что площадь Восстания необходимо разгрузить от транспорта, а ее инфраструктуру нужно совершенствовать, осваивать пространства под землей, например открывать там небольшие кафе, туалеты.

Но, как выяснилось, в планах администрации города — все-таки перенести стоянку туристских автобусов с площади Восстания к станции метро «Парнас» на севере города и к станции метро «Купчино» — на юге. Мотив — стоянка автобусов в центре города (по полчаса с 5 до 7 утра и по 10 минут — с 22.00 до 24.00) — роскошь, тем более что налогов с этого туроператоры не платят, а инфраструктура стоит дорого. Попытка убедить представителя Комитета по транспортно-транзитной политике, что транзитные туристы тоже приносят деньги в бюджет Петербурга, похоже, не была услышана.

После того как площадь Восстания будет реконструирована, турбизнесу предложат платить за аренду мест для автобусов, а это значит — какая-то часть операторов останется в центре города, остальные (в основном небольшие фирмы) уйдут на окраины, чтобы не увеличивать свои расходы и не терять клиентов. Можно предположить, что потеряют все равно, так как часть туристов уже не доберется вовремя до отдаленных станций метро, кто-то предпочтет более простой, без пересадок, способ пересечения границы. Содействием в решении этого вопроса турбизнесу ждать неоткуда. А решать вопрос придется. Лучше сегодня, чем завтра.

Елена МУКОВОЗОВА

Что тормозит развитие водного туризма

3 июня в рамках Балтийского морского фестиваля состоялся круглый стол, посвященный проблемам развития водного туризма, организованный СЗРО РСТ. Предметом дискуссии стал федеральный закон «О внесении изменений в Кодекс внутреннего водного транспорта Российской Федерации», а также концепция развития туристического маршрута Москва — Петербург и прилегающих к нему маршрутов на внутренних водных путях европейской части России.

Вице-президент РСТ Сергей Корнеев подчеркнул, что современный российский рынок созрел для развития маломерного флота, а Северо-Западный регион вообще является уникальным с точки зрения богатства водных ресурсов (Балтийское море, Ладожское и Онежское озера) и туристических объектов. Поэтому, несмотря на сложности, дальнейшее продвижение этого проекта, по его мнению, является перспективным.

Эксперт по яхтенному туризму Сергей Акуленко в своем выступлении коснулся ряда задач, которые предстоит решить. Первая — обеспечение безопасности прохода яхт, которая во многом зависит от обновления картографических материалов. Вторая — отсутствие в государственном финансировании средств на навигационно-гидрографическое обеспечение тех акваторий, которые активно эксплуатируются маломерным флотом и

чрезвычайно привлекательны для яхтенного туризма. Решение данных проблем г-н Акуленко видит в координации действий органов государственной власти, общественных и коммерческих структур.

Коммерческий директор Marinetek SPB Анна Лебедева обратила внимание на то, что одной из существенных проблем водного туризма является развитие причальной инфраструктуры. Современные российские условия для стоянок маломерных судов еще не соответствуют европейским нормам. Развитие основного маршрута Москва — Петербург невозможно без создания комфортных условий для швартовки и безопасной стоянки яхтсменов. В этом отношении особенно важно разработать технические решения по заправочным станциям, которые могут стать центральной частью причального комплекса.

И.о. директора Информационно-туристского центра Ленобласти Оксана Суворова рассказала о планах по возобновлению однодневных туристических маршрутов по реке Неве. Первый из них исторического характера: Петербург — Шлиссельбург. Второй — военно-патриотического с посещением плацдарма Невский пятачок, музея «Прорыв блокады Ленинграда», мемориала «Холм славы».

Проблемами развития водного экспеди-

ционного и научного туризма занимается Русское географическое общество. По словам его представителя Александра Ингиловича, главной задачей сейчас становится сохранение культурно-исторического наследия региона, а также реализация программы экологической защиты водных ресурсов Ленинградской области (в частности, Ладожского озера). В планах РГО также проведение изыскательских работ по прокладке маршрутов для людей с ограниченными возможностями.

Для интеграции водных маршрутов на Северо-Западе в международную сеть необходимо развивать инфраструктуру и оборудовать современные пограничные пропускные пункты для яхтсменов в Выборге и Усть-Луге, а также выработать стандарты качества обслуживания на водных маршрутах и предоставления туристских услуг. На решение, в частности, этих задач и направлен проект «О концепции развития водного туристического маршрута Москва — Санкт-Петербург и прилегающих к нему остальных водных маршрутов на внутренних водных путях европейской части РФ», который может стать пилотным в России. Опыт его реализации в будущем послужит основой для создания всех остальных программ водного туризма.

RATA-news

Средиземноморье: борьба за лидерство

Этот туристический макрорегион был и остается основным местом заграничного отдыха для большинства петербуржцев: как бы не перераспределялись потоки выезжающих летом за «дальний» кордон, до двух третей туристов все равно оказываются на побережьях Средиземного моря.

Однако, несмотря на стабилизацию в экономике и возвращение к былым доходам большей части населения, количество потенциальных «зарубежных» туристов практически не растет. По свежим данным исследования ВЦИОМ, почти треть населения России хотела бы провести отпуск на одном из популярных заграничных курортов, но реально поедут «за бугор» только около 2 % респондентов.

Несколько меняются и приоритеты отдыхающих. В частности, количество желающих отправиться на пляжи хотя и помалу, но снижается, а вот число готовых участвовать в экскурсионных программах, напротив, прирастает. «Могу засвидетельствовать, что комбинированные туры, предполагающие сочетание разных транспортных средств, большого количества



экскурсий и «пляжного» отдыха (например, в Испании или Италии), продаются не хуже, чем «чистый» отдых в этих же странах, — уверяет **коммерческий директор компании «Вест Тревел» Сергей Хохлов**. — К тому же они весьма конкурентоспособны и по цене».

Представителей туристического бизнеса может успокаивать только одно: в столицах дела обстоят заметно лучше, чем в провинции. Да, 32 % москвичей и 36 % петербуржцев тоже планируют провести отпуск на даче. Однако на отдых за границу все же готовы отправиться 16 % жителей главной и 10 % обитателей Северной столицы. Если оценить этот потенциальный рынок для

Петербурга в конкретных цифрах, то это ни много ни мало, а 450 тыс. человек. При этом надо учитывать, что под заграницей не менее половины из этих людей понимают ближнее зарубежье, включая Белоруссию и Украину. В результате нехитрых расчетов реальный турпоток, который может протекать через Петербург в государства Средиземноморья, приблизительно оценивается не более чем в 100 тыс. человек за сезон.

Хотя и это немало: если каждый из них потратит на тур по 1 тыс. евро, сумма набегает приличная. Сведения социологов, впрочем, не так оптимистичны: по их данным, жители обеих столиц тратят на

зарубежный отдых в среднем по 25 тыс. руб.

Хотели как лучше

Состояние туристического рынка на старте летнего сезона, а также его перспективы туроператоры оценивали с большим оптимизмом. Размеры ожиданий, в частности, подтверждали объемы charterной перевозки по многим направлениям, которые оказались заметно больше прошлогодних. Однако реальность, как всегда, оказалась не совсем такой, как ее хотели бы видеть. «Человек предполагает, а бог располагает» — истина подтвердилась в который раз.

Во-первых, довольно далекие во времени революционные события в некоторых арабских странах все еще сказываются на состоянии туристической всего макрорегиона. Турпоток в Египет, который с формальной точки зрения мало влияет на распределение ролей в туристической летнего Средиземноморья (а в действительности это все же делает), по сравнению с прошлым годом «упал» примерно на 40 %. Другое достаточно популярное туристическое направление лета, Тунис, хотя и постепенно восстанавливает позиции, но дело



ТУРЦИЯ ★ ЕГИПЕТ
ТУНИС ★ ИСПАНИЯ
ГРЕЦИЯ

ПРЯМЫЕ ВЫЛЕТЫ ИЗ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

СПРАШИВАЙТЕ В АГЕНТСТВАХ ГОРОДА

☎ 640 90 40

☎ 8 800 700 87 47 (бесплатно)



реклама

Туризм

WWW.PEGAST.RU

Реестровый номер туроператора МВТ № 00 2613

пока идет «со скрипом»: объемы еще далеки от тех, которые были зафиксированы в 2010-м. В результате операторам все время приходится корректировать перевозку.

— На Египет и Тунис, по понятным причинам, объем перевозки значительно уменьшен (по сравнению с летом 2010-го), — констатирует **коммерческий директор турфирмы «Нева» Татьяна Топунова**. — Однако снижение цен в отелях на этих направлениях дает устойчивый эффект по заполнению рейсов. Вместе с тем появилась североафриканская новинка — Марокко, направление очень интересное, но, как и все новые программы, требующее значительных средств на продвижение. В целом объем перевозки увеличен, по некоторым странам — почти в 1,5 раза. Отчасти это оправданно, так как еще зимой, в период акций раннего бронирования, стало понятно, что Турция, Греция, Испания, Хорватия и Черногория летом 2011 г. будут пользоваться повышенным спросом.

Во-вторых, в Турции случилось очередное ЧП: массовое отравление российских турагентов во время круиза в Бодруме наделало много шума, который явно не прибавил авторитета этому направлению. Причем произошло это трагическое со-



бытие как нельзя «вовремя», в самом начале сезона. Как результат, репутация Турции как самого востребованного зарубежного курортного направления снова подмочена, и это не могло не сказаться на желании петербуржцев отправиться туда на отдых. Во всяком случае, стоимость туров в Бодрум значительно «просела». К тому же отмена виз на 30 дней тоже оказалась с подвохом, так как те отдыхающие, которые превышают этот срок, столкнулись с небывалыми трудностями при получении визы.

В-третьих, свою роль сыграла широко применяемая в настоящее время практика раннего бронирования. С учетом того, что путевки в ее рамках можно приобрести загодя, выбрав нуж-

ный отель и получив скидку, многие туристы совершают покупку туров еще в марте — апреле, отчасти искусственно повышая спрос. Поэтому оценка объемов на высокий сезон подчас оказывается завышенной.

В этом году, например, многие операторы ожидали роста по разным средиземноморским направлениям в размере до 30%, однако практика июньских продаж продемонстрировала, что такие показатели могут оказаться и не выполненными. «На старте летнего сезона увеличение турпотока действительно составило до 30%, но это вовсе не значит, что картина таковой и останется, — считает **вице-президент АТОР и руководитель TEZ TOUR Владимир Каганер**. — Несмотря на

ожидания, общий рост выездного потока составит до 10%».

— Увеличение объемов продаж по всем направлениям по акции раннего бронирования в феврале и марте привело к тому, что уже сейчас наблюдаются стоп-сейлы во многих отелях, — констатирует **коммерческий директор Санкт-Петербургского филиала «НТК Интурист» Татьяна Вишнякова**. — И, скорее всего, эта тенденция к августу, когда наступит высокий сезон, будет только усиливаться. Начало сезона по Средиземноморью охарактеризовалось очень высокой глубиной продаж, и, конечно, хочется, чтобы эта тенденция сохранилась в дальнейшем.

Вместе с тем ранние продажи, безусловно, играют и свою положительную роль. «В этом году они были по-настоящему массовыми: люди стали задумываться об организации отдыха заблаговременно, — считает **начальник отдела продаж турфирмы Prima Екатерина Золотилина**. — А это позволяет повышать глубину продаж и быть менее зависимыми от сиюминутного спроса».

Есть мнения

Как начался сезон в Средиземноморье по отдельным направлениям для туроператоров Петербурга? По-разному. Но

Виллы и апартаменты от «Интерхоум»: почувствуйте разницу!

45 лет знаменитого швейцарского качества

Компания «Интерхоум» (Interhome) имеет 45-летний опыт предложений по аренде жилья для отдыха и является лидером в этом сегменте в Европе. Через «Интерхоум» путешествует около полумиллиона туристов ежегодно. «Интерхоум» — это крупный холдинг с главным офисом в Цюрихе и с 45 региональными филиалами по всему миру. Местные офисы занимаются приемом гостей на самых популярных курортах — главным образом Европы.

32 000 объектов для отдыха по всему миру

Компания предлагает более 32 000 вилл, шале и апартаментов для отдыха в 28 странах, эксклюзивные контракты на виллы и апартаменты с владельцами жилья означают, что все предложения можно бронировать в режиме онлайн.

К системе бронирования могут подключиться все наши партнеры — причем без всяких оплат и депозитов.

На сайте можно выбрать любую тему: горы, море, отдых на природе (на ферме, в усадьбе или в альпийском домике), городское проживание,

SPA-отдых, подобрать маленькую квартиру или роскошные апартаменты, великоколепную виллу с бассейном или скромный коттедж на побережье.

Выгодное сотрудничество

Хорошо продумано взаимодействие с партнерами, с туристическими компаниями — программу сотрудничества можно посмотреть на сайте www.interhome.ru.

Партнеры «Интерхоум» размещают на своем сайте наш online-каталог вилл и апартаментов, где клиенты могут выбрать подходящий дом для своего отпуска. Получив пароль к партнерскому portalу, туристические агентства сами ставят опции на дома и апартаменты, делают бронирования под запросы своих клиентов.

Заходите на сайт, регистрируетесь как партнер или посылаете запрос на info@interhome.ru.

Летние хиты

Летом особенно актуальны предложения по Средиземноморскому региону — Испании, Италии, Франции и Хорватии. В середине лета выбор не такой широкий, как зимой, но некоторые варианты достойны особого внимания.

ES5740.450.3 — Коста дель Соль, Испания



Апартаменты Lubina Sol Mijas Costa — пляж всего в 20 метрах! Недалеко от Марбельи — комплекс апартаментов с хорошей общественной территорией (есть теннисный корт и бассейн). Апартамент с одной спальней на четырех человек.

Цена за неделю на 4-х человек — от 17 497 руб.

IT6087.850.1 — Равелло, Италия



Апартаменты Amalfi Coast — Villa ravello 2 Ravello, Италия. С террасы открывается изумительный вид на море.

Трехкомнатный апартамент на четырех человек.

Цена за неделю — от 69 355 руб.

FR8800.510.3 — Ницца, Франция



В доме, расположенном в парке, трехкомнатный апартамент на троих.

Цена за неделю — от 69 355 руб.

Средиземноморье — это не только пляжный отдых, но и города с богатейшей культурой.

Апартаменты в городах пользуются спросом не только у тех, кто присоединяет столицы к своему морскому отпуску, но и у круизеров — ведь «Интерхоум» предлагает большой выбор отличного проживания в крупнейших городах-портах: Риме, Венеции, Барселоне...

IT5700.784.1 — Рим, Италия



Шикарные двухкомнатные апартаменты расположены в историческом центре Рима.

Цена за неделю — от 45 275 руб.

Interhome

Аренда вилл и апартаментов для отдыха on-line

Круглосуточная горячая линия +7 495 504 08 99
info@interhome.ru www.interhome.ru

Новости Кипра

Винный фестиваль в Лимассоле отметит 50-летие

Винный фестиваль в Лимассоле (Wine Festival in Limassol) ежегодно начинается в конце августа и продолжается 10 дней. В этом году фестиваль отметит полувековой юбилей. Гости не только попробуют множество уникальных сортов вина, но и послушают музыку, потанцуют и даже лично смогут принять участие в процессе изготовления напитка, подавив виноград в огромной бочке.

