



Отели приспосабливаются к спросу

Стр. 8–12



Швейцария, доступная всем!

Стр. 14–19



Итоги сезона: кому удалось «растопить лёд»?..

Стр. 20–23

СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА

НОВОСТИ ТУРОТРАСЛИ - ВЫСТАВКИ - ПРЕЗЕНТАЦИИ

Европейские страны меняют форму анкеты	2
Первые Туристические олимпийские игры пройдут в Венгрии	2
Ваш гид в Чехии	2
Назначение в Австрийском представительстве по туризму	2
Музеи и отели Петербурга предложили конкурентные цены	3
«Три столицы России» привлекут в страну туристов	3
Итоги выставки ITB	4
Летайте в Германию с Ryanair	4
Рига – за отмену виз	4
Лето в Петербурге начнется 1 апреля	4
«Это лето, Эстония 2010»	5
В Петербурге - Год Франции	5
Финский workshop	5

РЕГИОН

Кого считают по весне в сельском туризме Ленобласти	6
---	---

ГОСТИНИЦЫ

ОТЕЛИ, МИНИ-ОТЕЛИ И ЧАСТНЫЕ АПАРТАМЕНТЫ	7
Равнение на клиента	8
Amari рисует образ новыми «Красками»	13
Workshop Hilton Worldwide	13
Новый проект Sandals Resorts	13

ТУРЫ: ШВЕЙЦАРИЯ

Swiss Travel System – еще один бренд знаменитой швейцарской точности	14
Один день в Цюрихе	15
Park Hotel Weggis: империя релакса	18
РОНО - младший брат парк-отеля Weggis	19

ИТОГИ ЗИМНИХ ПРОГРАММ

Зима 2010: преобладает оптимизм	20
---------------------------------------	----

НОВОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОФИСОВ

2010-й – Год посещения Кореи	24
Португалия: реалии сегодняшнего дня	24
Сардиния в Петербурге	24

КОМПАНИИ

«ВИЛЕГИЯ» - невозможное возможно!	26
---	----

АКТУАЛЬНЫЙ ВОПРОС: ФИНГАРАНТИИ

Деньги на воздух	28
------------------------	----

СТАТИСТИКА · РЕЙТИНГИ

Въездной турпоток в Россию в 2009 г. снизился на 8,5 %	29
Интерес российских туристов к путешествиям возвращается	29

ТУРОПЕРАТОРЫ

Лето с Ascent Travel	30
«Капитал Тур» впервые поставит чартеры на российские курорты	32
О Греции расскажет «Вилар Турс»... ..	32
«Солвекс-Турне» знает, как продавать Grecotel	32

Учредитель и издатель
Главный редактор
Директор по маркетингу
PR-связи
Старший менеджер
Дизайнер

000 «Турбизнес на Северо-Западе»
Ирина Смирнова
Инга Гурова
Екатерина Губанова
Наталья Петрова
Александра Гурова

Адрес издателя и редакции:
191023 С.-Петербург, 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

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс»:
Санкт-Петербург, ул. Оптиков, 4.
Тир. 3000 экз. Дата выхода 30.03.2010
Распространяется бесплатно среди
предприятий туриндустрии

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



Европейские страны меняют форму анкеты

5 апреля 2010 г. вступает в силу новый Визовый кодекс, принятый Европейским парламентом 13 июля 2009 г.

Он является правовым актом, обязательным для всех стран – участниц шенгенского соглашения, и устанавливает порядок выдачи виз для краткосрочного пребывания, т. е. до 90 дней в течение 180 дней. В связи с этим меняется процедура обращения за визами.

Одним из нововведений является отмена визы категории «В» (транзитной). Теперь для транзита следует запрашивать обычную въездную визу, указывая в качестве цели въезда «транзит». Виза может быть оформлена в паспорте, выданном не более 10 лет назад, давность фотографии – не более 6 месяцев. При многократных поездках не требуется заполнение отдельной декларации об обязательстве страхования на каждую поездку: декларация включена в визовую анкету. В анкете также появился пункт о том, что конфиденциальные данные заявителя могут быть переданы без его ведома консульской службе другой страны, входящей в шенгенское соглашение.

В новых правилах подчеркивается, что документы на визу нужно подавать в консульском округе по месту проживания. Вне консульского округа обращение

за визой возможно при достаточном обосновании. Граждане третьих стран могут обращаться за визой вне консульского округа только при легальном нахождении на территории Российской Федерации и достаточном обосновании.

Для граждан третьих стран государственная пошлина за визу для детей от 6 до 12 лет составит 35 евро. Детям, в том числе гражданам России, в возрасте до 6 лет виза выдается бесплатно. На каждого ребенка теперь нужно заполнять анкету, независимо от того, вписан ли он в паспорт родителя.

При подаче заявки на визу личные деньги не признаются достаточным доказательством финансовой состоятельности заявителя: необходимо еще одно дополнительное финансовое средство.

Об обязательной процедуре сдачи биометрии для шенгенских виз пока официальной информации нет, но новая анкета подтверждает эти планы: в пункте 27 содержится вопрос о дате сдачи отпечатков пальцев. Ответ «нет» тоже допустим.

По-видимому, в течение весны все страны – участницы шенгенского соглашения перейдут на новую анкету для унификации общеевропейских процедур.

RATA-news

Назначение в Австрийском представительстве по туризму

Новым шефом Австрийского представительства по туризму в Москве станет г-н Георг Капуш.

С 1991 по 2010 г. 54-летний профессионал туристической индустрии руководил филиалом Австрийского национального туристического офиса в Будапеште, а с 2001 г. оттуда же курировал Центрально-Европейский регион АНТО (Венгрия, Польша, Чехия, Словакия, Словения, Хорватия, Болгария, Румыния, Сербия).

Георг Капуш, который изучал русский язык в школе, с нетерпением ждет своих новых обязанностей в России и Украине: «Потенциал российского рынка для австрийского туризма по-прежнему огромен. Моей целью, с одной стороны, является хорошее сотрудничество с российскими туроператорами, а с другой – развитие и проведение эффективной рекламы Австрии в быстрорастущем сегменте индивидуальных туристов».

Нынешний директор Австрийского представительства по туризму в Москве г-н Эмануэль Ленер после 5,5 лет работы в Москве переедет в Будапешт и станет директором Центрально-Европейского региона.

Передача дел Эмануэля Ленера Георгу Капушу состоится в апреле.



Первые Туристические олимпийские игры пройдут в Венгрии

После 6 лет интенсивной подготовки стало возможным провести первые в мире Туристические олимпийские игры.

С 2 по 6 июня 2010 г. в Будапеште состоится первая в мире Туристическая олимпиада. Мероприятие даст возможность встретиться и посоревноваться профессионалам от туризма. Организаторы ожидают участников, работающих в сфере туризма или для туризма, со всего света: менеджеров туристических компаний и представи-

тельств, гостиниц, транспортных компаний, студентов туристических институтов и даже самих туристов. Соревнования пройдут по 25 видам спорта, некоторые из которых не совсем обычные: пляжный волейбол, стрельба из лука, бадминтон, биатлон, триатлон, велоспорт, бильярд, боулинг, легкая атлетика, шахматы, дартс, танцы, гольф, покер, тяжелая атлетика, стрельба, мини-футбол, сквош и др.

Служба Континентов

Ваш гид в Чехии

Сегодня 5 млн туристов ежегодно посещают столицу Чехии – один из красивейших городов мира. Его магнетизм и романтическую атмосферу не под силу разрушить никаким погодным условиям. А если полезной информацией о стране вооружиться заранее, исчезнет масса ненужных вопросов и появится значительно больше возможностей для изучения и познания...