Стоимость взрослого билета на фестиваль составляет 4,5 евро (включена бутылка вина от одного из четырех местных производителей). Детский билет стоит 2 евро (до 12 лет) и 3,5 евро (до 18 лет), но бутылка вина юным посетителям не положена. Кроме того, обладатели билетов на винный фестиваль могут бесплатно побывать на автобусной экскурсии по городу; в программу также входит посещение Музея вина.

Качество воды для купания – на все 100

Европейское агентство окружающей среды совместно с Еврокомиссией исследовали более 21 тыс. мест для купания на территории Евросоюза. Настоящей «звездой» исследования стал Кипр – его жители и гости в 100 % случаев могут быть уверены



в том, что они купаются в воде, отвечающей самым строгим нормам. За Кипром следуют Хорватия, Мальта, Греция и Ирландия.

Стандарты воды для купания устанавливаются Европейской директивой о водах для купания (Bathing Water Directive), принятой в 2006 г. В свою очередь отдыхающие могут проверить качество воды на своем любимом пляже с помощью системы Water Information System for Europe (WISE).

Кипр сделают самым безопасным на Средиземноморье

Власти Кипра запустили глобальный проект, с помощью которого намерены превратить свое государство в самое безопасное место для отдыха на Восточном Средиземноморье.

Как заявил министр коммуникаций Кипра Эрато Козекоу Маркуллис, проект, который называют самым большим в плане обеспечения безопасности на дорогах в регионе, продлится до 31 августа. В его рамках пройдут активные информационно-пропагандистские кампании, направленные против беспорядка на местных дорогах. Среди туристов и жителей острова распространят более 1 млн брошюр на разных языках, по телевизионным каналам покажут тематические ролики.

Активный отдых пользуется спросом

Путешественники, приезжающие на Кипр из Европы, все больше предпочитают активный отдых. Чтобы поддержать его популярность, туристическая организация острова совместно с ассоциацией греко-кипрских турагентов провела в Уэре и Манчестере (Великобритания) рекламные акции.

Будущие гости острова могли больше узнать о возможностях для активного отдыха. На конференции, посвященной туристическому потенциалу Кипра, было отмечено, что особой популярностью пользуются пешие маршруты по острову. Их здесь разработано около 100, что составляет в общей сложности 861 км. Хорошо развитая инфраструктура пеших и велосипедных туров привела к росту числа путешественников из Великобритании и континентальной Европы. Кроме того, у гостей Кипра есть возможность познакомиться с его богатой историей, посетить многочисленные археологические и культурные памятники.

Кипр станет одним из ведущих гольф-центров Европы

Кипр по праву может претендовать на звание одного из гольф-центров Европы: на острове уже построено 5 гольф-курортов высшего класса – четыре в районе Пафоса (Tsada, Secret Valley, Elea Golf Club, Aphrodite Hills) и один (Vikla) недалеко от Лимассола и в ближайшие годы откроются новые.

Поле для гольфа на 18 лунок в Фасури, пригороде Лимассола, будет построено компанией Lanitis Farm Golf Ltd. Проект также включает строительство жилых домов, загородного клуба и парка. Окончание работ намечено на 2013 г. Два других гольф-поля в Лимни будут построены компанией Limni Resorts & Golf Courses Plc. Над дизайном работал Джек Никлаус, известный сегодня как один из лучших дизайнеров гольф-курортов. В проект также войдут отель 5*, SPA-салон, жилые дома класса люкс.

По инф. СМИ

это не мешает определить как «переводчиков» спроса, так и тех, кто попал в «аутсайдеры».

Как считает руководитель филиала PAC GROUP в Петербурге Вера Симачева, с каждым годом туристы становятся все более опытными путешественниками и, соответственно, более избирательными в пристрастиях, требующими новых впечатлений. «Поэтому наши новинки, к примеру, и пришлось им по вкусу, – полагает она. – Что касается рынка Петербурга в целом, то, на мой взгляд, на нем преобладает тенденция к расширению числа предложений туров в самые разные страны и наблюдается некоторая перенасыщенность ими».

Понятно, что лидером по объемам снова станет Турция: направление «раскатанное» и хорошо россиянам знакомо. Не зря турки уверенно говорят о намерении принять дополнительный миллион россиян. И даже те или иные «маленькие» трагедии ее рейтинговое положение изменят вряд ли. А вот за последующие места явно развернется нешуточная борьба, победителем в которой окажется самый хитрый и прудумозный. Греция, Испания, Италия – в какой очередности они окажутся, пока не ясно.

Как подчеркивает руководитель офиса Apex Tour в Петербурге Виктория Григорьева, в этом сезоне дела по Турции идут очень даже неплохо. «Вопервых, по объективным причинам замечательно прошла акция по раннему бронированию, которая дополняется хорошим спросом в течение сезона, – констатирует она. – Как результат, значительно выросла глубина продаж (в середине июня продаем туры на вторую половину июля и август) и объемы (вместо запланированных 4 самолетов со 100-процентной загрузкой отправляем в неделю 6–7). Во-вторых, есть уверенность, что летом 2011 г., скорее всего, типичного провала в продажах на стыке июля и августа не будет. Турция пользуется стабильным и высоким спросом – это не может не радовать».

– По нашей оценке, переизбытка «воздуха» по Турции нет: в конце мая, в связи с большим спросом, даже ставили дополнительные рейсы, – комментирует Татьяна Вишнякова из «Интуриста». – По Испании и Греции он действительно есть, и, как результат, уже в мае туроператоры по данным направлениям стали выпускать спецпредложения.

– По практике наших продаж могу сказать, что и по Турции, и по Греции все идет

вполне прогнозируемо. Даже несмотря на то, что в первую из названных стран в неделю из Петербурга вылетает более 40 бортов, – говорит Екатерина Золотилина. – Некоторый избыток перевозки есть, особенно по Греции, но он все равно позволяет сохранять на рынке приемлемый для компаний уровень цен и избегать массового появления «горящих» предложений. Во всяком случае, за бесценки путевки не продаются. Развитие ситуации прогнозировать сложно, впереди июль, но хочется верить, что положение не ухудшится.

Греция в этом сезоне по разным причинам тоже оказалась в лучшем положении, чем год назад. «В настоящее время из Петербурга в Грецию в неделю летает 35 бортов – больше, чем в сезоне 2010-го, – комментирует ситуацию руководитель петербургского представительства «Музенидис Трэвел» Елена Нещекая. – Одних только наших из них шесть (три в Салоники, два на Крит и один в Афины). Пока все идет достаточно неплохо и спрос есть. Возможно, это объясняется не только последствиями событий в арабском мире, но и тем, что в Турции этим летом отдых подорожал: на фоне ее цен Греция с весьма разнообразными возможностями для отдыха выглядит предпочтительнее. «Пляжные» туры продаются хорошо, а вот экскурсионка поуже. Но лето все-таки не ее сезон...»

В целом примерно так же оценивает ситуацию с греческим направлением и руководитель петербургского офиса «Пегас Туристик» Мария Бакерина. «По нашей компании туры в Грецию (на Ираклион и Крит) проданы уже до конца июня, – констатирует она. – Спрос можно объяснять и тем, что уже бывавшие за границей Турцией «наелись» и им все равно требуется что-то новенькое: Греция в этом смысле вполне подходит. Что касается самой Турции, то в самом начале июня спрос был отличный, но сейчас снизился. Удивляться стоит вряд ли, так как подобное происходит каждый год, и все опытные туроператоры точно знают, на какие даты хотя бы теоретически можно ожидать «горения» туров».

– Греческие направления очень привлекательны для туроператоров, поэтому и в этом сезоне на нем появились новые игроки, – отмечает Татьяна Топунова. – Как результат, наблюдается избыток авиаперевозки. Но Греция предлагает клиентам большой выбор как островных (Крит, Родос, Кос и др.), так

и материковых (Салоники и Пелопоннес) направлений: думаю, что сезон в целом будет хорошим. Несмотря на наличие в конце июня очень дешевых предложений, надеюсь, что к августу ситуация выровняется.

Как заявил на пресс-конференции в Москве генеральный секретарь по туризму и внутренней торговле Испании Жоан Мескида, эта страна станет главным туристическим направлением для россиян по итогам 2011 г. «Рост турпотока составит 50 % по сравнению с показателем 2010 г.: мы ожидаем около миллиона российских туристов, — прогнозирует он. — И мы этому очень рады, так как они очень интересны для Испании, поскольку уровень их расходов в среднем на 50 % превышает траты туристов из других стран и составляет 1,5 тыс. евро». Испанцы последовательны: они без особых проблем выдают полугодовые шенгенские визы, за три последних года российский турпоток в Испанию утроился, а в этом году в сезон количество мест на авиарейсах в эту страну должно увеличиться на 73 %.

Впрочем, Татьяна Вишнякова считает, что планы испанцев могут оказаться и невыполненными. «Дело в том, что в Испании как раз больше всего наблюдается проблема с подтверждением в отелях: с конца



мая многие самые популярные отели встали на «стоп», — резюмирует она. — Главная проблема будет именно с этим: если не хватает мест для размещения, то трудно что-то поделать».

— Испания продается, но не без сложностей, — считает Сергей Хохлов. — Во-первых, существует избыток перевозки, а во-вторых, спрос «размывается» даже внутри направления. Ведь в этом сезоне к обычным для него в Петербурге добавились и Тенерифе, и Малага. А когда выбор у туриста расширяется, а потенциальных клиентов больше не становится, спрос просто-напросто перераспределяется...

Татьяна Топунова из «Невы» констатирует: ситуация по разным направлениям вну-

три Испании отличается. «По новинке 2011-го, достаточно дорогому курорту Коста дель Соль (с прямым перелетом по пятницам до Малаги), закрытие рейсов идет по нарастающей, — говорит она. — У него хорошее будущее, но очень нужна рекламная поддержка. По Тенерифе картина другая: в связи с тем, что здесь объемы по сравнению с прошлым годом удвоились, это все-таки сказывается на ценах — время от времени у туроператоров появляются спецпредложения. А вот Барселона с уже давно «раскрученными» Коста-Брава и Коста-Дорада, обширными экскурсионными программами, продается хорошо и стабильно».

Что касается Майорки, то в этом сезоне, кроме «Невы», на направлении поставили свои рейсы еще три туроператора, а объемы перевозки фактически выросли в... 5 раз. «В результа-

те наблюдается демпинг, который наша турфирма, конечно, приветствовать не может, — замечает Татьяна Топунова. — Оказавшись в такой ситуации, приходится поддерживать программу различными акциями и спецпредложениями».

Италия в этом сезоне в Петербурге тоже представлена весьма широко. В середине июня, к примеру, в течение недели из Северной столицы России в эту страну вылетали три чартерных рейса на Римини и по одному в Неаполь, Пизу, Катанию и Палермо. А ведь есть еще и регулярные... Что касается начала сезона, то оценка неоднозначная.

«По продажам май был достаточно хорошим, а вот июнь — средненьким, — констатирует начальник отдела продаж компании «Фламинго» Светлана Беляшова. — Правда, в июле мы все же ожидаем роста турпотока. По перевозке дела обстоят более-менее, поскольку если где-то и можно ее корректировать, то только по Римини: по остальным направлениям — по одному борту в неделю.

— На сицилийском направлении действительно есть трудности с продажами, — говорит Татьяна Топунова. — И они вызваны объективными причинами. Сначала это была информация о перелетах над этим островом военных самолетов в Ливию, потом — извержение вулкана. Сейчас по продажам уже видно, что спрос стабилизируется, увеличилось брони-

MBT002550

www.ivogatour.ru
СПб, Казанская ул., 7, оф. 3
(812) 603-2073, 603-2077

МАЛЬТА

от Мальтийского клуба

ИСПАНИЯ

ФРАНЦИЯ

Детские лагеря, обучение английскому, экскурсии и пляжный отдых, дайвинг

Отдых на побережье Коста-Брава и Коста-Дорада + 40 классических программ

Отдых на Лазурном Берегу, провинции, группы еженедельно

Греция Кипр Турция

Англия Шотландия Китай Иордания

Масштабный проект реконструкции Валлетты

В ближайшие три года облик Валлетты должен измениться — государство приняло программу реновации столицы Мальты.

Валлетта — первая столица европейского государства, сооруженная согласно утвержденному плану. Построенная рыцарями-иоаннитами в 1566 г., она представляет собой идеал города стиля барокко. Очень важно сохранить это впечатление, но так же важно создать восприятие рыцарской столицы как современного европейского города.

Именно поэтому сейчас в Валлетте уже реализуется многомиллионная программа по реставрации и благоустройству под руководством всемирно известного архитектора Ренцо Пьяно.

В планах — воссоздание городских ворот, строительство нового концертного комплекса под открытым небом на месте бывшего оперного театра и нового здания Парламента. Реконструкция будет стоить примерно 100 млн евро и должна быть закончена к 2014 г., когда Мальта будет праздновать 50-летнюю годовщину своей независимости.

Этот проект необходим столице маленького островного государства. В 2018 г. Валлетта станет культурной столицей Европы, и к этому времени она уже будет гордиться реконструированным историческим центром.





Веди Тур Групп из
Санкт-Петербурга

Тел.: (812) 642-44-07
www.veditour.ru

(495) 725-43-65 Москва
(846) 270-21-50 Самара
(863) 270-90-91 Ростов-на-Дону
(861) 243-51-63 Краснодар
(343) 222-22-15 Екатеринбург

Великолепная МАЛЬТА

Музей под открытым небом
Пляжный отдых
Образовательные туры



Гарантированные
авиабилеты!

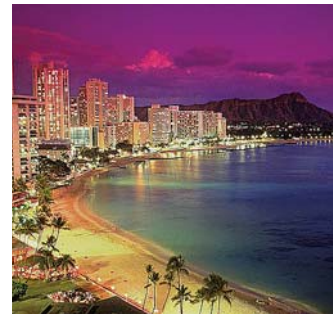
рование на июль – август.

– Италия от компании PAC GROUP представлена в Петербурге более чем широко, ведь это ее флагманское направление, – отмечает Вера Симачева. – В этом сезоне мы предлагаем огромный диапазон летнего отдыха, который включает экскурсионные, комбинированные и сити-туры, отдых на море/озерах/островах и даже катание на горных лыжах (на ледниках). В качестве новинки – Сицилию, острова Капри и Искья. Сицилия ориентирована на семейный отдых, Капри – на изысканную, фешенебельную публику, а Искья – на SPA-отдых и посещение термальных источников. Программы успешны и пользуются хорошим спросом: это видно как по динамике, так и по глубине продаж.