Спланировать и подготовить путешествие Вам и Вашим туристам поможет новый путеводитель издательства Welcome, который дает максимально полную информацию о Праге и ее достопримечательностях. Со страниц брошюры можно узнать о формальностях визового режима, о страховке, а также о том, как выбрать подходящую гостиницу, заказать в ней номер или как быстрее и проще добраться до Праги. Путеводитель будет прекрасным гидом по городу и его замечательным пригородам. И, пожалуй, самое главное – убережет от возможных недоразумений, разочарований, лишних расходов и потери времени.



XIII международная выставка

ЯНТУР-2010

Туризм. Спорт. Отдых

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

8-9-10 АПРЕЛЯ

КАЛИНИНГРАД

ВЦ "Балтик-Экспо"
г. Калининград,
ул. Октябрьская, 3а,
тел./факс: (4012)
36-11-52, 34-10-95
www.balticfair.com
vika@balticfair.kaliningrad.ru

Музеи и отели Петербурга предложили конкурентные цены

В Петропавловской крепости состоялось расширенное заседание Комиссии по въездному туризму Российского союза туриндустрии, посвященное подготовке к высокому сезону 2010 г.

В традиционной деловой встрече принимали участие председатель Комитета по инвестициям и стратегическим проектам Алексей Чичканов, председатель Комитета по культуре Антон Губанков, директор Туристско-информационного центра Нана Гвичия, руководители турфирм, гостиниц, музеев, транспортных и других компаний.

Участники заседания обсудили взаимодействие туристических компаний, гостиниц, музеев в сезоне 2010 г. По словам председателя Комиссии по въездному туризму Леонида Флита, в итоге завершившейся договорной кампании практически все музеи Петербурга, за исключением Эрмитажа и Петергофа, не подняли цены на 2010 г. В ответ на открытые письма СЗРО РСТ большинство петербургских музеев согласились заморозить цены на биле-

ты и экскурсии. А, например, Музей истории города, и вовсе снизил цены. Несмотря на то что в январе текущего года в Эрмитаже возросла стоимость входного билета для иностранных граждан – с 350 до 400 руб., руководство музея по договоренности с РСТ сохранило и расширило свою систему льгот для турфирм.

Радует и тот факт, что большинство гостиниц дали конкурентоспособные цены. Единственное обстоятельство, которое может испортить картину на рынке въездного туризма, – это непредсказуемое снижение цен гостиниц для зарубежных партнеров в обход договорных обяза-

тельств с турфирмами. Речь идет о прямом бронировании петербургских гостиниц иностранными турфирмами, в частности из Китая и других стран Юго-Восточной Азии, и «выбивании» скидок. Подобные прецеденты случались в минувшем сезоне, и есть опасения, что они могут возникнуть снова. Представители гостиниц подтвердили эту информацию и предложили коллегам сохранять порог цен. Как считают в турфирмах, таким порогом можно считать цену, указанную гостиницей в договорах с турфирмами. Продажа номеров по более низким ценам ведет к демпингу и разрушению рынка.



По мнению представителя Ассоциации содействия туристским технологиям Михаила Ушакова, необходимо выработать политику единой цены для всех каналов продаж, как это сделали западные отели. Хорошим подспорьем для гармонизации взаимоотношений между отелем и турфирмой должны стать онлайн-продажи услуг турфирм на сайте отеля, таких, как экскурсионное обслуживание и т. д. Продавая в режиме онлайн на своем сайте и номер, и дополнительные услуги турфирм, отель добивается успеха по двум направлениям: улучшает взаимоотношения с партнером и лучше удовлетворяет потребности гостей. Как считает Михаил Ушаков, сайты отелей, на которых реализована возможность онлайн-бронирования номеров, могут приносить гостинице 20 % заказов. В 2010 г. сайт отеля в Интернете – не просто формальность, а инструмент коммуникации с клиентами и, при организации онлайн-бронирования, эффективный канал продаж.

RATA-news

«Три столицы России» привлекут в страну туристов

Москва, Санкт-Петербург и Казань объединились на туристическом рынке под брендом «Три столицы России».

В рамках проекта три города будут выступать единым пулом на международных и российских туристических выставках. Ожидается, что к сотрудничеству с брендом «Три столицы России» в ближайшее время подключатся ведущие туроператоры России и зарубежья.

На выставке МИТТ-2010 в Москве состоялась презентация «Казань – третья столица России». Каждый год этот город с тысячелетней историей притягивает множество туристов. А сотрудничество с Москвой и Санкт-Петербургом привлечет в столицу Татарстана еще больше гостей.

С 2005 г., в связи с празднованием тысячелетия основания Казани, город начал улучшать инфраструктуру, восстанавливать памятники архитектуры, строить комфортабельные отели с большим номерным фондом, соответствующие международным стандартам.

В настоящее время Казань предлагает туристам все для незабываемого отдыха. Город, расположенный в 800 км от Москвы, славится своими музеями, памятниками, в том числе охраняемыми ЮНЕСКО, и органичным сочетанием культур двух народов: татарского и русского.

Travel.ru

VIII специализированная выставка

LENTRAVEL 2010

Совместно с выставкой

1-4 апреля 2010

ЦВЗ "Манеж"

(С.-Петербург, Исаакиевская пл., д.1)

Организаторы: (812) 320-61-34 (812) 496-22-78 www.lentravel.ru

Сенная пл., д. 3, оф. 1, Спасский пер., д. 9
740-1784, 310-3423, 315-7006, 310-2091
ул. Итальянская, 29, тел. 334-0003

ТРАК-СТАР
www.trak-star.ru

ТУРЦИЯ
Анталья, Мармарис, Бодрум, Кушадасы
Леченки: курорт Кагагал, Даламан - Терме Марис
Курсы по Истанбулу

ЕГИПЕТ
Лувис, Шарм эль Шейх
Курсы по Каю

ОАЭ
Дубай, Шарджа
Абу Дабби, Аджман
Фуджайра

ТУНИС

КИПР

ИЗРАИЛЬ
Отдых в Эйлате

ТАЙЛАНД
Отдых в Бангкоке

КИТАЙ
Отдых в Ханчжоу
Классика. Индивидуальные туры

БАЛИ * **МАВРИКИЙ** * **КУБА**
ВЬЕТНАМ * **МАЛАЙЗИЯ** * **АМЕРИКА**
ДОМИНИКАНА * **АВСТРАЛИЯ**

ЛЕНОБЛАСТЬ
Пансионаты, коттеджи, санатории
Парковые зоны, озера

РОССИЯ * **КРЫМ**

ГРЕЦИЯ
Долосы
Коринфская
Лугиакки
Индивидуальные туры
и Крит, о. Родос, о. Корфу, о. Закинф, о. Кос
Халикиаки, Пелопоннес
Курсы по Египетскому каналу

ЧЕХИЯ
ПРАГА - интуристические туры
Леченки - курорты Вальки
МАРИНСКОЕ ЛАЗНИ

ИСПАНИЯ
КОСТА БРАВА, КОСТА ДОРДА

БОЛГАРИЯ

ХОРВАТИЯ

ЧЕРНОГОРИЯ

ПРИБАЛТИКА

СКАНДИНАВИЯ

ПОЛЬША * **ВЕНГРИЯ**

ИТАЛИЯ
Классика и отдых

ГЕРМАНИЯ * **ШВЕЙЦАРИЯ**
АВСТРИЯ * **ФРАНЦИЯ**

Итоги выставки ITB

10 марта в берлинском выставочном комплексе Messe Berlin в 44-й раз открылась международная туристическая выставка ITB. В этом году она собрала 11 127 экспонентов из 187 стран, что на 0,3 % больше, чем год назад.

Но, по мнению ряда экспертов, рост ITB во многом не соответствует реальному положению дел на выставке и не отражает продолжающейся стагнации на мировом туррынке. Так, многие постоянные участники выставки либо сократили свои экспозиции, либо арендовали рабочие места на объединенных стендах, либо вообще отказались от участия в выставке. При этом российская экспозиция практически сохранилась в объеме прошлого года и собрала около ста участников из Москвы, Петербурга, Казани, Калининграда, Иркутска и других регионов.