А вот у турбизнеса Туниса дела идут ни шатко ни валко. По оценкам разных специалистов, ее туриндустрия потеряла примерно 50 % объемов и положение улучшается с трудом. Мохаммед Белайуза, руководитель Национальной федерации отельеров (ФТН), «не уверен, что станет лучше»: из-за событий начала года страна практически потеряла такие рынки, как итальянский, являющийся одним из крупнейших поставщиков туристов. В Сусе, к примеру, в начале сезона из 104 отелей 30 были закрыты. Тахер Сайхи, руководитель Федерации туристических агентств Туниса (FTAV), констатирует: снижение брони туров в разгар сезона составляет от 50 до 60 %, так как туристы выбирают другие направления (в первую очередь Испанию, Грецию и Турцию).

Впрочем, не все так пессимистично. «Да, в этом году по понятным причинам сезон по Тунису идет совсем не так, как в прошлом, – говорит менеджер Express Tours Светлана Михайлова. – Однако уже сейчас по нашей компании в неделю вылетает 6 самолетов – всего на один меньше, чем в прошлом году. В сложившейся ситуации есть ведь и положительные стороны: тунисские отельеры идут на снижение цен, стараясь привлечь ими потенциальных туристов. В целом сезон начался не без проблем, но ощущение такое, что постепенно положение выправится и его итоги все же будут сравнимы с прошлогодними».

Сергей Хохлов также видит в ситуации не только проблемы. «У нас это направление реализуется, и поскольку все игроки действуют осторожно, пока нет и избытка перевозки,



– говорит он. – Да и в самой стране жизнь налаживается: недавно стали предлагать даже экскурсии в Сахару, которых раньше не было».

В принципе, согласен с коллегами и коммерческий директор компании «Парадиз Сервис» г-н Рашид Аль Рашид. «Могло быть хуже, чем сейчас... – констатирует он. – Пока у нас летает два чартера вместо четырех прошлого года, а в целом объемы упали, как минимум, на 30 %. Но ситуация выправляется, и скоро мы надеемся поставить еще один борт. Спрос постепенно растет, а в самом Тунисе делают все, чтобы поддержать туризм. Удивляться происходящему не стоит, потому что есть объективные причины, определяющие нынешнее состояние рынка. Надеюсь, что в ходе сезона положение будет становиться лучше и лучше».

Полны оптимизма и заявления тунисских чиновников. Так, заместитель министра по туризму Слим Шекер подчеркнул, что в связи с десятикратным увеличением за последние 10 лет турпотока из России (с 20 до 200 тыс. туристов), его страна надеется вступить в конкуренцию даже с такими грандами, как Турция и Египет, и «если динамика будет такая же, то количество отдыхающих из России может возрасти до 2 млн человек в год».

Что касается территориально не такой уж далекой от Туниса Мальты, то она, похоже, кризис вполне преодолела. «Мы сами удивляемся, но продажи Мальты в этом сезоне идут очень хорошо: практически реализованы все туры не то что на июнь, но даже на июль, – констатирует генеральный директор Агентства путешествий «РОССИТА» Тамара Ро. – Причинами, скорее всего, являются большой интерес к возможности совместить приятное с полезным (например, отдых с обучением иностранному языку), а также отсутствие переизбытка в перевозке (один рейс в неделю – других вариантов нет)».

– Этот сезон поначалу очень радовал продажами: увеличились и объемы, и их глубина, – резюмирует генеральный ди-



ректора компании «Иволга» **Ивета Шефлер**. — К концу июня они стали не такими интенсивными, как в его начале, но это вполне традиционно. В целом сезон можно называть успешным, но по направлениям, конечно же, картина отличается. Очень радует нас, к примеру, Испания: и спрос, и продажи просто отличные, даже несмотря на то, что наблюдается явный избыток перевозок. По Мальте все выглядит тоже неплохо, хотя туры в июле пока покупают не так активно, как хотелось бы: сейчас спросом больше пользуются путевки на август. Скорее всего, второй месяц лета будет не очень простым, но высокий летний сезон должен продаваться по всем направлениям порадовать.

— Как и прогнозировалось в начале сезона, планы по реализации пакетов с отдыхом и обучением на Мальте оказались выполненными, — отмечает **заместитель генерального директора компании «Веди Тур Групп» Андрей Сутулин**. — По сравнению с прошлым годом поток туристов вырос. Интерес к Мальте обусловлен как популярностью направления, так и разумной ценовой политикой отелей и авиакомпании Air Malta. Стоимость туристических пакетов на Мальту увеличилась незначительно, что делает это «камерное» направление конкурентоспособным.

У Кипра тоже прогресс: за 4 месяца этого года прирост туристических доходов на нем составил 23,7 %, что на 7,5 % превосходит уровень докризисного 2008-го. Уже в апреле 2011-го на Кипр приехало почти 200 тыс. иностранцев, из которых каждый десятый оказался россиянином. В результате киприоты, хотя по-прежнему признают главенство британских туристов (их в турпотоке больше 40 %), связывают свои надежды с Германией и Россией, поскольку именно они демонстрируют устойчивую динамику.

Что касается Хорватии и Черногории, то их проблемы не новы и заключаются, прежде всего, в узости отельной базы. В Хорватии, к примеру, к

сезону 2011 г. открылись всего 3 новых отеля на 700 номеров. Если учесть, что Европейская ассоциация туристических агентств и туроператоров заключила сделку с национальным туристическим советом и теперь путешествия в Хорватию советуют совершить в 77 тыс. агентств Европы, конкуренция за размещение, и прежде не малая, очень высока. «По этим странам было важно заблаговременно заключить сделки на блоки в отелях, — признаются в компаниях Петербурга. — Теперь найти свободные номера почти нереально».

— По Хорватии объем авиаперевозки по сравнению с прошлым летом увеличен примерно на 15 %, но и этого хватило для того, чтобы на направлении начались проблемы с загрузкой, — замечает **Татьяна Топунова**. — К тому же отельная база при относительно высоких ценах ограничена и вся расписана на жесткие контракты между туроператорами. Поэтому «спасать» от недогрузки нужно не только авиакресла, но и номера в отелях: отсюда и появление «горящих» туров. А вот Черногория радует хорошими продажами. Объемы по ней тоже увеличены, но наличие размещения в недорогих апартаментах без питания обеспечивает достаточно бюджетные предложения, которые в первую очередь и пользуются спросом.

Вместе с тем представители операторов отмечают, что на безвизовых (или условно безвизовых) направлениях (таких, как Черногория) количество «чистых» туристов хотя и растет, но немного. Причина — значительная часть потенциальных путешественников либо уже располагает в таких странах собственной недвижимостью, либо арендует ее, предпочитая традиционным средствам размещения. Недавнее исследование, проведенное компанией HomeAway, выявило, что большинство жителей Британии, Франции, Германии, Италии и Испании считают, что дома им обходятся дешевле, чем гостиницы. Этой тенденции начинают следовать и в России, поскольку часть путешественников арендует недвижимость нужной вместимости в интересных им странах.

— В этом сезоне, с одной стороны, покупки вилл и апартаментов на лето стали производиться раньше примерно на месяц-два, а с другой — выросла сама доля ранних бронирований в Испании, Италии и Франции. Также в этом году приятно порадовало увеличение

ТУНИС

о. Джерба, Табарка

Новинка сезона!

МАРОККО

Отдых на океане, широкая экскурсионная программа

ЧЕРНОГОРИЯ

Отдых на Адриатике

СУПЕРАКЦИЯ!

Скидки до 20%!

Дети до 14 лет -

бесплатно!

Эксклюзивные предложения более

чем на 50 отелей

прямые
чартерные рейсы
•
собственная
цепочка отелей



Санкт-Петербург, Невский пр., 88
(812) 335-2021, 273-3028, 652-1634 (74),
652-2391, 658-7736, без обеда и выходных
WWW.EXPRESSTOURS.RU

Москва, Орликов пер., д. 4
(495) 651-9354, (495) 741-7365
WWW.GRAND-PTC.RU



числа длительных бронирований (на месяц-два или даже на все лето), — говорит директор по продажам и маркетингу компании Interhome Наталья Кулигина. — Хорватия, к сожалению, в силу отсутствия виз, не вызывает у наших граждан потребности раннего бронирования... Самые мудрые клиенты сразу по возвращении с отдыха присылают заявки на следующий год (особенно это касается уже опробованных объектов). Семьи бронируют как большие дома с бассейнами и садами, так и небольшие квартиры для 2–4 человек. Вне конкуренции дома на Коста-Бланка, апартаменты в Коста-Дорада и Коста-Брава. В Италии — это Версилья, Лацио, а во Франции — не только знаменитые курорты Лазурного Берега, но и более дешевые и демократичные курорты Лангедока, а также милейшие городки Прованса.

Что касается объемов продаж, то, по мнению Натальи Кулигиной, по всем средиземноморским странам рост этим летом составит до 38%. «Во многом благодаря расширенному портфолио апартаментов на Адриатике (регион Римини) радует Италия, а вот продажи по Сицилии практически стремятся к нулю: слухи о нелегальных мигрантах с африканского континента сильно напугали наших туристов,



— отмечает она. — Несмотря на хорошие показатели продаж французского побережья, хотелось бы более активного спроса. Хорватия только начинает «летнее ралли» — мы надеемся на резкое увеличение продаж в июле, когда визовые страны уже будут закрыты для last-minute туристов. Хочется надеяться, что к этому времени еще останутся и авиабилеты по разумной цене».

Проблемные новички

Новинкам сезона не везет: практически все новые для туристического рынка Петербурга направления продаются с большим трудом.

Во-первых, уже было заявленный чартер из Петербурга на Сардинию так и не взлетел.

«Из Москвы такая программа есть, но из города на Неве по разным причинам организовать ее так и не получилось, — говорит Мария Бакерина. — Пока запуск цепочки на Сардинию из Петербурга отложен на год».

«Путевки на первые рейсы в Неаполь продаются «со скрипом», с большими скидками, — не скрывает Тамара Ро. — Но другого выхода пока нет — направление надо «раскручивать». Тот факт, что спрос невелик, связываем с отсутствием в городе его продвижения: люди мало знают о возможности посетить это итальянское побережье. К тому же оно имеет определенную специфику, и пока ценится только у тех, кто реально представляет его преимуществам».

Ее слова подтверждает и Светлана Беляшова из «Фламинго».

«Неаполитанские рейсы грузятся с большим трудом, — констатирует она. — И причин тому несколько. Во-первых, цены на отдых на этом побережье все же заметно выше, чем по тому же Римини. Во-вторых, оно гораздо менее известно и потенциальные путешественники просто не знают о том, что там можно отдохнуть. Компании продвигают направление за собственный счет, и порой усилий не хватает. Но отказываться от него мы пока не собираемся».

Резюме

Треть дистанции летнего сезона фактически уже пройдена — и она по большинству направлений оказалась «быстрее» и лучше прошлогодней по показателям.

Однако радоваться все же рано, поскольку самые сложные этапы продаж еще впереди. Конечно, раннее бронирование и возросший спрос могут сгладить влияние любого негатива, но почитать на лаврах не приходится. И ситуация на таких направлениях, как Греция и Тунис, показывает, что в течение всего сезона туроператорам придется чутко следить и за спросом, и за действиями партнеров. Рынок ошибок не прощает...

Владимир СЕРГАЧЕВ






При поддержке

XIX МЕЖДУНАРОДНАЯ ТУРИСТСКАЯ ВЫСТАВКА

INWETEX

CIS TRAVEL MARKET

12 – 14 ОКТЯБРЯ 2011

Санкт-Петербург, ЛЕНЭКСПО, 7 павильон

- XI Петербургский туристский Форум “Новый взгляд на Россию”
- XVI специализированная выставка “КУРОРТЫ”
- V специализированная выставка “MICE-индустрия”
- II специализированная выставка “Медицинский туризм”

Организаторы




www.restec.ru/travelexpo Тел.: (812) 320-61-34

Швейцарские озера. Лучшие предложения

Россия для Швейцарии – стратегически важный растущий рынок. Согласно экспертным оценкам Oxford Economics, которые приводит Switzerland Tourism, совокупные расходы на выездной туризм в России в 2011 г. составят \$29,53 млрд и предположительно вырастут до \$38,4 млрд в 2015 г. По этому критерию Россия сегодня входит в шестерку ключевых рынков – партнеров Швейцарии наряду с Германией, США, Китаем, Великобританией и Францией.

Как считает директор московского офиса Switzerland Tourism Йонас Эттлин, российский рынок преодолел последствия финансового кризиса еще в 2010 г., когда число ночевков наших соотечественников в Швейцарии выросло на 2,9 % и составило 467,9 тыс. При этом на зимний период пришлось 57 % ночевков (-1,5 % по сравнению с 2009 г.), а на летний – 43 % (+5,3 %). Положительная динамика сохраняется и в этом году: прирост ночевков за первые два месяца составил 6,6 %, а за зимний сезон, с ноября по февраль, – 8,3 %.

По оценке Switzerland Tourism, российские гости – это в основном индивидуальные туристы старше 30 лет, которые выбирают один город или курорт, где останавливаются



в гостиницах 3–5* на неделю или больше. Семьи с детьми отдают предпочтение недельному отдыху в отелях 3–4*. Популярен у россиян и MICE-туризм, деловые путешественники выбирают отели 3–4*, в группе может быть от 3 до 300 человек, а продолжительность поездки составляет 3–4 дня. Самые мобильные гости страны – молодые люди 20–30 лет, которые путешествуют парами или компаниями до 10 человек, останавливаясь в отелях 3–4*.

Любимый месяц для посещения Швейцарии у наших соотечественников – январь, на втором месте – март, на третьем – август, причем в последнее время россияне все чаще предпочитают швейцарские озера традиционному пляжному отдыху в жарких странах. В чем

же «изюминка» летнего отдыха на швейцарских озерах?

– Кристально чистая вода, великолепно оборудованные пляжи, уютные города и очаровательные деревушки, шикарный сервис и традиционное швейцарское гостеприимство, добавьте к этому гастрономические изыски, и вы получите поистине идеальную формулу летнего отдыха – так ответила на этот вопрос **генеральный директор представительства туроператора Open Up в Петербурге Анна Ярилова**.

В стране 1484 озера, и туристы могут выбрать любое, сообразуясь со своими желаниями. «Здесь, в атмосфере комфорта и умиротворения, каждый найдет себе занятие по душе – любителей активного отдыха ждут катамараны, параглайдинг, сер-

финг, велосипедный спорт и пешеходные прогулки, любознательные туристы могут посетить множество музеев, замков, попутешествовать на панорамных поездах, а любители пассивного отдыха – расслабиться на термальных курортах, опробовав на себе чудодейственные SPA-процедуры, – отмечает Анна Ярилова. – Если говорить о предпочтениях наших клиентов, то в данный момент мы имеем примерно одинаковое количество любителей активного, культурного и оздоровительного отдыха».

– В летнее время у наших клиентов очень популярны кантон Тичино и регион Женевского озера. Здесь много детских лагерей, и, конечно же, родители, отправив свое чадо на каникулы, не единоразово прилетают навесить его и останавливаются на этих курортах или неподалеку. В целом запросов по летнему отдыху в Швейцарии с каждым годом становится все больше. В основном это связано с разработкой и предложением новых туристических маршрутов и направлений, – констатирует **генеральный директор компании «Швейцарский Дом Путешествий» Роман Перевертун**.