Встретиться с партнерами в Берлин приехали все ведущие российские инкаминговые операторы – «Интурист», «Академсервис», KMP Group, Tari Tours, «Нева», все основные игроки оте-

чественного речного круизного рынка – «Столичная судоходная компания», «Мостурфлот», «Водоходь», «Ортодокс», а также главные отели двух столиц.

«Интурист» провел на выставке презентацию своего нового англоязычного web-портала, который предусматривает возможности онлайн-продаж не только для иностранных партнеров (B2B), но и для прямых клиентов (B2C). С помощью этого сайта зарубежные партнеры и иностранные туристы могут сами забронировать тур, гостиницу, экскурсии, трансфер, авиа- и ж/д билеты.

Важным событием выставки стала совместная пресс-конференция комитетов по туризму Москвы, Петербурга и Казани, посвященная новому проекту «Три столицы России». Ожидается, что это новое маркетинговое объединение увеличит интерес к нашей стране со стороны зарубежных туристов. Тем более, что в настоящее время Москва и Петербург принимают соответственно 3,7 и 2,3 млн иностранных туристов в год.

/TOURBUS.RU

Летайте в Германию с Ryanair

4 марта в Финско-российском инновационном центре прошла пресс-конференция, посвященная выходу ирландской бюджетной авиакомпании Ryanair на российский рынок.

В этот день авиаперевозчик начал регулярные полеты на маршруте между Лаппеенрантой и Дюссельдорфом. Предложение Ryanair можно назвать уникальным: 8 евро – стоимость полета в одну сторону, 5 евро – регистрация и 5 евро снимается с банковской карты при оплате. Дорога из Петербурга до финского аэропорта на маршрутке стоит 15 евро в одну сторону или 25 в оба конца. Таким образом, путь из Петербурга в Дюссельдорф и обратно обойдется туристу всего в 61 евро.

По прогнозам, россияне составят около 70 % от общего количества пассажиров, вылетающих из Лаппеенранты в Дюссельдорф, но уже первый рейс превзошел ожидания: 90 % пассажиров были петербуржцами. Высту-

пая на пресс-конференции, представитель компании Ryanair г-н Эрик Элмсагер заметил по этому поводу: «Мы рады возможности предложить низкие тарифы российским клиентам, и уже первый рейс Лаппеенранта – Дюссельдорф является доказательством большого успеха».

По словам директора аэропорта Лаппеенранты г-на Петтери Лехти, аэропорт рассчитывает привлечь 60 тыс. российских пассажиров в год. Реконструкцию аэровокзала планируется начать, когда пассажиропоток достигнет отметки в 100 тыс. человек. Уже в этом году вблизи аэропорта появится новая парковка, а в будущем, возможно, и гостиница. Предстоит решить и вопрос трансфера, так как сегодня существуют сложности с проездом из Петербурга в Лаппеенранту (из-за длительного прохождения границы многие пассажиры первого рейса опоздали на регистрацию, и вылет был задержан).

Елена ПОПОВА



Рига – за отмену виз

11 марта в генеральном консульстве Латвийской Республики в Петербурге прошла встреча председателя Рижской думы г-на Нила Ушакова с журналистами Северной столицы.

«Развитие всестороннего взаимовыгодного сотрудничества с Петербургом важно для Риги. Я уверен, что мы сможем обозначить возможности для дальнейшего развития отношений между городами и наметить интересные совместные проекты», – подчеркнул мэр латвийской столицы, раскрывая цели рабочего визита делегации самоуправления Риги в наш город.

По словам г-на Ушакова, в числе сегодняшних приоритетов Риги – туризм. Интересные события должны привлечь в столицу путешественников, которые бывали в ней раньше. Для этого Рижское бюро по развитию туризма при поддержке Министерства культуры Латвии создало новый культурно-туристический продукт «Лето культуры». Он дополнит рекламную кампанию LIVE RIGA, которая пройдет весной в 11 странах.

Г-н Ушаков рассказал журналистам, что, начиная с января, новый бренд Baltic Care рекламирует Ригу как столицу медицинского туризма. Официальный партнер компании Medicinas turisma centrs – авиакомпания airBaltic, предлагающая туристам



полный пакет: перелет, гостиницу, трансфер и т. д. Больше всего гостей латвийские врачи ожидают из Великобритании, Германии, Норвегии и России.

По мнению мэра, для Петербурга и Риги очень важно наладить обмен делегациями школьников и студентов, ведь именно от них зависит будущее наших отношений. «У нас выросло целое поколение наших русскоязычных детей, которые ни разу не были в России. Зато они не раз были в городах Евросоюза, потому что там безвизовый режим и дешевые авиалинии», – сказал он. – Визовый режим осложняет культурные связи и туристический обмен. Рига поддерживает отмену виз между нашими странами».

Екатерина ГУБАНОВА

Лето в Петербурге начнется 1 апреля

С 1 по 4 апреля на новой площадке в ЦВЗ «Манеж» одновременно пройдут два выставочных мероприятия: 14-я международная туристическая выставка «Отдых без границ. Лето 2010» и 8-я специализированная выставка «LENTRAVEL – 2010».

Более 210 компаний предложат различные варианты проведения летнего отпуска в России и за границей.

Среди стран-участниц – Белоруссия, Болгария, Германия, Кипр, Латвия, Литва, Украина, Франция, Эстония, Ямайка. В этом году впервые будет представлена Малайзия.

В выставке примут участие туроператоры и турагенты, санатории и курорты, базы отдыха и лагеря, национальные ассоциации и туристские офисы, специализированные СМИ, перевозчики и другие предприятия туриндустрии. Среди участников выставки – крупнейшие компании Петербурга и России, такие, как: Ascent Travel, Aurinkomatkat, Capital Tour, Coral travel, Mostravel, Neva, PAC Group, Pegas Touristik, «Аватара», «Атлас», «Аэрофлот», «Верса», «Калипсо – мир путешествий», «Консрд»,

«Натали Турс», «Солвекс-Турне», «Экспо-тур». Свой объединенный стенд представит город-курорт Сочи, столица Зимних Олимпийских игр – 2014.

На выставке будут представлены специализированные тематические разделы, актуальные для нового летнего сезона: «Загородный отдых», «Летний отдых детей и молодежи», «Ярмарка туристских событий».

Уже во второй раз на одной площадке совместно с «Отдыхом» будет проходить выставка «LENTRAVEL – 2010», посвященная рекреационным возможностям Ленинградской области. Организаторы выставки приготовили сюрприз: всем желающим покажут НЛО. Посетители выставки смогут самостоятельно ознакомиться с туристским потенциалом области, пройдя по лабиринту Неизвестной Ленинградской области (НЛО), в недрах которого разместятся участники-стендисты. 2 апреля состоится официальное открытие Дня Ленинградской области, а также презентация новых туристских событийных проектов – «Ленинградское Лето 2010» и «Живые Легенды 2010», ориентированных на прием туристов в Ленобласти.

«Это лето, Эстония 2010»

Туристический семинар под таким названием прошел 18 марта в гостинице «Амбассадор». Он был организован генеральным консульством Эстонской Республики в Петербурге, компанией Enterprize Estonia и Центром развития туризма Visit Estonia.

Туроператоры и журналисты Северной столицы познакомились с последними данными статистики, программами летнего отдыха в Таллине, Нарве, Пярну и Тарту и деятельностью компаний Estonian Air и Eurolines. Из всех новостей самые важные – такие.

Статистические данные за первый месяц 2010 г. свидетельствуют об успешном маркетинге Visit Estonia: в январе Таллин посетили 16 тыс. гостей из России, что на 46 % превышает показатели первого месяца 2009 г., а в Тарту отдохнуло 700 наших соотечественников (для сравнения: в январе 2009 г. – 371).