Регион Женевского озера в 2011 г. открыл в Москве соб-





*Больше,
чем туроператор!*

- Шикарные SPA-отели Швейцарии и Австрии по самым привлекательным ценам
- Отдых на лучших термальных курортах Европы
- Лечебные и оздоровительные программы
- Ежедневные групповые программы по Швейцарии, а также Швейцария + Германия, Австрия, Франция, Италия, Чехия
- САМАЯ МОДНАЯ ТЕНДЕНЦИЯ ЛЕТНЕГО СЕЗОНА – отдых на озерах Швейцарии и Австрии
- Железнодорожные билеты, панорамные маршруты по всей Швейцарии
- Обучение и лучшие детские языковые школы
- Выгодные цены и быстрое подтверждение заявок на отели и апартаменты
- Авиабилеты a/k SWISS
- Собственный автопарк, русскоговорящие водители, гиды и переводчики



(812) 712 92 30, 954 45 47
www.openup.ru



Швейцарский

Дом Путешествий



www.swisshouse.ru

Switzerland
Network Specialist

Швейцария

Австрия, Франция, Италия, Испания, Греция

ЭКСКУРСИОННЫЕ ГРУППОВЫЕ ПРОГРАММЫ

Классическая Швейцария (еженедельно)

Летняя Швейцария, Золотой Перевал

Классическая Вена, Очаровательная Вена

Комбинированные программы:

Классическая Европа, Мечты Сбываются

ОТДЫХ НА ЖИВОПИСНЫХ ОЗЕРАХ ШВЕЙЦАРИИ

Montreux Palace 5*, Montreux

Hotel Eden Roc 5*, Ascona

Royal Plaza 5*, Montreux

Hotel Villa Sassa 4*, Lugano

Beau-Rivage Palace 5*, Lausanne

Hotel Vitznauerhof 5*, Vitznau

La Reserve 5*, Geneva

Park Hotel Weggis 5*, Weggis



МЫ ПРЕДЛАГАЕМ В ШВЕЙЦАРИИ:

Детские летние лагеря

Лечение и медицинское обследование в клиниках

Термальные курорты и Спа-отели

Железнодорожные билеты Swiss Travel System

Авиабилеты зарубежных и российских авиакомпаний

Мы откроем для Вас все уголки Швейцарии!

Тел: (812) 325 88 66

Швейцарский Клуб
Санкт-Петербург



№ в реестре туроператоров МТЗ 001772

ственное представительство. Его цель — продвижение на российском рынке Женевы, Лозанны, Виллара, Монтрé и Веве. Среди новых предложений швейцарских туроператоров — Дни открытых дверей на виноградниках Лаво, которые признаны Всемирным наследием ЮНЕСКО, посещение старинных замков с дегустацией вин, культурно-познавательные туры по городам, мини-круизы по Женевскому озеру, а также 23 маршрута для хайкинга, 12 — для велосипедов и 8 — для горных велосипедов. В 2011 г. эти маршруты пополнили национальную сеть SuisseMobile, благодаря которой путешественники знакомятся со страной легко, весело и активно.

— В этом году наша компания предлагает различные пешеходные и велосипедные маршруты. Спрос на них становится все более очевидным, так как природа и ландшафт Швейцарии никого не оставят равнодушным, — отмечает Роман Перевертун. — Также на протяжении всего летнего сезона в разных уголках страны проходят многочисленные музыкальные и кинофестивали, выставки и мероприятия, которые привлекают туристов.

К примеру, в Лозанне летом проходит более 400 бесплатных мероприятий, во время фестиваля de la Cité — 120 спектаклей, а лишь за один праздничный день Fete de la Musique — 140 концертов. Однако Лозанна не только центр культуры, но и олимпийская столица — здесь находятся штаб-квартира МОК и Олимпийский музей. С 10 по 16 июля в городе пройдет крупнейший в мире фестиваль гимнастики Gymnaestrada, в котором примут участие более 20 тыс. любителей этого вида спорта.

Культурная столица страны — Женева в августе, во время La Batie — фестиваля современной музыки, танца и театральных постановок, превращается в одну большую концертную площадку. Популярный у туристов праздник Les Fetes de Geneve в этом году продлится с 21 июля по 14 августа, а его почетным гостем будет Индия.

Курортные городки Монтрé и Веве — жемчужины Швейцарской ривьеры. Лето — лучшее время для посещения этих курортов. Теплые солнечные дни идеально подходят для пеших и велосипедных прогулок вдоль озера, а также для водных видов спорта. Монтрé можно назвать Меккой для меломанов: уже более 40 лет в июле здесь проходит джазовый фестиваль, собирающий знаменитостей со всего мира. С 1 по 15 июля на открытых площадках состоится

около 350 концертов, на которых ожидается более 200 тыс. зрителей. Веве посещают ценители винного искусства — Fete des Vignerons проходит здесь по воскресеньям в течение всей осени.

Впрочем, все больше туристов едут сюда за красотой и здоровьем: современные клиники и SPA-центры предлагают полный комплекс процедур по уходу за лицом и телом, избавлению от лишнего веса и омоложению. Оздоровительные программы составлены так, что у гостей остается свободное время для путешествий на «Шоколадном поезде» и «Винном экспрессе» и для экскурсий в Шильонский замок, воспетый Байроном, и в замок Грюйер.

Нынешним летом гостиницы региона Женевского озера проводят специальную акцию для семей с детьми: дети в возрасте до 9 лет (а в некоторых отелях — до 12 или 16 лет) могут пользоваться горными подъемниками и размещаться в одном номере с родителями бесплатно. А карточка гостя Montreux Riviera Card, распространяющаяся бесплатно во всех отелях региона, включает в себя новые предложения: бесплатный проезд автобусами и поездами между Веве и Вильневом и 50-процентную скидку на круиз CGN «Прекрасные альпийские пейзажи» на Женевском озере и на проезд по горным железным дорогам.

Озеро Невшатель — самое большое на территории страны, но знаменито не только этим. На его берегу находится лучший равнинный термальный курорт Швейцарии — Ивердон-ле-Ба. Расположенный здесь комплекс Grand Hotel des Bains, где проходят реабилитацию члены олимпийской сборной Швейцарии, специализируется в основном на послеоперационном восстановительном лечении, а также на лечении болезней опорно-двигательного аппарата, органов дыхания, неврологических расстройств. Купание в термах приятно дополняют купание в озере, виндсерфинг и рыбалка, а также экскурсии в город Невшатель, который помимо «Часовой долины», музеев и Центра Дюрренманта славится праздниками и фестивалями — вина, цветов, фантастических фильмов, духовых оркестров. А близость Женевы и Лозанны делает культурную программу еще более насыщенной.

Люцернское озеро — лучший выбор для путешественников, мечтающих о единении с природой. Рядом с Люцерном находятся курортные городки Веггис и Вицнау. Оздоровительный отдых гармонично

сочетается с прогулками по средневековым улочкам и мостам Люцерна, с посещением музеев, с музыкальными праздниками — Blue Balls в июле и Internationale Musikfestwochen Luzern в августе, с тематическими и гастрономическими круизами на старинных колесных пароходах. В регионе есть все возможности и для активного отдыха — от серфинга до клиф-дайвинга: так, 27 августа на Люцернском озере пройдет Кубок мира по этому экстремальному виду спорта. На горе Риги, которую жители Люцерна называют «королевой гор», открыт первый в Швейцарии парк для скандинавской ходьбы, а трассы Титлиса и летом не разочаруют горнолыжников.

«Люцернское озеро наиболее популярно у наших туристов — живописное, с прекрасными пляжами, расположено в центре страны, поэтому отсюда удобно путешествовать по всей Швейцарии. Плюс архитектурные жемчужины Люцерна и идеальные возможности для шопинга», — отмечает Анна Ярилова.

Озера Тун и Бриенц и расположены между ними городок Интерлакен — одно из интересных мест для активного отдыха и экскурсий. В Интерлакене надо непременно подняться на Юнгфрауйох (3454 м) — железнодорожную станцию, построенную в начале XX в., посетить вращающийся ресторан «Пиц Глория» на горе Шильхорн, где снимался фильм о Джеймсе Бонде, посмотреть театрализованное представление «Вильгельм Телль», которое проходит в июле. И, разумеется, отдохнуть в великолепных SPA. Тун — самое посещаемое озеро в Швейцарии, на нем созданы все условия для занятий виндсерфингом, водными лыжами, парусным спортом, а Бриенц запомнится потрясающим водопадом Гиссбах, низвергающимся в озеро прямо с ледников. Вода в озерах прохладная, поэтому для купания подходит не всем, а вот любители рыбалки могут попытаться здесь счастья.

Озера Маджоре и Лугано, самые теплые в Швейцарии, находятся в Тичино, на границе с Италией. На озере Маджоре расположены фешенебельные курорты Аскона и Локарно. Первый известен джазовым фестивалем и музыкальными неделями Settimane Musicali, а второй прославился знаменитым кинофестивалем, история которого насчитывает уже 60 лет. В этом году площадь Гранде превратится в огромный кинотеатр, рассчитанный на 8 тыс.



зрителей, с 3 по 13 августа. На озере Лугано в июле проходит авиашоу, а в августе и сентябре — гастрономический и винный фестивали. Многочисленные виллы на его берегах окружены парками. Наиболее известные из них — Парк оливковых деревьев, созданный по инициативе Общества друзей оливкового дерева, и парк «Швейцария в миниатюре», где можно прокатиться по железной дороге длиной 3,5 км и полюбоваться на 120 мини-дворцов, замков и соборов, окруженных 1,5 тыс. деревьев и 15 тыс. цветов.

«Озера Лугано и Маджоре, на мой взгляд, идеальное место для летнего отдыха. Непосредственная близость к Италии сильно повлияла на климатические и культурные особенности данного региона — он производит впечатление типичного южного города с теплым средиземноморским климатом и особой живой непринужденной атмосферой, характерной для стран Южной Европы. Прекрасные парки с субтропическими растениями и цветами, старинные дворцы в стиле классицизма, исторические памятники, много солнца

и озерная гладь, открытые дружелюбные люди. Типично итальянские площади с уютными кафе приглашают насладиться на свежем воздухе блюдами местной кухни под мелодичные звуки итальянской речи. Вода в озерах прогревается в августе до 24 °С. Отдыхающие могут купаться и заниматься водными видами спорта: виндсерфингом, параглайдингом, водными лыжами, ходить под парусом. Очень популярны пешеходные прогулки по горным тропам, верховая езда, горные велосипеды, гольф», — комментирует Анна Ярилова.

Озеро Санкт-Мориц, расположенное на «вершине мира», привлекает туристов круглый год: скачки, поло и гольф на льду сменяются летними гонками яхтсменов. Велосипедные маршруты вокруг озера считаются одними из лучших в мире, а электровелосипеды — самым модным способом познакомиться с регионом. Этим летом гости Санкт-Морица могут воспользоваться специальным предложением «Горные железные дороги включены»: остановившись минимум на две ночи в любом из 90 отелей, ту-

ристы имеют право бесплатно пользоваться 13 фуникулерами и кабельными подъемниками; некоторые отели также предоставляют право бесплатного проезда общественным транспортом.

Озеро Санкт-Леонард — особенное среди многочисленных швейцарских озер. Знаменитое подземное озеро находится вблизи города Сьон, столицы кантона Вале. Для путешественников с марта по ноябрь здесь организуются специальные туры на лодках. Во время экскурсии можно познакомиться с историей и геологическим строением грота и в деталях изучить подводный мир озера — настолько прозрачна его вода. По свидетельству очевидцев, озеро Санкт-Леонард обладает особой притягательной силой, поэтому неудивительно, что его ежегодно посещает около 80 тыс. туристов.

В общем, сколько озер в Швейцарии — столько и предложений. Мы попросили наших экспертов назвать лучшие из них.

— Говорить о нескольких отдельных предложениях не совсем правильно, так как предпочтения у каждого клиента свои, и на основе этих предпочтений мы рекомендуем конкретное место, озеро или курорт, где он получит именно то, что желает. Мы предлагаем отдых в кантоне Тичино — на озерах Лугано и Маджоре, предлагаем посетить долины Маджо и Верзаско, которые поразят туристов своей красотой, отдохнуть на курортах Веггис и Виццано на Люцернском озере, приехать на Женевское озеро в дни джазового фестиваля и остановиться в величественных отелях Монтрё и Лозанны или на озера Тун и Бриенц, остановиться в городке Интерлакен и подняться на Юнгфрауйох... Все зависит от пожеланий туристов, а мы, как профессионалы по Швейцарии, поможем сделать правильный выбор, — ответил Роман Перевертун.

По мнению Анны Яриловой, в этом сезоне у туроператора Open Up предложений много, как никогда: «Есть возможность сочетать экскурсионную программу с отдыхом на озерах Тичино, с нашим, ставшим уже широко известным туром «Каникулы в стране озер», также есть привлекательные предложения по отдыху на озерах в отелях и апартаментах различных ценовых категорий. Какой бы вариант отдыха вы ни выбрали, компания Open Up воплотит любые ваши мечты».

Подготовила
Екатерина ГУБАНОВА

Швейцарское лето в разгаре

Швейцария делает все, чтобы сделать летний отдых своих гостей незабываемым. В этом смогли убедиться профессионалы турбизнеса трех городов России: Ростова-на-Дону, Екатеринбург и Санкт-Петербурга, побывав на воркшопах, организованных в июне Switzerland Tourism.

Обсудить возможности сотрудничества и поделиться новостями с региональным турбизнесом прибыли представители офисов по туризму Женевы, регионов Женевского озера и Маттерхорна, швейцарского туроператора Incotrade, сети клиник Genolier Swiss Medical Network, компании Interhome, предлагающей аренду апартаментов и шале, и многие другие.

Правильная рекламная политика (в том числе и оригинальные ролики), направленная в первую очередь на продвижение летних маршрутов, позволила Швейцарии повысить интерес к последним со стороны иностранных туристов. При этом сами швейцарцы — достойный пример для подражания. Так, экономичные автомобили они давно заменили комфортабельными панорамными поездами и скоростными велосипедами, а 35 % жителей Швейцарии сегодня вообще предпочитают путешествовать пешком (хайкинг). Швейцария — родина самых высоких вершин (более 47 четырехтысячников) и, пожалуй, самых красивых озер, самых вкусных сыров (более 450 сортов) и, как оказалось, отменных вин (свыше 500 сортов)... И каждый уважающий себя швейцарец знает, как все это преподнести гостю!

Марокко: шкатулка для впечатлений

Страна действительно напоминает антикварную шкатулку из дорогого дубовитого дерева, которую долго никто не открывал. А когда это случилось, оказалось, что в ней спрятано так много интересного, что каждая из талящихся в ее глубине «вещиц» вызывает целую бурю эмоций.