К летнему сезону Таллинский департамент туризма разработал новые турпродукты. Это экскурсия по подземным ходам Басти-



онов, фестиваль «Дни моря», который пройдет 16–18 июля, и морское путешествие на остров Найссаар. Кроме того, в марте в эстонской столице открылся Музей кукол NUKU.

Нарвский замок приглашает гостей в ремесленные мастерские Северного двора. Лето здесь начнется с фестиваля кузнечного искусства «Ковка в стиле барокко 2010», а закончится фестивалем заготовок «Лето в банку».

Пярну готовится принять в июне Международные ганзейские

дни. Сейчас в летней столице Эстонии реконструируется парковая зона около Таллинских ворот и строится новая концертная площадка у городского вала. По прогнозам, гостями праздника станут 80 тыс. человек.

В Тарту в мае откроется театральный дом Музея игрушки, а летом после реставрации примут первых туристов обсерватория и Гильдия Антониуса.

По итогам 2009 г. авиамаршрут Таллин – Петербург – Таллин признан самым успешным новым

направлением Estonian Air. В этом году рейсы по-прежнему выполняются 4 раза в неделю на самолетах SAAB 340 (33 места).

Автобусная компания Eurolines представила участникам семинара новый сервисный продукт Lux Express Special и новую программу BalticMiles для постоянных клиентов, а также сообщила об увеличении ежедневных рейсов по маршруту Петербург – Таллин до 8 в день начиная с апреля.

Екатерина ГУБАНОВА



В Петербурге – Год Франции

27 февраля в Северной столице открылся Год «России – Франции 2010». Этому событию была посвящена пресс-конференция, состоявшаяся в Петербургском Доме журналиста.

Представители администрации Петербурга и Бордо, генерального консульства Франции в Петербурге, деятели культуры обеих стран рассказали журналистам о программе Года, которая включает 350 мероприятий.

Как отметил Генеральный комиссар Года с французской стороны г-н Никола Шиббафф, «Санкт-Петербург, верный своему традиционному интересу к Франции, занимает особое место в данном проекте, представляя более ста мероприятий в официальной программе». Одним из главных событий станет Петербургский международный экономический форум в июне 2010 г., в котором будет участвовать делегация Франции на высшем уровне.

Отдельная программа запланирована с городом Бордо, который является побратимом Петербурга уже 18 лет. В диалоге городов будут участвовать артисты, музыканты, ученые, бизнесмены, школьники. Офис по туризму Бордо пригласил петербургских журналистов на Праздник вина, который в июне традиционно организуют местные виноделы. В 2013 г. здесь откроется винный выставочный центр, частыми гостями которого станут туристы. К слову, Бордо является пятым по популярности туристическим направлением страны и ежегодно принимает около 3 млн путешественников, из которых 65 % – французы. В 2009 г. в провинции Аквитания, столице которой является Бордо, отдохнули лишь 8 тыс. российских туристов, в то время как общее число наших соотечественников, посетивших Францию, составило 700 тыс. Власти региона намерены сделать все возможное, чтобы россияне больше узнали о винодельческом крае, поэтому в рамках Года Франции в России офис по туризму Бордо в сотрудничестве с Торгово-промышленной палатой организует в ноябре в Москве и Петербурге семинары, деловые встречи и презентации, на которых представители российского турбизнеса познакомятся с туристическим потенциалом Бордо.

Екатерина

ГУБАНОВА



Финский workshop

11 марта в Sokos Hotel Olympic Garden состоялся workshop, на котором представители 95 турфирм Северной столицы познакомились с услугами и новыми предложениями Sokos Hotels в Финляндии, Эстонии и Петербурге, а также Holiday Club SPA Hotels и Radisson Blu Finland в Финляндии.

Отели Sokos представили пакеты на выходные дни, летний отпуск и зимние каникулы. Интересно, что в стоимость пакета включено не только проживание в гостинице – приобретая его, турист получает возможность посетить сауну, ресторан, музеи, культурные или спортивные мероприятия и, кроме того, имеет скидки в торговых центрах Sokos. SPA-отели сети Holiday Club презентовали услуги в сфере красоты и здоровья и возможности активного отдыха, а гостиницы Radisson Blu – бонусные программы и конференц-пакеты.

Представители партнеров – компаний Viking Line, AS Tallink Grupp, VR-Group Ltd и Центра

развития туризма Visit Finland – рассказали о своих успехах и новостях. Так, компания Viking Line в 2009 г. стала победителем ежегодного конкурса Finnish Quality Award в категориях «Значительные компании» и «Большой бизнес». В Риге этой весной открылся Tallink Hotel Riga 4* – первый отель сети Tallink Hotels, который находится за пределами Эстонии. В планах судоходной компании – открытие гостиниц в Стокгольме и Хельсинки. Главная новость VR-Group Ltd – в конце 2010 г. скоростные поезда «Аллегро» заменят поезда «Сибелиус» и «Репин», курсирующие между Хельсинки и Петербургом, и время в пути сократится до 3,5 ч. В связи с тем что в 2012 г. Хельсинки станет мировой столицей дизайна, Visit Finland делает ставку на продвижение специального вида отдыха – дизайн-туризма.

Представители генерального консульства Финляндии в Петербурге сообщили о визовых изменениях: введении с 29 марта нового типа анкеты и необходимости получения отдельной визы для детей.

На мероприятии был замечен и необычный для таких рабочих встреч участник – Муми-тролль. Его турпакет – с проживанием в Sokos Hotels Hamburger Börs, City Börs и SeuraHuone и посещением сказочной страны Moominworld, которая находится на острове Наантали в 16 км от Турку, – вызвал особый интерес.

Елена ПОПОВА



Кого считают по весне в сельском туризме Ленобласти

В марте 2010 г. завершается международный российский финский проект «Дорога к дому – развитие сельского туризма в Ленинградской области». Об этом проекте, стартовавшем в марте 2008 г., написано уже не мало. Сейчас время подвести некоторые итоги, оценить, что из намеченного удалось, что – нет.

Прошедшая в феврале финальная конференция подчеркивает главный итог проекта: сельский туризм в Ленинградской области будет жить!

Страусы на снегу...

Конференция началась с посещения объектов сельского туризма. Первой по маршруту была школа сельского туризма Ленинградской области, созданная на базе фермерского хозяйства «Австралийский хутор». В активе школы три выпуска слушателей, которые прошли обучение по программе, включающей 104 академических часа занятий по 3 основным курсам: подготовка фермеров к работе в области сельского туризма; подготовка сотрудников муниципальных образований к работе с фермерами, занимающимися сельским туризмом; переподготовка фермеров, работающих в сфере сельского туризма. Еще два выпуска (оба на

базе предприятий сельского туризма Лужского района, в том числе для представителей туристских администраций территорий РФ) прошли обучение по сокращенной программе.

Почему школа была создана именно на базе этого хозяйства? Что может рассказать ученикам неделя жизни на страусиной ферме? Удалась ли школа? Получили ли участники проекта то, что изначально закладывали в представление о школе сельского туризма? Сможет ли школа существовать после окончания проекта? Ответы появляются сами собой – это как натурные испытания.

Деревенский дом – живой, теплый...

«Ферма Полянка» – гостевой дом одной из выпускниц школы сельского туризма. Бывший хозяйский дом, в котором пахнет свежеспеченными пирогами, топится печь, умильно урчит кот. Рядом – настоящее сельскохозяйственное производство – большой свинарник, коровник, много гектар сеноскожных лугов. На участке застыли трактора в зимней дремоте до первых признаков весны. Тут уже точно настоящий сельский туризм: хочешь – смотри, хочешь – помоги... Под навесом грезит о зеленой траве стайка велосипедов –

это для туристов: в окрестностях есть что посмотреть. А после походов – реабилитация в бане.