Что обычно приходит на ум при упоминании Марокко? Воспоминания из школьной географии о том, что это где-то на северо-западе Африки, куда можно добраться через Гибралтар. Любимый советский фрукт, мандарин, украшенный лако-ничным ромбом Магос. Касабланка, город и фильм...

Курс на туризм

Нынешний глава марокканского государства, король Мохаммед VI, еще в 2001 г. объявил о введении в действие новой туристической политики Марокко. Она получила название Vision 2010 и представляла собой долгосрочную программу по устойчивому ускоренному развитию туризма.

За 10 лет, благодаря тщательной разработке стратегии продвижения туристического продукта на мировом рынке, либерализации воздушного транспорта и ряду других мер, международный въездной турпоток в Марокко значительно вырос. Даже в 2009-м, когда во многих странах кризис его резко снизил, в этой был зафиксирован рост въездного турпотока на 6 %. За 10 лет количество иностранных туристов, посещающих Марокко, увеличилось почти вдвое, составив в 2010 г. около 9,2 млн человек, а объем доходов от туризма, являющегося одним из основных экспортных продуктов, увеличился в 3 раза.

Марокко является членом UNWTO с 1975 г., однако активно развиваться туризм стал как раз в последние 10 лет. Первую скрипку в этом процессе «играет» сам Мохаммед VI, который не раз подчеркивал, что туризм и его продвижение являются в ближайшие годы приоритетным направлением развития страны. С учетом недавних событий в Африке и на Ближнем Востоке король не зря делает ставку на туризм, справедливо полагая, что увеличение въездного турпотока поднимет Марокко на более высокий культурный уровень и создаст в стране большое количество новых рабочих мест. А если у населения есть работа и доходы, то и королю жить спокойнее...

В связи с этим в Марокко реализуют уже новую программу развития туризма, рассчитанную вплоть до 2020 г. Планы у марокканцев амбициозные: в течение этого периода они намерены вдвое увеличить въездной турпоток, построить новые отели на 200 тыс. мест и создать в отрасли 147 тыс. рабочих мест.

Наш вклад

«Сейчас Марокко ежегодно принимает до 10 млн туристов, но к 2020 г. мы готовы увеличить их количество до 20 млн человек, — заявил недавно директор представительства Национального марокканского офиса по туризму в России и СНГ Самир Сууси Риах. — Российский турпоток пока сравнительно невелик, но благодаря новым авиарейсам, развитию инфраструктуры и продвижению страны в



России мы надеемся на его активный рост».

Действительно, пока число туристов из России в Марокко не превышает 40 тыс. человек в год, и по этому показателю мы значительно уступаем традиционным для этой страны путешественникам из Европы. В первую очередь — французам, испанцам, португальцам, немцам и т. д.: их количество в Марокко измеряют сотнями тысяч. Однако марокканские туристические власти не намерены бросать слов на ветер: они подкрепляют их реальными делами, действительно активно продвигая возможности страны в России и затрачивая на это большие средства. Поэтому их амбициозные планы к 2014 г. увеличить турпоток из нашей страны в Марокко до 350 тыс. человек в год могут быть реализованы.

В этой связи вполне логичным стало открытие в 2011 г. нового регулярного рейса из Москвы в Касабланку (3 раза в неделю на борту авиакомпании Royal Air Maroc) и нового чартерного рейса из Петербурга в Агадир, организованного турфирмой «Нева» на лайнере компании Nord Star. Первый, в частности, очень удобен для тех российских туристов, которые хотели бы отдохнуть на атлантическом побережье в районе Касабланки (включая и расположенный неподалеку от нее новый курорт Mazagan), а второй хорош для желающих отдохнуть в Агадире и на прилегающих к нему курортах.

Инфраструктура

Можно сказать однозначно: в последние годы власти Марокко не жалеют денег на развитие туристической инфраструктуры. Причем это касается не только строительства новых отелей, но и общего обустройства курортов и создания комфортных условий для пребывания туристов. В частности, российским дорогам еще далеко до марокканских, и поэтому даже длительные поездки по горным трассам утомительными не кажутся.

По приблизительным экспертным оценкам, в настоящее время в Марокко насчитывают свыше 600 классных гостиниц всех категорий на более чем 103 тыс. мест. Основной туристической зоной пока считается «золотой треугольник» Агадир — Марракеш — Уарзат, где сосредоточено около половины ресурсов отрасли. Крупнейшими туристическими центрами Марокко (по числу гостиничных мест) являются Агадир, Марракеш и Касабланка, однако в последние годы очень активно развиваются и другие регионы.

Только в Фесе, например, уже имеется около 7,3 тыс. гостиничных мест и их число постоянно растет. В Эль-Джадиде около года назад открыл свои двери туристический комплекс Mazagan, который построен в рамках государственного проекта. Он располагает более чем 500 номерами самого разного формата (включая и королевский съют площадью 342 кв. м), а также отдельными виллами с 3–5 спальнями, огромным SPA-комплексом, казино и т. д. Планы властей Марокко ввести до 2020 г. в эксплуатацию 200 тыс. новых мест в отелях утопией вовсе не кажутся: под Агадиром, например, строится большой курорт Могадор, а только на атлантическом побережье развивают сразу 6 новых курортных проектов. В рамках привлечения как можно большего числа иностранных туристов власти Марокко планируют открыть и новую курортную зону на побережье Средиземного моря (Саадия). По оценке специалистов, несколько только что построенных отелей, расположенных здесь, смогут одновременно принять до 16 тыс. отдыхающих.

Не дремлют и международные гостиничные цепочки. 1 мая этого года RIU Hotels & Resorts открыла в Марокко сразу два отеля (один в Агадире, другой — в Марракеше), а к зиме планирует открыть Riu Palace Tikida Agadir на 462 номера. Этот отель станет третьим для оператора в Агадире и шестым в Марокко. Впрочем, и другие операторы давно считают должным иметь в этой стране собственные гостиницы самого разного уровня, включая, к примеру, и недорогие отели Ibis.

Однако и местные гостиничные бренды предлагают прекрасный сервис и целый спектр услуг любого уровня. Atlantic Palace в Агадире — отличное место для спокойного отдыха совсем рядом с Атлантикой. А легендарный La Mamounia в Марракеше вообще своего рода стандарт гостиничного сервиса. Не зря здесь любят останавливаться такие «звезды», как Роберт де Ниро, а когда-то и сам Уинстон Черчилль...

По статистическим данным, средняя цена гостиничного номера в Марокко в 2010 г. составила 83 евро. При этом в Марракеше — 86 евро, а в Касабланке — 89. Вместе с тем довольно большой выбор вариантов размещения позволяет предложить туристу поездку на самый разный бюджет. В том же Марракеше, например, средняя стоимость суток в отеле 3* в 2010 г. составляла 57 евро, в 4* — 73, а в гостинице 5* — 103 евро. Во всяком случае, подобрать



подходящий туристу вариант размещения (как по цене, как и по набору услуг) вполне реально.

Стоит учесть, что пляжи в Марокко муниципальные, очень широкие, и даже расположенные на первой линии отели берут их части в аренду, обустривая лежаками, зонтиками и т. д. Атлантическое побережье характеризуется довольно сильными ветрами и отливами: на пляжах Агадира, например, под вечер вода иногда уходит на сто метров. Поэтому туристы должны знать, что марокканские пляжи выглядят вовсе не так, как египетские: плавать в Атлантике удастся вряд ли, а вот побултыхаться в больших волнах (и даже научиться кататься на доске) — это пожалуйста.

Кто за чем

Тот, кто приезжает в Марокко, зачастую оказывается не готов к восприятию действительности. Просто потому, что отрывочные представления об этой удивительной стране нередко бывают не такими, как ожидалось. Мир Марокко гораздо фантастичнее, экзотичнее, поразительнее и страннее любых мечтаний.

Первое впечатление от страны — светлое, почти белое от зноя небо. Движение на дорогах, кажущееся европейцу почти беспорядочным. Звенящий голос муздына, призывающего к молитве с вершины четырехгранного минарета мечети. Жарко... И только потом, со временем, к белому добавляются другие цвета. Индиго, охры и терракоты. Появляются глиняные дома розовато-карминных оттенков. Опьяняющие запахи дыма, специй, мяты и кожи...

Каждый из приезжающих открывает свой Марокко. Потому что кто-то так и не выедет за пределы Агадира. Будет часами качаться на океанских волнах, загорать под ярким солнцем, поедать в прибрежных кафешках свежайшие морепродукты, а вечерами глазеть на огромную, светящуюся на горе надпись: «Бог. Отечество. Король».

Другой отправится в Марракеш. Терракотовый город, сердцем которого является огромный, бесконечный рынок — «сук». Стоит туда войти — и уже скоро голова начинает гудеть, а в глазах рябит от разноцветной керамики, джалабов, гор специй и сушеных фруктов. Здесь, в Марракеше, Ив Сен-Лоран и Пьер Берже купили участок, на котором с 1921 г. располагался «Сад Мажореля», французского художника и ученого-энтузиаста, собиравшего местной флоры. В середине XX в. сад пришел в запустение, но новые владельцы восстанови-

ли его красоту. А виллу Сен-Лорана видно в щель забора...

Главный ориентир в Марракеше — старинная мечеть Кутубия, неподалеку от которой начинается центральная рыночная площадь Джема-эль-Фна. Вечером ее занимают предсказатели судьбы, рассказчики сказок и легенд, заклинатели змей и музыканты-гнауа (потомки чернокожих рабов из Сахары). А еще танцоры, актеры, фокусники, акробаты и вообще непонятно кто. Дети крутят сальто, мужики глотают огонь... Слепцы-сказители загадывают загадки, а гадалки обещают изменить будущее. Тут же стригут-бреют, ткнут и рисуют. А потом, в сгущающейся темноте, разгораются угли жаровень, на которых готовят кебаб, жареные овощи и картофель. Варят-жарят-стругают-шинкуют — и кормят от пуза...

Фес, одна из бывших столиц Марокко, — город поразительный. Жаркий и запрительно аутентичный. Глиняные постройки VIII в. охраняют ЮНЕСКО, но здания цвета пустыни осыпаются медленно и неуклонно. Фесская медина — одна из самых больших и древних в стране: в ее запутанные улочки лучше не углубляться без провожатых, а поверхность сплошь утыкана спутниковыми тарелками. По улицам медины, на которые никогда не проникает солнце, постоянно течет людской ручей. Мужчины в джалабах и ярко-желтых бабушах на босу ногу. Женщины, у которых на шиколотках искусно выведены хинные узоры. Мальчишки и девчонки в школьной форме, прытко снующие в толпе. А еще вездесущие торговцы и ослы, везущие товар...

Касабланка хоть и находится в Марокко, но космополитична. Французские колонизаторы застраивали ее на европейский лад — от сочетания европейской архитектуры (в том числе в стиле арт-деко) и арабского менталитета она так странно и выглядит. Ее символ — крупнейшая ме-

четь мусульманского мира, выстроенная на специально насыпанном полуострове. Мечеть Хассана II может вместить до 25 тыс. человек и втыкается в небо 200-метровым минаретом, с которого по ночам в сторону Мекки светит лазерный луч. Она открыта для посещения туристов и выложена зеленым, бордовым и розовым мрамором, отполированным, как зеркало. А вокруг нее, на прилегающей площади, могут расположиться более 80 тыс. человек...

Эс-Суэйра — элегантное местечко на Атлантике, которое вовсе не похоже на другие марокканские города. Таких множество в Испании и Греции — здесь отдают предпочтение только белому и лазурному. На берегу океана стоят белоснежные дома, глядящие вдаль голубыми окнами... Картинные галереи, художественные салоны и виды, от которых у фотографа кружится голова, — это Эс-Суэйра. А еще это старые корабли с облупившейся на днищах оранжевой, зеленой и голубой краской. Пучки разноцветных флажков. Горы крупных сетей и якоря. И конечно, чайки. Большие и наглые, норвящие спереть у рыбаков их улов прямо на берегу — их отгоняют палками. Впечатляет и раскинувшаяся на набережной вереница уличных кафе. Прямо на жаровне готовится утренний улов, и можно отведать на глазах зажаренных сардинок, крабов и кальмаров. Употребив их под выхвачый тут же апельсинный или мандариновый сок...

А ведь это только предчувствие Марокко. Потому что есть Рабат и Мекнес. Танжер и Сафи. Кенитра и Тизнит. Огромная страна в стране, ради которой приезжает немало туристов, — пустыня Сахара. Марокканская Швейцария, расположенная в районе городка Ифрана. И даже два горнолыжных курорта...

Серфинг под парусом и без. Гольф. Прогулки на лошадях и верблюдах. Концерты на открытых площадках. Выставки современной живописи и традиционных ремесел. Рынки, на которых можно купить удивительные вещи по приемлемым ценам. Марокко как раз и хорош тем, что в этой стране традиции и современность, Запад и Восток, те или иные интересы переплелись так тесно, что создали новую, ни на что не похожую реальность.

Мир Марокко, который российские туристы только начинают познавать...

Владимир СЕРГАЧЕВ
Автор благодарит турфирму «Нева»,
а также принимающую компанию
New Approach Holidays за организацию
поездки в Марокко

www.nevatravel.ru



Шопинг – это не только покупки

Отношение к шопингу как к туристическому продукту в нашей стране неоднозначное. Его развивают как вид выездного туризма, на внутреннем рынке практически никто не работает в этом направлении, несмотря на то что туристический шопинг – мощная статья доходов для страны.

В прошлом году, например, российские туристы вывезли за рубеж \$26,5 млрд. Такие данные приводит Росбалт со ссылкой на Российский союз туристической индустрии. Всего, по подсчетам РСТ, в 2010 г. из России за границу выехало 12 млн россиян. Таким образом, в среднем каждый россиянин потратил за рубежом более \$2,2 тыс.

На шопинг сегодня можно поехать во многие страны мира, но каждый год появляются новые предложения для туристов, предпочитающих сочетать отдых с походами по магазинам. Причина – экономическая целесообразность таких туров. Только россияне освоились на распродажах в Милане и Париже, как с такой же целью их пригласили в Лондон. В Азии успех Дубайского торгового фестиваля вдохновил власти Малайзии провести такой же в Куала-Лумпуре. Финляндия на протяжении последних пяти лет остается Меккой для петербургских туристов, предпочитающих бюджетный шопинг.

Оценить конкурентоспособность таких предложений мы попросили специалистов, развивающих это направление туризма на российском рынке.

Шопинг по-английски

Марина Шаталова, PR-специалист московского представительства Управления по туризму Великобритании VisitBritain, считает, что туристический шопинг является высококонкурентоспособным товаром на рынке туристических услуг. «Нередко общая сумма, потраченная туристами на шопинг за рубежом, превышает базовые расходы на поездку в целом, – отметила она. – Ввиду этого многие туркомпании все чаще стали включать шопинг в программы своих туров и сотрудничать с зарубежными торговыми центрами».

Как правило, шопинг является обязательной составляющей любой поездки российских туристов за рубеж, и Великобритания в этом списке не исключение. Согласно исследованию, проведенному VisitBritain в конце 2010 г., более 70 % туристов, приезжающих в Лондон, отправляются в столицу Британии на шопинг, что неудивительно, учитывая обилие магазинов и торговых центров. Более того, практически во всех магазинах Великобритании для граждан иностранных государств действует система Tax free shopping, при которой туристам за все покупки возвращают сумму в размере НДС.

По словам Марины Шаталовой, шопинг в Британии активно востребован российскими гражданами. Пока основным направлением является, конечно, Лондон. Здесь можно найти и знаменитый Оксфорд-стрит, вдоль которой расположено более 300 магазинов, и огромные торговые комплексы Westfield, Selfridges, Promark, H&M, Harrods и другие.



На улицах Карнаби стрит, Риджент стрит и Бонд стрит расположены бутики люксовых и дорогих марок. Магазины Ноттинг-Хилла привлекают любителей необычной и винтажной одежды. И конечно, особую роль в индустрии шопинга Лондона играют уличные рынки – Портобелло роуд, Спиттафилдз, Кэмден маркет: здесь можно найти не только одежду и обувь на любой вкус и бюджет, но и множество товаров по очень привлекательным ценам.

Любители дорогих марок зачастую предпочитают выезд в дизайнерские аутлеты. Одной из наиболее известных у россиян является Bicester Village outlet shopping – так называемая «самая фешенебельная улица за пределами Лондона». Товары люксовых марок (Burberry, Polo Ralph Lauren, Hugo Boss) здесь продают со значительной скидкой, достигающей порой до 50 %.

Шопинг в Британии рассчитан на состоятельных клиентов и, как правило, является дополнением к основному туру. Рекламу для таких распродаж делают тонко, с изысканием – ни в коем случае не демонстрируя навязчивой заинтересованности. Любители шопинга в Великобритании хорошо знают ему цену, ценят эксклюзив и индивидуальный подход. Наверное, поэтому спрос на такую услугу растет.

Азиатский мегахит

В Малайзии шопинг тоже «набирает обороты». В мае стало известно, что популярный летний карнавал распродаж отныне будет именоваться первым – I Malaysia Mega Sale Carnival, получают приставку «I» и два других фестиваля распродаж – I Malaysia Year-End Sale и I Malaysia GP Sale. Этот маркетинговый ход должен привлечь внимание турбизнеса к организации специализированных шоп-туров в Малайзию на заявленный период времени.

Инициатором распродаж выступило Министерство внутренней торговли Малайзии, его поддержали Министерство туризма и Национальный офис по туризму Малайзии. Причем акцент делается не

только на торговлю. В «карнавале» распродаж примут участие компании из различных секторов экономики, среди которых банки, железные дороги, предприятия питания, отели, SPA-центры, туристические объекты, телекоммуникационные, транспортные компании, компании по производству товаров народных промыслов и другие. Все они будут предоставлять скидки и дополнительные льготы на самые разные услуги.

Кроме того, Национальный офис по туризму Малайзии располагает календарем событий в KLCC – одном из крупнейших торговых центров Куала-Лумпура. В мегацентре на улице Букит Бинтаг пройдет масса мероприятий, которые будут интересны любителям шопинга со всего мира. Так, в июне здесь состоялся фестиваль школьных каникул. А с 15 июня по 31 августа здесь пройдет карнавал мегараспродаж.

Период распродаж – это «жаркое» время, когда кошельки покупателей опустошаются в мгновение ока. Но уникальные скидки – не единственное, чем можно воспользоваться в это время, для детей и взрослых придуманы всевозможные привлекательные программы, конкурсы, лотереи. Чего стоит, например, Малайзийский фестиваль современного искусства, на котором можно погрузиться в перформансы или издать понаблюдать за творчеством молодых художников.

Надо сказать, что в календаре событий KLCC обозначены и праздники, которые могут быть интересны туристам, интересующимся культурой этой страны. Например, есть там и праздник окончания поста (Хари Райя Пуаса), и фестиваль Дипавали, и День независимости. Они, правда, тоже сопровождаются выставками и распродажами. Главное – для каждого месяца нашлось что-то особенное, что может привлечь туристов. И это дает основание говорить о том, что туристический шопинг в Малайзии получил поддержку бизнеса и государства.

Сейчас на рынке есть предложения пляжного, лечебного,

спортивно-экологического, культурно-познавательного туризма в Малайзии — наряду с ними шопинг предлагается как самостоятельный продукт.

Финский супермаркет рядом

Несмотря на многочисленные предложения шопинга в европейских и азиатских странах, в Петербурге лидером спроса на эту услугу является Финляндия. Генеральный директор турфирмы «Северная столица» Ольга Провентьева объясняет это многими причинами. Не только хорошей рекламой распродаж и скидок, но и возможностью открыть шенгенскую визу.

«Финляндия приучила нас ездить к ней за хорошими продуктами и товарами, — отметила она. — Это выгодно со всех сторон: открыть шенгенскую визу, которую в большинстве случаев петербуржцы получают в консульстве Финляндии, легче, съездив в короткий шоп-тур. Но главное, туда едут за качественными, экологически чистыми продуктами, надежной бытовой техникой, хорошей одеждой и обувью по ценам ниже, чем в Петербурге. Спрос на эту услугу не снижается. Если оценивать ее по соотношению цена/качество, то наиболее востребованы автобусные туры в Финляндию с целью шопинга».

Привлекательным этот турпродукт на петербургском рынке делает ряд факторов. Во-первых, там действует европейская система скидок. В середине каждого сезона в Финляндии — тотальные распродажи сезонной одежды и обуви. Во-вторых, порядок цен резко отличается от нашего: одна и та же вещь в Петербурге будет стоить дороже. Кроме того, есть рождественские распродажи, где также фантастические скидки.

Еще одна причина, по которой шопинг в Финляндии востребован, это — возврат tax free на границе. В Финляндии его возвращают с покупки стоимостью выше 40 евро. Для сравнения, во Франции tax free возвращают с суммы в 180 евро, в Германии — с суммы в 50 евро. Ниже, чем в Финляндии, порог для tax free только в Швеции. Но петербуржцы привыкли ездить в соседнюю страну.

Что касается продвижения этого турпродукта на нашем рынке, то в случае с Финляндией наиболее эффективно действует «сарафанное радио» — прямая реклама от тех, кто уже съездил в эту страну на шопинг. Но, как сказала Ольга Про-

вентьева, эта же реклама может сработать прямо противоположно, если в поездке произошли какие-то накладки. Потому важно предоставлять туристам качественный турпродукт.

Оценить примерную долю шопинга на рынке туристических услуг гендиректор «Северной столицы» затруднилась, объяснив это тем, что немногие петербургские фирмы продвигают именно туристический шопинг в Финляндии. Многие фирмы позиционируют однодневные туры туда как экскурсионные. Но, как правило, стандартные туры в Финляндию включают в себя и шопинг.

А вот о перспективах этого направления туризма Ольга Провентьева высказалась уверенно: «Шопинг в Финляндии для петербуржцев актуален и будет востребован. У нас, например, до 90 % автобусных туров в Финляндию — однодневные, а автобусы мы отправляем ежедневно. Похожая картина и в других фирмах. При этом надо учитывать, что большой поток россиян ездит на шопинг в Финляндию на собственных автомобилях. А спрос все равно растет».

Резюме

Предложения по шопингу с каждым годом разнообразнее: от эксклюзивных брендовых туров до бюджетных, рассчитанных на среднестатистического туриста. И все больше стран заинтересованы привлечь россиян на шопинг. В прошлом году в Литве впервые прошел международный фестиваль шопинга Akropolis Kaunas Grand Shopping Festival. Скидки в крупнейшем в странах Балтии торгово-развлекательном центре Akropolis Kaunas (Каунас) достигали 90 %. Эффект был такой, что организаторы решили сделать его ежегодным.

Вряд ли это предложение будет конкурировать с шопингом в Великобритании или Малайзии, но, возможно, привлечет тех, кто ищет экономичный вариант шоп-тура.

Российские туристы везде желанные гости, потому что за границей знают — они тратят на покупки много, а значит, инвестируют в экономику тех стран, куда приехали на шопинг. Что констатируют и наши эксперты туриндустрии. А пока, по данным Центробанка РФ, дефицит бюджета по статье «поездки в Россию» за 2010 г. составил \$17,5 млрд — в России иностранные туристы потратили всего \$8,8 млрд.

Елена МУКОВОЗОВА

Каждый третий посетитель бутиков Лазурного Берега — россиянин

Расходы иностранных туристов в бутиках на Лазурном Берегу Франции выросли в январе — апреле 2011 г. на 53 % по сравнению с аналогичным периодом 2010 г., сообщает агентство Франс Пресс со ссылкой на занимающуюся возвратом налога на добавленную стоимость компанию Global Blue.

Среди иностранных клиентов магазинов модных дорогих товаров россияне занимают первое место — 34 %, что на 27 % больше, чем в 2010 г. Покупателей из Китая и Японии во французских бутиках 18 % (плюс 85 % по сравнению с 2010 г.), из стран Ближнего Востока — 14 %.

Около 44 % покупок иностранные туристы совершают в Канне, 22 % — в Монте-Карло, 21 % — в Ницце, 7 % — в Сен-Тропе.

На Лазурном Берегу больше всех тратят туристы из стран Ближнего Востока, средняя покупка которых в одном магазине стоит 1,2 тыс. евро. На втором месте — китайцы, на третьем — россияне с 1,15 тыс. евро.

Больше всего туристы тратили в магазинах Монте-Карло — 1,76 тыс. евро, в Канне — 1,17 тыс., в Сен-Тропе — 1,12 тыс. и в Ницце — 680 евро. В целом на Лазурном Берегу средняя стоимость покупки составляет около 1,03 тыс. евро, тогда как в среднем по Франции 930 евро, пишет Travel.rian.

RATA-news



Российские туристы тратят больше всех в итальянских аутлетах

Российские туристы выбирают для покупок в Италии аутлеты. Согласно исследованию, в прошлом году они потратили там сумму, равную 33 % объема их продаж. В 2009 г. эта сумма составила 30 %.

Китайские туристы потратили соответственно 16 и 13 %. Бразильцы в прошлом году потратили в итальянских аутлетах на 52 % больше, чем в 2009 г.

По словам главы регионального отдела Global Blue Томаса Мостани, эти цифры говорят о важности аутлетов как канала сбыта для модных брендов. «Аутлеты могут способствовать увеличению объемов продаж и расширению клиентской базы», — сказал он.

А вот корейцы, как пишет Euromag, наоборот, предпочитают посещать бутики.

RATA-news



Гольф-туризм шагает по планете

Но почему он минует Петербург?

За последний год в прессе регулярно появляются новости, свидетельствующие, что очередная страна взялась за активное развитие гольф-туризма.

Порадовавшись за все государство, которые поставили продвижение этого направления во главу угла, мы обратили взоры к положению дел в России, и в частности — в Петербурге. Создалось впечатление, что тенденции развития гольф-туризма в мире и участие в этом сегменте турбизнеса Петербурга — разнополярные понятия.

По данным Всемирной туристской организации (World Tourism Organization), сегодня в мире порядка 100 млн человек играют в гольф постоянно. Согласно статистике, в среднем гольфисты приносят казне до \$400–500 в сутки, что в семь раз превышает доходы, которые туриндустрия получает от обычных путешественников.

Гольф-туризм развивается повсеместно: в США, Западной Европе, Юго-Восточной Азии, Австралии, ЮАР. Например, в США индустрия гольфа (включая туризм, производство оборудования, обуви и одежды для гольфа) генерирует денежные потоки, сопоставимые с финансами в ВПК и банковском секторе. Гольф-туризм выделен в особый раздел туризма, гольф-поля пользуются повышенным вниманием девелоперов, а коттеджные поселки, которые строятся по соседству с гольф-полями, получили общепринятое мировое название «гольф-деревни».

Помимо спортивной составляющей у гольфа есть очень важная корпоративная составляющая, которая позволяет включать его в пакеты МICE-туризма. Не случайно в мире гольф-корреспондируется со SPA-услугами.

Вести с полей

На европейском рынке гольфа традиционно лидируют Британия и Шотландия (родина гольфа). Далее следуют Испания и Португалия. На эти страны приходится более 70 % всех гольф-полей и зарегистрированных в Европе игроков.

Элитными направлениями считаются Австрия, Швейцария, север Италии и побережья Франции, Испании и Португалии. Эти рынки гольф-туризма ориентированы на состоятельных иностранных игроков. Например, в Испании и Португалии находятся излюбленные места игры в гольф среди немцев и англичан. Со своей сторо-



ны гольф-клубы способствуют росту цен на жилую застройку, размещение туристов и проведение досуга в непосредственной близости от них. Например, в Испании цены на жилье с видом на гольф-поле выше на 25–30 %. В Великобритании, Ирландии, Франции, Испании, Португалии, Италии продажа гольф-туров все чаще увязывается с эксклюзивным предложением недвижимости, что можно рассматривать как тенденцию развития гольф-туризма, которая заключается в продвижении комбинированных туристских продуктов.

Международная ассоциация операторов гольф-туризма (IAGTO) назвала испанское побережье Коста-Брава самым динамично развивающимся гольф-районом мира. За другим испанским побережьем — Коста-дель-Соль с конца 1980-х гг. закрепилось ироничное название «Коста-дель-Гольф».

В странах Центрально-Восточной Европы рынок гольфа переживает фазу подъема. В Чешской Республике построено 52 поля для гольфа, Польша, Словакия и Венгрия вместе насчитывают 30 полей. По оценкам специалистов, хорошие перспективы роста имеет рынок гольфа в странах Юго-Восточной Европы — Греции, Болгарии и Хорватии.

В бывших социалистических странах строительство стандартного 18-луночного поля обходится в 1,25 млн евро, что почти в 3 раза дешевле, чем в среднем по Европе, Ближнему Востоку и Африке.

Азия является одним из самых быстрорастущих рынков гольф-туризма.

В Западной Азии явным лидером является Дубай (ОАЭ), где гольф начал развиваться в 1980-е гг., а сегодня здесь реализуется грандиозный проект Dubai Golf City стоимостью около \$2 млрд.

До второй половины 1990-х гг. первоначально в Японии, а затем в ряде стран Юго-

Восточной Азии гольф утвердился как элитарный вид спорта и эксклюзивный продукт. В результате валютно-финансового кризиса конца 1990-х гг. азиатская модель развития гольфа претерпела коренные изменения. По данным журнала «Азиатский гольф», в 1998 г., в разгар кризиса, в регионе (без учета Японии) насчитывалось 3,8 млн гольфистов и более 1200 полей. К 2008 г. число игроков увеличилось в 2 раза. «Гольфомания» охватила новые страны Азии, распространившись из Японии и Южной Кореи в юго-восточном направлении (Малайзия, Сингапур, Таиланд, Филиппины, Индонезия), а затем охватила Китай, а также ряд стран Южной Азии, прежде всего Индию. Лидерами отрасли в регионе считаются Малайзия и Таиланд. Здесь доходы от спортивного туризма составляют примерно \$800 млн каждый год, причем данный показатель стабильно увеличивается ежегодно на 10 %.