Здесь сомнений нет – сельский гостевой дом! Для участников это испытательный полигон разработанного в рамках проекта стандарта обслуживания в сельском гостевом доме. Все ли в стандарте учтено, все ли срабатывает? И опять положительный ответ.

«Тапиола»: вроде на природе, но все же....

Туристский комплекс «Тапиола» – сродни финским, относящимся к категории сельских, а в каких-то аспектах и совершеннее.

Бассейны, гидромассажные зоны, место для подвижных игр, зона для желающих понырять – и все с видом на природу: сосны, снег, небо! К этому прибавьте бани (турецкую и финскую), купель с прохладной водой, для максимальной остроты впечатлений – приспособление для опрокидывания ведра с холодной водой на голову. Для тех, кто все же считает себя недомывшимся, – отдельно стоящие бани «по-черному» и «по-белому» с возможностью охладиться в озере (зимой – в незамерзающей проруби). В процессе строительства находится SPA-комплекс.

Стильный ресторан с изысканной кухней, бильярдный и игровой залы, зимой прокат лыж и коньков, летом барбекю, детский игровой комплекс с подвесными веревочными дорожками, воздушными домиками, электрическими машинками и еще много всяких приятных мелочей. Проживание в коттеджах и гостиничных номерах.

Насколько это сельский туризм? Однозначного ответа нет.

Способ решения вопросов о сельском туризме – законодательное закрепление определений и понятий сельского туризма, разработка правил сотрудничества с контролирующими органами, с потребителями.

Члены клуба сельского туризма сегодня входят в рабочие группы по разработке проектов закона о туризме в Ленинградской области и закона о сельском туризме в Ленинградской области совместно с депутатами областного Законодательного собрания. Работы много, и сезон приближается. Новый каталог сельских гостевых домов, выпущенный через год после первого, к финалу проекта «полтолстел» почти вдвое. Так кого же считают в Ленинградской области по весне? Новые сельские гостевые дома! Новые места для отдыха туристов!

Татьяна ГАВРИЛОВА

X Юбилейная выставка  **ЗАГОРОДНЫЙ ОТДЫХ**

ЗАГОРОДНЫЙ ОТДЫХ
10-11 апреля
с 11.00. до 18.00

Конгресс-холл «Московский»,
Московский пр. 97 А, ст. м. Московские ворота

Спецпредложения на майские праздники и лето! *Дары и розыгрыши путевок!*



www.igora.biz

ГЕН. СПОН. ПАРТНЕР **БКН.РУ** **www.zagorodom.net** **OSO** **449-35-69**

Пригласительный билет на выставку

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИСТСКИЙ ФОРУМ «КАРЕЛИЯ - 2010»
ТУРИЗМ И МОДЕРНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

7-10 ИЮНЯ

www.karelia2010.ru

Организатор: Правительство Республики Карелия   Патронат: Министерство спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации  При организационной поддержке: Российский союз туриндустрии 

Выставочное агентство «Еврофорум»
185 000 г. Петрозаводск, ул. Анохина, 45. (614-2) 76-63-00, 76-67-96, 78-30-23
euroforum@karelia.ru www.euroforum.karelia.ru

Отели, мини-отели и частные апартаменты

Название отеля	Адрес	Описание	Цена	Координаты
CITY-HOTEL 	СПб, пр. Невский, д. 88, этаж 2, пом. 87 Рядом с Московским вокзалом и ст. м. «Маяковская»	Современный мини-отель в центре города, 8 номеров со всеми удобствами: TV, Wi-Fi, холодильник, в люксах и апартаментах – мини-кухни. Круглосуточная охрана двора, возможность стоянки автомобилей	От 1800 руб., включая завтрак	т.: +7 (812) 716-7395 ф.: +7 (812) 579-6103 city_hotel@mail.ru www.pirerhotel.spb.ru
DeLuxe 	СПб, ул. Галерная, 4, кв.6	8 номеров категорий «стандарт», «люкс», «de luxe» и «апартамент», оборудованных всем необходимым для комфортного отдыха и плодотворной работы. Регистрация, бронирование билетов, трансфер, сейф, Wi-Fi Интернет, услуги химчистки и прачечной	Низкий сезон: 2450-6300 руб. Высокий сезон: 3850-9100 руб.	т.: +7 (812) 314-9242 ф.: +7 (812) 380-7551 deluxehotel@skylink.spb.ru www.spbdeluxe.ru
«ВЕРА» 	СПб, Суворовский пр., 25/16	Категория 3*, 70 номеров с кондиционерами, спутниковое ТВ, бесплатный высокоскоростной Интернет. Занимает часть обновленного здания в стиле «модерн» 1903 года постройки	от 2390 руб., включая завтрак	т.: +7(812) 271-2172, т.: +7(812) 271-2893, 702-6190 desk@hotelvera.ru www.hotelvera.ru
«Братья КАРАМАЗОВЫ» 	СПб, ул. Социалистическая, д. 11-а	Небольшой уютный отель на 28 номеров в центре Петербурга. Интерьеры отеля воспроизводят атмосферу Петербурга XIX века	Стоимость в сутки от 4500 руб.	т.: +7(812) 335-1185 info@karamazovhotel.ru www.karamazovhotel.ru
«На БУХАРЕСТСКОЙ» 	СПб, ул. Бухарестская, 59	18 комфортабельных номеров, сервис – 24 ч., TV, завтрак, кафе, охраняемая стоянка, 20 мин. от центра	От 2200 руб.	т.: +7 (812) 633-3610, 701-6612, 974-8735, 633-3611 hotel@grif.spb.ru www.grif.spb.ru
Гостинично-развлекательный комплекс «НАТАЛИ» 	СПб, Пушкин, ул. Малая, д. 56	46 номеров различной категории. Лобби-кафе-и бар на 100 персон (банкеты, футбольные трансляции, тур. питание). Боулинг на 3 дорожки. СПА-зона (бассейн, джакузи, сауна, хамам). Конференц-зал на 80 чел. Парковка	2400 – 6500 руб.	т.: +7(812) 466-2913, 451-7043, ф.: +7(812) 451-9907 mail@hotelnatali.ru www.hotelnatali.ru
SUZOR Private Business Hotel 	СПб, Владимирский пр. 10	Уютный мини-отель расположен в историческом, культурном и деловом центре Петербурга. 7 комфортабельных номеров бизнес-класса. Визовая поддержка. Регистрация иностранных граждан. Трансфер. WiFi доступ в Интернет на все территории отеля	2000 руб. –4500 руб.	т. +7(812) 713-2269 т. +7(812) 712-4730 reception@pbh.ru www.suzor.ru www.pbh.ru
МОНЕ 	СПб, В.О., Морская набережная, д.17, корп. 2.	6 комфортабельных номеров со всеми удобствами: - 5 DBL, 1-SGL, кондиционер, телевизор (кабельное TV), завтрак в номер, рядом Финский залив, недалеко-Ленэкспо и новый аэровокзал. Открыт в 2006 г.	от 2000 руб.	т.: +7 (812) 974-7720 т./ф.: +7 (812) 498-9958 deesama@rambler.ru www.hotelmone.ru
MOTEL VOYAGE	СПб, Пулковское шоссе, 107	Недорогие, уютные и комфортабельные номера. В непосредственной близости от Пушкина, Павловска, Гатчины, Стрельны и Петергофа. Сауна, бесплатная охраняемая стоянка, спаск-бар.	от 2200 руб.	т.: +7 (812) 7044577 т/ф.: +7 (812) 7044610 www.voyzh.ru motelvoyzh@mail.ru
Club Marinn 	СПб, Морская наб., 31, к. 2	Мини-отель бизнес-класса на охраняемой территории коттеджного комплекса (9 номеров). Бесплатная парковка. Кафе-бар при отеле. Конференц-зал на 20 чел. Бесплатный трансфер по Васильевскому острову	2000 – 4500 руб. Завтрак включен	т.: +7(812) 303-7704, 305-86-01, ф.: +7(812) 305-8701 hotel@clubmarin.ru www.clubmarin.ru
АЛЬБУРГ на Греческом 	СПб, Греческий, 15	36 уютных номеров в центре Петербурга с душем и туалетом, телевизором, телефоном, феном, мини-баром, сейфом, кондиционером, беспл. Интернетом. Микроволновая печь, электрочайники, посуда – в Вашем распоряжении.	2100-4900 руб. Горячий завтрак включен в стоимость, подается в удобное для Вас время	т.: +7 (812) 233-1600, 327-0099 ф.: +7 (812) 347-6588 www.altburg.ru info@altburg.ru
Shelfort Hotel 	СПб, 3-я линия В.О., 26	15 комнат бизнес-класса: 2 сюта Deluxe с 2 спальнями со старинными каминами, 2 Standart, 2 Superior Single, 9 двухместных номеров. Завтрак включен.	Низкий сезон 2400 руб., Высокий сезон 2700 руб.	т.: +7(812) 328-0555, 323-3626 т/ф.: +7(812) 327-0984, 323-5154 hotel@shelfort.ru www.shelfort.ru

Равнение на клиента

Индустрия гостеприимства Северо-Запада РФ приспосабливается к спросу

Из-за влияния кризиса объектов размещения во многих регионах Северо-Западного федерального округа России в 2009 г. оказались загружены ниже ожидааний. Но наиболее сложным периодом все равно оказался низкий сезон перед летом 2010-го, который заставил отели полностью соответствовать новым экономическим условиям.

Тенденции рынка

Увеличение предложения, снижение спроса и среднего уровня цен наряду с усилением конкуренции, активный выход в сферу электронных продаж – основные характеристики петербургского гостиничного рынка 2009 г.

Снижение туристических потоков заставило операторов пересматривать тарифы, разрабатывать привлекательные для гостей системы скидок и льгот. В 2009-м, впервые за последние годы, в Петербурге не отмечался рост стоимости проживания в гостиничном сегменте. И хотя открыто цен не снижали, за счет бонусов их средняя величина заметно упала. Причем эта тенденция была вызвана не только общим спадом в сфере туризма, но и увеличившимся предложением качественного номерного фонда наряду с усилением конкуренции. Как отметил руководитель группы исследований рынков «Knight Frank Санкт-Петербург» Олег Громков, за 9 месяцев 2009 г. показатель загрузки снизился на 18 %, а средний доход с номера (RevPar) за 3 квартала на 20–40 % (в зависимости от категории отеля). В результате снижение доходов за год, по оценочным данным, на гостиничном рынке Петербурга составило до 20 %.

В условиях нестабильности в более выгодном положении находятся гостиницы, объединенные в сети: они могут гибко адаптировать тарифы и услуги. Привлекательными для гостей города остаются и отели с изюминкой, имеющие оригинальную авторскую концепцию. Например, такие, как Reval Hotel Sonya, дизайн интерье-

ров которого полностью основан на осмыслении легендарного романа Ф. М. Достоевского «Преступление и наказание».

Приметой времени стал и быстро растущий интерес питерских объектов размещения к участию в глобальных и интернет-системах бронирования. По данным компании «Нота Бена», к началу 2010 г. в них можно было заказать номер в 233 гостиницах Петербурга, что составляет 32 % от числа возможных к заказу в целом по России (для сравнения, в Москве – только 20 %). Причем наибольшую активность в этом отношении проявляют отели уровня 3*: номера через электронные сети дистрибуции можно забронировать в 110 таких отелях города на Неве. Не случайно, используя все инструменты продажи продвижения в электронных сетях, 6 % петербургских гостиниц не только увеличили заполняемость, но и повысили цены.

Спрос «просел»

Еще в 2005 г. власти Северной столицы поставили цель через 5 лет достигнуть объемов приема в 5 млн туристов и войти в пятерку наиболее посещаемых европейских столиц (программа с условным названием «5x5x5»). Однако из-за влияния кризиса бывшие планы могут быть скорректированы.

Вопреки ожиданиям, въездной турпоток в город на Неве в 2009 г. не вырос и, как и годом ранее, составил около 4,8 млн человек. К тому же по сегментам рынка он перераспределился. К примеру, организованных групп стало заметно меньше, а количество индивидуальных – больше. Число приезжающих в Петербург деловых и инсентив-туристов снизилось, как минимум, на 15–20 %, а количество посещающих Северную столицу пассажиров круизных судов растет (оно достигло 428 тыс. человек и возросло по сравнению с 2008-м на 12 %). Однако именно деловые туристы составляют в городе до 50 % постояльцев гостиниц, а вот круизерам отели не нужны вовсе...

Из-за падения турпотока в первой половине 2009 г. многие петербургские отели оказались загружены гораздо ниже ожиданий и были вынуждены прибегнуть к беспрецедентным мерам, закрывая целые этажи. По сообщению президента Ассоциации малых гостиниц Петербурга Владимира Васильева, в начале 2009-го лишь 2 из 5 небольших отелей были заполнены на 60 % и более за счет прибытия корпоративных клиентов, договоры с которыми были заключены еще в 2008-м. Да и весь высокий сезон гостиницы города отработали не с полной загрузкой.

Не оправдало ожиданий отельеров и начало 2010 г.: гостиницы грузились с трудом и в основном за счет больших скидок. По мнению вице-президента РСТ Сергея Корнеева, во многом это объясняется тем, что до 70 % туристов из других регионов страны приезжали в Петербург самостоятельно, предпочитая арендовать квартиры или останавливаться у друзей и родственников.

Есть что предложить

В 2004-м в городе на Неве было всего 7 тыс. гостиничных мест. Однако после начала реализации программы «5x5x5», уже в 2006 г., в Петербурге ввели в эксплуатацию 9 крупных отелей, в 2007-м – столько же, а в 2008-м – еще 3 большие гостиницы. К тому же в городе появились и сотни мини-отелей.

По данным руководителя Комитета по инвестициям и стратегическим проектам (КИСП) администрации Северной столицы Алексея Чичканова, к концу 2009-го в Петербурге действовало чуть более 620 объектов размещения с общим номерным фондом почти в 27 тыс. (из них гостиниц – 120). Однако при этом только 80 из них располагают более чем 50 номерами (их общий фонд – приблизительно 17 тыс. номеров). Общее количество мест в гостиничном секторе Петербурга – 55,8 тыс.

Вместе с тем данные о структуре объектов размещения в Петербурге расходятся. Власти города, к примеру, учитывают практически все из них, включая загородные пансионаты, ведомственные общежития и официально зарегистрированные мини-отели на 5–8 номеров. Другие же эксперты анализируют сведения только об объектах емкостью не менее 50 номеров, стараясь включать в них только средства размещения с качественным номерным фондом. По этой причине сведения КИСП, компаний GVA Sawyer, «Бекар» и Maris Properties существенно различаются. Но эксперты сходятся в одном: несмотря на кризис, 2009-й оказался очень удачным для ввода новых гостиниц. За год в Петербурге ввели в строй свыше 1,4 тыс. номеров – это лучший результат за последние 30 лет.

К тому же официальные данные трудно назвать полными, так как достаточно большое количество многокомнатных квартир, которые ранее были реконструированы в мини-отели, до сих пор нигде не зарегистрированы. По сведениям разных источников, только таких объектов размещения в Петербурге может быть более 150, и соответственно «официальный» номерной фонд следует корректировать в сторону увеличения.

Кто на новенького

В 2009 г., несмотря на объективные экономические трудности, в городе на Неве открылся целый ряд новых отелей.