Знаменательно, что сегодня о развитии гольф-туризма с места в карьер заявляют такие страны, которые и классический турпродукт начали развивать не так давно, например Непал, Вьетнам.

Во Вьетнаме в 2009 г. был открыт гольф-клуб Montgomerie Links Vietnam, строили этот объект около двух лет, вложив в проект примерно \$54 млн. В провинции Тхьятхьен-Хюэ к 2012 г. откроется новый шикарный курортный комплекс под названием Laguna Hue. Расположен он будет всего лишь в часе езды от международных аэропортов Хюэ и Дананга. На территории курорта будет семь отелей известнейших мировых брендов. Общее количество гостиничных номеров составит 2000. Но гольф — не единственное развлечение для гостей курорта. Здесь будут организованы поездки и экскурсии в древнейший город Хюэ, который является объектом охраны ЮНЕСКО, и в тор-

говый порт Хойан. Как считают вьетнамские туроператоры, ставка на гольф вполне оправдана и целесообразна. Гольф-туризм Азии, набирающий обороты, «попадает в точку»: помимо обеспеченных туристов владельцы полей привлекают внимание еще и спортивных ассоциаций, которые находятся в постоянном поиске новых территорий для проведения международных соревнований.

В Непале, где 2011-й объявлен Годом туризма, в числе прочего участники национального туристического рынка предлагают властям активнее развивать такое направление отдыха, как гольф-туризм. В настоящее время в Непале действует семь гольф-полей, четыре из которых расположены в окрестностях столицы страны — Катманду. Со своей стороны Непальская ассоциация гольфа также обратилась к Министерству туризма с предложением организовать тренировочные центры по обучению гольфу.

Россия: дайте нам точку опоры...

Чтобы оценить, что мешает активному развитию гольфа в России, можно обратиться к высказываниям президента Ассоциации гольфа России (АГР), вице-президента Олимпийского комитета России, председателя совета директоров ОАО «Курорты Северного Кавказа» Ахмеда Биалаева:

— Гольф, как известно, стал олимпийским видом спорта, и в 2016 г. в Рио-де-Жанейро состоятся соревнования по гольфу. У нас в России неолимпийские виды спорта, по сути, подвергаются дискриминации. Когда вид спорта олимпийский, к нему сразу относятся по-другому — понимают, что от успехов в нем зависит престиж страны. И в этом смысле задача нового руководства Ассоциации — сделать гольф массовым видом спорта.

Поля, конечно, должны быть разной категории. И те, что доступны по деньгам среднестатистическому гражданину, и закрытые, элитные клубы, которые есть везде. Клуб — это ведь не только место, где играют в гольф, там проводят различные переговоры, встречи по интересам. К сожалению, с тем законодательством, которое у нас сегодня есть, поля строить крайне сложно. Каждое построенное поле для гольфа — это фактически героический поступок.

Играть в гольф можно хоть до 90 лет. Безусловно, мы хотим привлекать в гольф не только детей, но и людей старшего воз-

раста, которые другими видами спорта по объективным причинам заниматься уже не могут. В США, например, в гольф играет около 40 млн человек. Представляете, какая это огромная индустрия. Это налоги, это рабочие места, это гольф-туризм — поля расположены, как правило, в очень интересных, красивых местах. У нас тоже есть уникальные природные места — Байкал, Камчатка, Кавказ. Была, кстати, идея сделать гольф-клуб на Курилах, куда бы могли приезжать японцы. У них гольф — крайне дорогой вид спорта, разовый взнос за членство в клубе — порядка миллиона долларов, плюс еще ежегодные выплаты на содержание. Понятно, почему — земли мало, и в том же Токио, например, очень трудно найти участок на строительство поля. У нас же, как я уже сказал, очень многое упирается в законодательство.

Насчет массовости — могу только привести пример Финляндии. У финнов 200 полей для гольфа, хотя страна эта, как известно, северная. В Швеции, такой же северной стране, полей еще больше.

К слову, раньше в мировом гольфе существовала довольно запутанная и раздробленная система управления, но вот в прошлом году была образована Международная федерация. Под ее крылом, как предполагается, будут консолидироваться все ведущие национальные ассоциации. Недавно в Сочи я встречался с руководством этой федерации, и мы договорились об активном участии в ее работе представителей АГР. Надеемся, наше присутствие там будет расширяться и углубляться.

Специфика продаж гольф-путешествий

Мы решили задать несколько вопросов, связанных с тенденциями развития гольф-индустрии в России, директору московского Бютика путешествий «Алерсе», ведущего гольф-туроператора и члена IAGTO (Международной ассоциации гольф-туроператоров), Алле Буровой.

— Алла, почему Ваша компания выбрала это направление туризма и какие преимущества оно Вам приносит?

— Мы начали заниматься гольф-туризмом семь лет назад. Это был сознательный выбор, так как гольф-туризм в России, в отличие от других стран, практически не был представлен на рынке. Да, безусловно, он был в закрытых гольф-клубах и считался доступным видом спорта только для состоятельных людей. Мы были одними из первых, кто решил вывести гольф на российский туристический рынок, и тем самым попали «в десят-

ку». Гольфисты — это особые туристы, увлеченные игрой в окружении красивой природы и приятной компании. Гольф становится образом жизни, и люди находят возможность съездить поиграть несколько раз в год. Поэтому можно смело сказать, что, несмотря на кризис в туротрасли, мы практически не потеряли в этом сегменте. Особенно, если учесть, что увлеченные люди готовы сэкономить на классе авиаперелета, на категории отеля, но ни за что не откажутся провести время за своим любимым занятием. Тем более что бытующее мнение об «элитарности» этого вида спорта давно уже не соответствует реалиям. Развитие российского гольфа идет по пути привлечения людей с разным уровнем обеспеченности и разных возрастов, на первый план выступает сама идея гольфа — увлекательная игра, отдых на природе и общение с интересными людьми.

— Сегодня большинство тур-агентств не предлагают сформированный гольф-тур, рассматривая гольф только как дополнительную услугу к туру. Что помогает Вам создавать гольф-путешествия?

— Я сама очень люблю играть в гольф, мне интересно все, что связано с ним, и нередко я выступаю в роли гольф-эксперта, подсказываю наиболее удобные варианты поездок, в зависимости от того, хотят ли туристы пройти курс обучения, поиграть в свое удовольствие или поучаствовать в интересном турнире.

— Что бы Вы посоветовали агентствам, которые хотят заниматься гольф-путешествиями?

— Безусловно, я бы посоветовала начать с наиболее популярных зарубежных курортов для россиян. Здесь мы можем говорить о Болгарии (курорты BlackSeaRama, LightHouse Golf Resort & Spa), Испании (Коста-дель-Соль, Коста-Брава, Тенерифе), Португалии (Алгарве, побережье Лиссабона). Сейчас практически любой из этих курортов имеет возможность предложить хороший гольф-пакет, тренировочное поле, обучающие программы. Можно составить отличный турпродукт: оздоровительный + активный отдых. Или, например, Турция. В Турции есть предложения и элитарного уровня — в Белеке. Очень интересна Италия: здесь прекрасные условия как для гольф-туризма класса VIP, так и для начинающих гольфистов. Также я рекомендую посетить родину гольфа — Шотландию и Ирландию. Они являются некими ориентирами в развитии мирового гольфа и дают нам возможность увидеть гольф в его классическом виде.

Ирина ГУРОВА

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

Наталья Кулигина,
директор по продажам и маркетингу
Interhome Russia:



— В практике Interhome много бронирований объектов с запросом возможности занятия гольфом. Ведь у нас на сайте в разделе «Виды отдыха» есть «Гольф». На данный момент мы предлагаем 850 проживаний для гольф-туристов по всему миру (в основном в Европе). Но, к сожалению, в основном эти бронирования сделаны не русскими туристами, а европейцами или американцами. В описаниях всех наших объектов есть расстояние до гольф-полей/клубов, если такие расположены поблизости. Каждый потенциальный гольф-турист может сделать выборку по всем странам только тех апартаментов, шале, вилл, которые пригодны для занятия гольфом, то же самое, впрочем, могут сделать и теннисисты относительно кортов — это куда более востребовано. Мы ожидаем, что в ближайшие три года запросов по гольфу из России станет значительно больше.

Наиболее востребованные среди гольф-дестинаций — Франция, Португалия (пожалуй, это столица гольф-туризма: сюда едут в огромном количестве не только англичане, но и пассажиры круизных лайнеров — поклонники гольф-круизов). Есть интерес к посещению гольф-клубов и в альпийских странах, на популярных высокогорных курортах (Межев — Франция, Кран-Монтана, Санкт-Мориц — Швейцария).

Надеюсь, и мы внесли свою лепту в продвижение этого продукта на российском рынке, вывозя наших агентов познакомиться с местными полями и даже давая возможность пройти начальные уроки гольфа под руководством опытных инструкторов в гольф-клубах Виллара, Манделье, Эвиана.

В последние годы гольф-туризм постепенно превращается из элитного в оздоровительный, доступный и среднему классу. Без всякого сомнения, курорты Восточной Европы способны по популярности этого вида отдыха. Ведь цена там ниже не только на саму игру, но и на проживание. Так как всегдагдаи гольф-клубов — это в основном люди «элегантного возраста», они с удовольствием воспользуются размещением в очень комфортабельных апартаментах 4* (с двумя спальнями) практически на гольф-поле за 16 379 руб. (неделя на четырех человек) на знаменитом термальном курорте Бюк (Buk). Бюк расположен в Венгрии, но всего в 115 км от Вены, теперь он развивается и как гольф-курорт. Еще один интересный вариант — просторная вилла с тремя спальнями на краю гольф-поля (в 18 лунок) на озере Балатон: кому гольф, кому — парусные регаты или просто купание в знаменитом озере (цена всего от 54 000 руб. за неделю).

Возможно, гольф-туризм сегодня в России не то, что можно активно продавать, но компания Interhome не мыслит своего существования без «заглядывания» в будущее. Конечно, есть специализация туркомпаний, и тот, кто строит свою работу только на «горящих» турах, не сможет продавать такой продукт, как гольф-туры. Но это сейчас. А позже, когда наши гольф-любители станут такими же сведущими, как сегодняшние горнолыжники, может, и не будет необходимости в высокой квалификации сотрудников турагентств — клиенты сами все выберут и оплатят, главное: разместить информацию на сайте компании. Как у нас.

www.interhome.ru

Гольф-поля у озера Балатон (Венгрия)



Латгалия. Сюда хочется вернуться

Осенью 2010 г. Агентство развития Латгальского региона в рамках выставки INWETEX проводило презентацию Латгалии, а в мае 2011 г. петербургский туроператор *Open Tour*, с которым агентство заключило договор, пригласил представителей турбизнеса Северной столицы посетить этот регион и воочию убедиться в его неисчерпаемом потенциале.

Интересно, что на наш рынок Латгалия вышла под маркой «Новое туристическое направление. Латгалия — безмятежный отдых на хуторах». В этом ощущаются отголоски экотуризма, столь ценимого в наши дни.

Огромной несправедливостью кажется то, что Латгалия непопулярна среди российских туристов. Возможно, многие и не знают, что в Латвии есть такое замечательное место. В Латвии Латгалия занимает примерно четверть территории на востоке (часть ее расположена также в Литве), включает 6 районов с центрами: Балви, Лудза, Резекне, Прейли, Даугавпилс, Краслава. Край этот славится гостеприимством и самобытной культурой, а также озерами, их здесь около тысячи. Больше половины населения — русскоговорящие.

Латгалцы уверяют, что помнят те времена, когда туристы из России, в частности из Ленинграда, жили в каждом гостевом доме Латгалии и пользовались всеми благами этой земли, которая располагает к отдыху душой и телом. Как только не стало СССР, не стало и турпотока. И с годами он не возобновился. Почему?

У многих из нас есть мнение, что латвийцы с прохладцей относятся к русским. Возможно, так оно и есть, но латгалцы держатся немного особняком от Латвии. «Жители Латгалии ближе к природе и традициям прошлого, отчего и сердце их нараспашку, — уверяет Лига Кондрате, руководитель Лудзенского туристического центра. — Ощувив на себе силу их обаяния, могу с уверенностью сказать: латгалцы искренне любят туристов из России, так же как любой хлебосольный хозяин должен любить долгожданных гостей».

Еще один серьезный плюс Латгалии — это небольшие расстояния между городами. На дорогу из одного пункта в другой вы потратите не больше часа.

Следы истории

Гордость Латгалии — город Даугавпилс, культурный, образовательный и промышленный центр с населением более 110 000 жителей. В исторических источниках впервые упоминается в 1275 г. Латгалцы особенно выделяют Даугавпилскую (Динабургскую) крепость, построенную по проекту инженера-полковника Геккеля в XIX в. Даугавпилская крепость — это уникальный архитектурный, фортификационный, технический и природозащитный комплекс. Включена в список латвийского культурно-исторического наследия ЮНЕСКО (на фото сверху слева). В данный момент на ее территории проводятся масштабные реставрационные работы. По словам Яниса Дукшинского, управляющего Даугавпилской крепостью, в недалеком будущем она станет одной из важнейших составляющих инфраструктуры Латгалии.

Не менее важный туристический объект



— знаменитые Аглонская базилика и аббатство (на фото сверху справа), расположенные в Аглонском крае между озерами Цириша и Эглес, построенные в период 1768–1800 гг. и восстановленные к 9 сентября 1993 г., когда Аглону посетил Папа Иоанн Павел II и на вновь обустроенной освященной площади отслужил Понтификальную Мессу, в которой участвовало около 380 000 паломников. Его посещение Латвии стало знаковым событием. В августе, в день Успения Девы Марии, Аглона становится международным центром паломничества католиков.

Лудза — уютный маленький городок, упоминается в летописях с 1177 г., находится в «долине пяти озер», из-за чего его называют озерной столицей Латвии. Население — около 10 000 человек. А в начале прошлого века город был развитым экономическим центром с многочисленными предприятиями, магазинами, церквями. Страшный пожар в 1938 г. практически уничтожил город, и до нашего времени сохранилась лишь очень незначительная часть старинной деревянной застройки. Важный символ города — Лудзенская крепость, она была построена немецкими крестоносцами в 1399 г. между Большим и Малым Лудзенскими озерами. Замок выстоял против Ивана Грозного, польского царя Стефана Батория, шведского короля Густава Адольфа. Но уже более чем 300 лет крепость представляет собой руины, с которых, правда, открывается необыкновенно красивый вид на город.

Издrevле в Латгалии процветали ремесла, но со временем они, как отрасль народного

хозяйства, начали сходить на нет. В Центре ремесленников, что находится в городе Лудза, современные мастера стараются сохранить традиции прошлого. Это салон-магазин, где выполняются заказы, связанные с традиционным ремесленничеством. Здесь вы встретите добродушных хозяев, Эрика Кондрате и Лигу Кондрате, которые поведают много интересного из истории города Лудза. В центре работают кузнец, гончар, портная, ткачиха и другие мастера. Посетители могут попробовать себя в любом старинном ремесле. Традиции прошлого ощущаются во всем: начиная от костюмов ремесленников и заканчивая угощением для гостей.