Среди наиболее значимых новых объектов стоит назвать конгресс-отель Holiday Inn St. Petersburg-Moskovskye Vorota (557 номеров, 3*), гостиницу «М-Отель» (54 номера, 3*), «Гранд Петергоф Спа Отель» (37 номеров) и отель «Терийоки» (48 номеров, Зеленогорск). Кроме того, сразу на 90 номеров вырос фонд в отеле «Москва» и на 107 – в «Коринтия Санкт-Петербург». Одним из последних в конце ноября в Петербурге открылся Reval Hotel



Sonya – новый крупный (на 173 номера) отель уровня 4*, построенный по единой дизайнерской концепции в центре Северной столицы.

По сведениям Maris Properties, в настоящее время на тысячу жителей Петербурга приходится уже около 6 номеров, однако до среднего европейского показателя все еще недостает двух. Вместе с тем, при сохранении сегодняшних темпов строительства гостиничной недвижимости, уже через 7–10 лет он вполне может быть достигнут.

Движение по «звездам»

Более двух третей всех отелей Северной столицы (68,9 %) приходится на 4 района (Центральный, Адмиралтейский, Петроградский, Василеостровский), расположенные в центральной части города.

Однако общий номерной фонд уже делится несколько иначе, так как свыше 51 % комнат в гостиницах приходится уже на Центральный, Московский и Адмиралтейский муниципальные образования Петербурга. Причем на первом месте находится Центральный район Северной столицы, имеющий 6,8 тыс. номеров (более 30 % от общего номерного фонда города). Однако лишь 18,5 % из них находятся в гостиницах с числом номеров более 50, а остальные – в средних и мини-отелях. Второе место занимает Московский район (2,54 тыс. номеров, 11,4 %), а третье – Адмиралтейский (2,36 тыс. номеров, 10,7 %).

Что касается отдаленных от центра районов города, то в них количество отелей минимально. Кронштадт, Колпино, Петродворец и Приморский район находятся в арьергарде рейтинга распределения гостиниц по территории Петербурга. Исключением из этого центристического правила является только Курортный район, по объективным причинам входящий в число лучших. Благодаря природным условиям и удачному месторасположению, именно в нем сосредоточены многие загородные объекты размещения, включая пансионаты, мотели и базы отдыха.

Наибольшая доля петербургских гостиниц приходится на отели категории 3* (43 % от их общего числа). За ними следуют объекты размещения экономкласса (32 %), 4* (14 %) и 5* (10 %). Однако номерной фонд больших петербургских гостиниц (на 50 и более номеров) распределяется уже иначе. На 3* приходится 48 %, на 4* – 27 %, на экономкласс – 16 %, а на 5* – только 10 % номеров. Это говорит о том, что значительная часть крупных гостиниц (в том числе и новых) позиционируется в сегментах выше 3*, а вот экономкласс остается предпочтительным для малых и мини-отелей.

По оценкам специалистов маркетингового агентства Promaso, спектр предоставляемых объектами размещения услуг сужается одновременно с понижением их уровня звездности: в большинстве мини-отелей, к примеру, обеспечивают только размещение гостей.

Что касается крупных мировых гостиничных операторов, то в городе действует уже 18 отелей, управляемых ими. И хотя в количественном отношении они составляют не более 5 % всех питерских отелей, эти гостиницы располагают фондом около 6 тыс. номеров. Как правило, это крупные отели, обладающие максимально развитой современной инфраструктурой. Значительное число номеров в этом секторе означает, что Петербург способен предложить гостям сервис международного качества. Grand Hotel Europe, например, в 2009-м признан в Европе лучшим отелем класса люкс (по версии World Travel Awards). Однако надо учитывать, что стоимость услуг в таких гостиницах выше, чем в управляемых российскими операторами.

Наибольшим числом комнат обладает Rezidor SAS (37 % фонда, находящегося под управлением крупных сетевых операторов), за ним следуют Sokotel (15 %) и InterContinental Hotels Group (9 %).

Мини становится официальным

В 2009 г. Смольный впервые посчитал и мини-отели. По данным КИСП, в Петербурге находится до 500 таких объектов размещения с общим числом номеров не менее 6,4 тыс. (около 25 % от общего гостиничного номерного фонда).

Мини-отели в России представлены практически только в Северной столице. Как правило, их организуют на основе больших коммунальных квартир в центре и, в отличие от малых отелей, они находятся не в отдельном здании, а в жилом доме. Нередко это проекты с изюминкой и особым домашним уютом, расположенные в центре города и предлагающие вполне достойные условия проживания. Питерский мини-отель уровня 4* «Александр Хаус», к примеру, является членом международной ассоциации Small Luxury Hotels of the World (таких отелей в России только 2). В связи с ростом конкуренции мини-отели объединяются в сети (такие, как Nevsky Hotels Group, Valka Hotels Group, B&B Rinaldi и т. д.).

Вместе с тем нельзя забывать о том, что весь спектр услуг, которые гарантируют крупные и средние отели, в мини-отелях невозможно реализовать из-за недостатка площадей. Да и не нужно... Многим гостям как раз необходима только возможность комфортного размещения. Все остальное они с удовольствием получают за

Репино
БУТИК-ОТЕЛЬ

Загородный отель
на берегу
Финского залива



Организация праздничных и деловых мероприятий!

- банкетный зал на 80 персон
- ресторан на 180 персон

ЛЕТО в отеле:

- песчаный пляж Финского залива, прогулки на свежем воздухе, игры в бадминтон, волейбол, баскетбол
- прокат роликовых коньков, велосипедов
- детский мини-клуб с воспитателем
- боулинг, бильярд, караоке, WI FI
- оздоровительный комплекс с бассейном, финской сауной и турецкой баней

Уникальность климатических условий делает отдых в «Репино Бутик-Отеле» полезным, благодаря превосходному, мягкому морскому климату.

Отдых всегда рядом!

Тел.: (812) 702-28-50 (52, 55)
197738, г. Санкт-Петербург, поселок Репино,
Приморское шоссе, д. 394/2

www.hotel-repino.ru

счет окружающей городской инфраструктуры.

Сейчас в Петербурге идет интенсивная работа по созданию базы нормативных актов, позволяющих решить большую часть проблем мини-отелей и, соответственно, легализовать работу оставшейся «подводной» части этого «айсберга».

Перспективы

Сейчас в Петербурге на стадии строительства находятся еще более 30 гостиниц на 6 тыс. номеров. Однако, по данным исследования темпов возведения объектов гостиничной недвижимости, подготовленного «Агентством развития и исследований в недвижимости» (АРИН), работы почти на половине из них в настоящее время приостановлены.

По оценкам экспертов, актуальным и прибыльным в ближайшее время может стать развитие бюджетного гостиничного формата, гостиниц экономкласса. Однако отсутствие «длинных» кредитных денег и усиление конкуренции заставляют часть инвесторов отказаться от планов: Sokos Hotels не только закрыла на новогодние каникулы 2 из 3 недавно построенных отелей, но и отказалась от планов инвестиций в России «до стабилизации рынка». Около десятка гостиничных проектов (в том числе и те, которые уже находятся в высокой степени готовности) выставлены на продажу. Среди них – и расположенные в весьма привлекатель-

ных местах исторического центра на набережных реки Фонтанки и канала Грибоедова, а также на Васильевском острове.

Даже если все строящиеся и запланированные к вводу отели введут в эксплуатацию в 2010-м, количество номеров в объектах размещения Петербурга вряд ли превысит 30 тыс. А ведь на завершающем этапе строительства, по сведениям АРИН, находятся не более 14 из них. Причем 63 % объектов категории 3* в настоящее время активно достраивается, в то время как на большинстве стройплощадок отелей 4* повисла тишина. Активно возводят и гостиницы категории 5*: 67 % таких объектов не остановлены, поскольку финансирование работ на них ведется с привлечением западного капитала.