Главная достопримечательность города Прейли — Мини-королевство — вернет взрослых в мир детства, а детей приведет в неописуемый восторг.

Во дворе дома туристов ждут маленькие замки в человеческий рост, на фоне которых можно фотографироваться, предварительно облачившись в придворные наряды. В костюмерной — множество костюмов всех размеров и расцветок, для больших и самых маленьких.

Но главное чудо — это коллекция кукол художницы Елены Михайловой. Каждая кукла (а их уже более трехсот) — произведение искусства, его хочется рассматривать не отрываясь, изучая все мельчайшие детали.

Начало все с одной куклы, которую Елене подарили друзья. Художница отреставрировала куклу и решила сделать для нее кавалера. В коллекции есть куклы-портреты, сделанные как на заказ, так и для души. Особенно удались российский президент Дмитрий Медведев и премьер-министр Владимир Путин, нынешняя английская королева Елизавета II с принцем Чарльзом, а также американский президент Барак Обама.

В Резекненском крае есть конный двор Untumi, рай для любителей верховой езды. Вокруг зелено и свежо, можно устроить пикник с шашлыками.

Гордость Untumi — гнездо аиста, над ним расположена камера наблюдения. Особенно занятно наблюдать за происходящим в гнезде, когда вылупляются птенцы.

Таланты Латгалии

Латгалия богата не только своей природой и историей. Главное ее сокровище — это люди. Люди необыкновенно открытые и жизнерадостные, люди талантливые и увлеченные.





Гостеприимные хозяева Центра ремесленников в Лудзе Эрик Кондратс и Лига Кондрате



Знаменитый гончар Валдис Паулиньш



Человек-оркестр Гунар Игаунис



Хранительница традиций латгальского хлебопечения Вия Анцане

«У нас творит уникальная личность – керамист Валдис Паулиньш, «визитная карточка» не только Краславы, но всей Латгалии, исключительно отзывчивый человек», – говорит Татьяна Козачук, руководитель Краславского туристско-информационного центра. Известный латгальский мастер керамики Валдис Паулиньш, хранитель исчезающего гончарного ремесла, живет и работает в Краславе. Наблюдая за его работой – одно удовольствие: он создает из глины симпатичные изделия, успевая шутить и рассказывать истории о своей профессии и о жизни в Латгалии. При желании можно приобрести недорогие качественные сувениры у мастера, чьи работы нередко побеждают в профессиональных конкурсах выставках различного уровня.

У музыканта Гунара Игауниса из поселка Гайголова собственная коллекция инструментов, в ней есть аккордеоны и гармоники конца XIX – начала XX в.; старинные латвийские инструменты (кокля, сверели, флейты), а также банджо, балалайка, мандолина и др. Некоторые инструменты Гунар делает сам по старинным технологиям. На всех своих экспонатах он мастерски исполняет народные мелодии. Под чутким руководством Гунара любая туристическая группа превращается в музыкальный ансамбль. Такое времяпрепровождение оставляет массу приятных впечатлений.

Оказывается, о хлебе можно долго и захватывающе говорить, скучно не будет ни взрослым, ни детям. Музей хлеба, единственный в Балтии, создавался в 2005 г. Вией Анцане. В уютном помещении расположились старинные приспособления для выпечки хлеба: квашни, жернова, хлебные лопаты, меры зерна и муки. Здесь можно попробовать смолот зерно, а также отведать свежий, только что испеченный хлеб. Чтобы гости по-настоящему ощутили волшебство, им сначала позволяют пощупать и попробовать на вкус зерно, – только после этого можно почувствовать вкус хлеба. Аглонский ржаной хлеб особенный, ведь он выпекается по старинным рецептам, используется мука из местного зерна, а тесто замешивается в квашне из осины. Аглонский хлеб не теряет свои вкусовые качества две недели. Разнообразную продукцию от Музея хлеба можно купить даже в Риге. Вия Анцане призывает: «Пусть в каждой семье и в каждом доме на столе будет священный ржаной хлеб!»

Отдых на любой вкус

В самом центре города Даугавпилс находится гостиница Park Hotel Latgola, являющаяся партнером Агентства развития Латгальского региона. Несмотря на низкие цены, гостиница довольно высокого уровня, ее работники с гордостью рассказали, что здесь останавливаются и «звезды» российского шоу-бизнеса.

В отеле – 118 номеров, условия для проведения конференций до 180 человек, панорамный ресторан с видом на Даугавпилс, бар, бильярд, сауна и джакузи. Для удобства гостей города гостиница объединена в один комплекс с большим торговым центром SOLO, в котором более полусотни магазинов.

База отдыха Obitel (на фото справа) находится в живописном местечке Дагдского края – национальном парке Разна на берегу реки Нарута. Небольшой водопад в нескольких метрах от здания радует глаз. Очень приятно наблюдать за бурлящим по-



током, находясь в бочке с горячей водой (так называемая японская баня офуро), предварительно попарившись в русской бане с профессиональными банщиками.

На базе могут разместиться до 30 человек, возможно проведение банкетов и семинаров. Предусмотрена аренда лодок, велосипедов, есть стадион для игры в теннис и баскетбол, зимой можно покататься на коньках и поиграть в хоккей.

Между Лудзой и Резекне, на берегу озера Цирма, расположилась база отдыха Dzerkali, место для любителей рыбалки и охоты. В распоряжении туристов несколько брусчатых домов, русская и японская баня, ресторан с баром, теннисный корт. Хозяева базы русского происхождения, поэтому российские туристы почувствуют себя как дома.

Недалеко от Резекне есть гостевой дом Zala Sala, уютное и очень красивое место. Дом и территорию вокруг хозяйка с дочерью-дизайнером оформляют по своему вкусу собственными руками. В гостевом доме часто устраивают свадьбы и другие праздники. Во дворе есть лунный сад, очень романтично освещаемый ночью. После вкусного домашнего ужина можно попариться в сауне, выполненной в жизнеутверждающих зеленых тонах.

Отдых на хуторах Латгалии, рассчитанный на любителей этнического туризма, должен привлечь тех, кто после шумного города хочет безмятежной тишины, кто хочет получить недорогой, но качественный отдых при благожелательном внимании местных жителей.

Александра ГУРОВА
Выражаем благодарность турфирме OPEN TOUR за возможность познакомиться с Латгалией



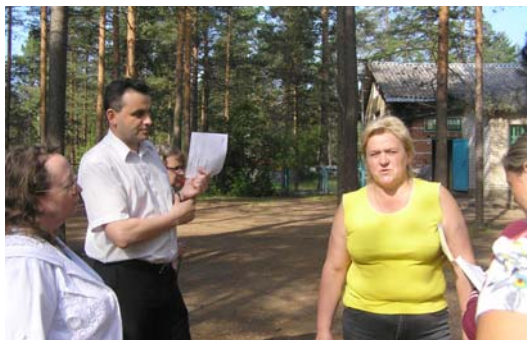
РСТ провел заседание в стиле open air

Выездное заседание Комиссии по детскому и молодежному туризму СЗРО РСТ 30 июня прошло в интерактивной форме. Участникам, а это были представители 10 туристических фирм Петербурга, предложили оценить возможности 6 детских оздоровительных лагерей Ленинградской области и напрямую договориться о сотрудничестве с директорами ДОЛ в продвижении детского отдыха на рынке.

Дело в том, что проблему взаимовыгодного сотрудничества руководителей лагерей с турфирмами не раз поднимали на заседаниях Комиссии по детскому и молодежному туризму СЗРО РСТ. Как рассказал председатель этой комиссии, гендиректор «Петротур Сервис» Игорь Мазулов, сегодня часть лагерей поддерживает эту практику, но большинство предпочитает действовать на рынке самостоятельно и не привлекать турбизнес к реализации путевок. Причина — недостаточная информированность и неурегулированность вопроса об агентском вознаграждении туроператору.

Но, как оказалось, помехой в решении этого вопроса является скорее отсутствие информации, чем нежелание директоров лагерей сотрудничать с турфирмами. О том, что такое взаимодействие возможно, знают почти все руководители лагерей, но, какая от него выгода, мало кто понимает. «Да мы сотрудничаем с турфирмой, она продает наши путевки», — подтвердила Надежда Сухопанова, директор ДОЛ «Горизонт». — Но у нас с реализацией в целом все нормально».

Нынешний летний сезон для многих детских лагерей сложился удачно: спрос на путевки в Ленобласть превысил ожидания. Так, Галина Лопайчук, директор ДОЛ «Северная Зорька», сказала, что у них пока не продано несколько путевок



Председатель Комиссии по детскому и молодежному туризму СЗРО РСТ Игорь Мазулов общается с администрацией ДОЛ «Горизонт»

на 4-ю смену, а, например, в «Бригантине» уже все продано, так как правительство Ленобласти выкупило большинство путевок. В «Голубой стреле», лагере Петербургского метрополитена, тоже не испытывают проблем с продажей путевок, как и в детском оздоровительном комплексе «Буревестник», что в поселке Смольячково. Но на вопрос: «Хотели бы они сотрудничать с турфирмами?» — почти все директора ответили утвердительно.

Что же мешает наладить это партнерство? Как заметила Любовь Кузьмичева, директор ООО «Балтийский берег», «нет пока единого решения о возмещении стоимости участия турфирмы в продаже путевки». По ее словам, турбизнес предлагает выплачивать агентское вознаграждение в размере 10 % от стоимости путевки как внутреннюю комиссию, но зачастую турфирмам предлагают эти 10 % прибавлять к цене путевки. «Здесь пока еще мы не достигли консенсуса», — добавила она.

Тем не менее, директора лагерей поддерживают идею совместного с турбизнесом продвижения детского отдыха на петербургском рынке, понимая, что это обеспечит им дополни-

тельную рекламу. И соответственно, привлечет новых покупателей.

«Мы готовы рассматривать различные варианты сотрудничества с турфирмами», — сказал Владимир Прокопенко, заместитель директора ДОЛ «Бригантина». — А варианты комиссий за участие в продаже путевок будем обсуждать». Такого же мнения и директор детского оздоровительного комплекса «Океан» Зоя Сырица. Этот лагерь за одну смену может принять до 460 ребят, он — круглогодичный, так что помощь турфирм в реализации путевок явно не будет лишней.

Другое дело, когда ведомственный лагерь не может решить этот вопрос без согласования с предприятием, содержанием которого, как в случае с «Голубой стрелой». Но и здесь обещали подумать над предложением турбизнеса. Заинтересованно отнесся к визиту представителей турфирм и директор лагеря «Буревестник» Олег Чевдарь. Лагерь постоянно обновляется, расширяется комплекс услуг для детей, появились предложения и для взрослых. Без продвижения не обойтись. Опыт взаимодействия с турфирмами у этого лагеря есть, прав-

да, только в зимний период.

Что касается инфраструктуры детских лагерей Ленинградской области, с которой знакомы члены «детской комиссии» СЗРО РСТ, то, по словам менеджера «Оранж Тревел» Ольги Севак, теперь у туроператоров есть ясное представление об их особенностях. «У всех лагерей — огромные зеленые территории, хорошая спортивная база, много кружков. Но выделяются на общем фоне три оздоровительных лагеря — «Бригантина», «Северная Зорька» и «Буревестник», — сказала она. — У каждого из них есть аргумент в его пользу. У одного — хобби-кружки с возможностью изучать иностранный язык с волонтерами из Китая, Австралии, Турции и даже Колумбии. У другого лагеря — интересные творческие программы и конкурсы, бассейн и скалодром. А третий — просто лагерь XXI века — в нем все очень современно».

А Ирина Васенина, менеджер турфирмы «Балтийский берег», добавила, что лучший способ узнать лагерь — посетить его. И это не поздно сделать никогда, если собираешься продавать в этот лагерь путевки. Потому все участники поездки с интересом знакомы с бытом и инфраструктурой лагерей, общались с вожатыми, наблюдали за занятиями на открытом воздухе, а главное — вели переговоры о сотрудничестве.

Важный вывод сделали участники выездного заседания: несмотря на успешный летний сезон в детских лагерях Ленинградской области в нынешнем году, потребность в поддержке со стороны турфирм существует. Значит, проект сотрудничества, разработанный в профильной комиссии по детскому и молодежному туризму СЗРО РСТ, востребован. А формы этого сотрудничества могут обсуждаться, как и варианты возмещения агентского вознаграждения.

Елена МУКОВОЗОВА,
фото автора



В детском лагере «Бригантина» большим успехом пользуются различные хобби-кружки

ПОЛЕЗНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

В 2010 г. Роспотребнадзор впервые в истории РФ ввел методику оценки эффективности оздоровления детей в детских оздоровительных учреждениях стационарного типа.

На медосмотре в начале и конце каждой смены оценивают состояние ребенка, его взвешивают, измеряют рост. Положительным считается также снижение артериального давления и/или частоты сердечбиения и т. д. Школьники демонстрируют свою физическую подготовку (подтягивания на турнике, забег на 30 м, прыжки в длину и другие спортивные мероприятия).

Жизнь в лагере регламентирована СанПиН 2.4.4.1204-03 «Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, содержанию и организации режима работы загородных стационарных учреждений отдыха и оздоровления детей». В данных нормах расписано, как жить, что есть, чем и как заниматься. Например, на физическое воспитание и оздоровительные мероприятия выделено не менее 3 часов в сутки. Контролирует соблюдение СанПиН Роспотребнадзор. Он же проводит периодический плановый контроль лагерей.

Немало тревог у родителей вызывает купание в водоемах. А ведь в СанПиН 2.4.4.1204-03 строго прописаны правила купания. Наблюдение должны вести двое взрослых (вожатый, тренер), причём один обязан находиться в водоеме, а второй — наблюдать с берега. При этом одновременно купаться может не более 10 детей. Для не умеющих плавать подготовительные упражнения проводят на суше, практическое обучение — в воде с применением специаль-

ных средств. На практике же бывают случаи, когда детей предвительно даже не спрашивают, умеют ли они плавать. В случае возникновения непредвиденной ситуации ребенку никто не поможет. К сожалению, в последние годы в России такие случаи происходили неоднократно.

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ САНПИН

Согласно ст. 55 Федерального закона от 30 марта 1999 г. № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения», за нарушение санитарного законодательства устанавливается дисциплинарная, административная и уголовная ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации.

В частности, Роспотребнадзор, установив нарушение СанПиН, вправе привлечь организаторов к административной ответственности, предусмотренной ст. 6.3 КоАП РФ: «Нарушение законодательства в области обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения и законодательства о техническом регулировании». Административным кодексом в этом случае предусмотрен штраф до 20 тыс. руб. за каждое нарушение или административное приостановление деятельности на срок до 90 суток.

Уголовная ответственность (по ст. 236 УК РФ) возлагается, если в результате нарушения санитарных правил возникло массовое заболевание (как инфекционное, так и неинфекционное) или массовое отравление людей. Если при этом по неосторожности погибли люди, максимальное наказание — лишение свободы до 5 лет. Ответственность несут лица, начиная с 16-летнего возраста.