Как констатирует генеральный директор гостиницы «Октябрьская» Владимир Иванов, «падение загрузки в нашей гостинице в 2009 г. составило около 30 %, однако из-за резкого снижения расходов рентабельность удалось оставить на прежнем уровне». По его мнению, прошедшим летом гостиницы слишком снизили цены, спровоцировав мощный демпинг. «2010-й год не может быть лучше, – резюмирует он. – Думаю, что сохраняются все тенденции 2009-го». А его коллега, генеральный директор «Азимут Отель Санкт-Петербург» Алексей Дерезлов уверен, что «в 2010 г. объем рынка сохранится на уровне 2009-го и, чтобы сделать

Петербург более доступным на международном рынке, надо повышать его конкурентоспособность».

Однако начало 2010 г. показывает, что Петербургу по-прежнему сложно конкурировать в сфере гостиничной индустрии. Одно из местных интернет-изданий сравнило цены в 6 мировых гостиничных сетях, представленных и в городе на Неве. Выяснилось, что сутки в «Corinthia Невский Палас» стоят на 53 % дороже, чем в аналогичном сетевом отеле Лиссабона. Sokos в Хельсинки на 40 % дешевле, чем в Петербурге, а сутки в нашем Novotel обойдутся на 19 % дороже, чем в Амстердаме... И вовсе не случайно туристы отдают предпочтение посуточной аренде квартир. Ведь снять однокомнатную квартиру можно за 1,8 тыс. руб., а за 5 тыс. – трехкомнатную в центре города, заселившись туда тремя семьями или компанией из 6–8 человек.

Вместе с тем, несмотря на последствия кризиса, Петербург остается для инвесторов привлекательным и все еще нуждается в 7–10 отелях категории Deluxe, которые могут быть организованы в зданиях-памятниках. Как считает генеральный директор «Тристар Инвестмент Холдингс» Михаил Масалов, инвестиции в такие объекты, как «Дом со львами» на Исаакиевской площади (в нем разместят отель Four Seasons Hotel Lion Palace St. Petersburg), остаются перспективными: город на Неве по праву признают одной из наиболее привлекательных туристских дестинаций в мире.

С учетом этого власти Петербурга в ближайшее время намерены провести самую масштабную за период деятельности правительства Валентины Матвиенко приватизацию принадлежащих городу зданий. На продаже более 40 объектов недвижимости, часть из которых вполне можно использовать под элитные отели, чиновники рассчитывают заработать свыше 6 млрд руб.

Среди них такие перлы архитектуры, как дворец великого князя Михаила Михайловича, особняк Кочубея, бывший дом Первого общества взаимного кредита, комплекс зданий на набережной Мойки, а также 3 исторических торговых комплекса (Малый Гостинный двор, Никольский и Андреевский рынки). Их продажа будет проходить по рыночным ценам с учетом имеющихся обременений (в том числе охранных обязательств), однако эксперты уверены, что для реализации столь статусных зданий выбрано не самое удачное время: цены на рынке недвижимости далеки от тех, которые были 2 года назад.

В провинции

Основными проблемами развития инфраструктуры объектов размещения российского Северо-Запада вне Петербурга оста-

ются качество номерного фонда и неравномерное распределение не только по областям и республикам, но и внутри них.

По итогам 2009 г., суммарный въезд туристов в регионы Северо-Западного федерального округа (СЗФО) приблизительно оценивают в 9,5 млн человек. Львиная доля путешественников, отправляющихся в поездки за пределы Северной столицы (на нее в минувшем году пришлось 4,8 млн человек), достается Ленинградской, Вологодской и Калининградской областям, а также Республике Карелия (свыше 80 % от потока на 4,7 млн человек). Однако по количеству и, самое главное, качеству предназначенных для них объектов размещения картина Северо-Запада России выглядит несколько иначе.

Безусловно – гостиниц должно быть много. И разных. На любой вкус и кошелек. Ведь далеко не все гости хотят, чтобы вокруг них обязательно был антиквариат и прислуга в ливреях. Есть и те, кто готов пару дней пожить в спартанских условиях. С удобствами на этаже (или еще дальше). Но в подавляющем большинстве современный турист, независимо от национальности, желает получить комфорт за приемлемую цену даже в «медвежьем углу».

Что же мы видим на российском Северо-Западе? Во-первых, по числу отелей регионы кардинально отличаются. На Псковщине их почти в 8 раз, а на Новгородчине – в 5 раз меньше, чем в Ленинградской и Калининградской областях. Но в конечном итоге дело даже не в самом количестве гостиниц, а в качестве предоставляемого ими номерного фонда и спектре предлагаемых услуг.

Даже краткий анализ статистических сведений показывает, что в каждом из регионов СЗФО не менее четверти номеров в объектах размещения относят к категории «прочие». Что это означает? Что тех самых удюбов, которых требует современный турист, не хватает, а число возникающих перед ним житейских проблем – растет. Что количество качественных гостиниц, в которые не стыдно заселить даже не очень привередливого гостя из-за границы, ограничено не более чем десятком названий. А тех, в которых есть и ставший уже нормой в Европе беспроводной Интернет, – еще меньше. Как результат, номеров высшей категории в отелях СЗФО не так уж и много (около 10 %), а в некоторых регионах и вдвое ниже. Есть и лидеры. В Вологодской области, к примеру, свыше 14 % всех номеров в КСР относят к высшей категории.

В качестве типичного примера можно рассмотреть один из регионов-лидеров, Ленинградскую область. Как здесь распределяются коллективные средства размещения (КСР) по составу? Из

гостиница
Миссе-льбург

Приглашает отпраздновать свадебное торжество
в изысканных интерьерах купеческого дома

Свадебное предложение включает:

- организация банкета;
- пребывание новобрачных в Гостевом доме:
 - делюкс «Жозефина» (ранний заезд, поздний выезд);
 - свадебный декор номера;
 - фрукты и шампанское;
 - программа Wellness (сауна, джакузи и массаж);
 - консультация семейного психолога.
- размещение гостей после свадебного торжества в отеле Гостевого дома со скидкой 50%;
- подарочный сертификат на годовщину свадьбы (люкс «Раймонда» для молодоженов, делюкс «Нева» и «Жозефина» для друзей со скидкой 50%).

Свадебный пакет может также включать дополнительные услуги:

- организация и проведение свадебного торжества (ведущий, музыканты, актеры);
- свадебный фотограф;
- трансфер;
- помощь стилиста при выборе свадебных нарядов;
- церемония подготовки невесты в Салоне красоты Гостевого дома (маникюр, свадебная прическа, свадебный макияж);
- свадебный торт;
- выездная регистрация.

187320, г. Шансельбург, ул. Чекалова, д. 4
(812) 715 71 67, (812) 969 30 25

www.gostevoydom.com, info@gostevoydom.com

МНЕНИЯ

Алексей МУСАКИН, директор Российской гостиничной ассоциации по Петербургу и Ленинградской области:

– Тенденция 2009 г. в гостиничном бизнесе – сокращение глубины бронирования с 2–3 недель до 2–3 дней, сокращение количества ночевков, а также рост доли российских туристов за счет снижения цены размещения. Хорошо и то, что открываются новые отели. Основными же тенденциями 2010-го будут появление отелей ценовой категории до \$100 за номер в сутки, объединение малых отелей в холдинги, а также предложение пакетов с различными вариантами услуг. Учитывая расширение присутствия иностранных сетевых компаний, надеюсь, у нас повысится и уровень квалификации персонала. А основные факторы, которые мешают развитию туризма, – отсутствие календаря событий и «пробки».

Татьяна ГАВРИЛОВА, начальник отдела туризма Комитета по физической культуре, спорту и туризму правительства Ленинградской области:

– Отельный бизнес в настоящее время находится в сложной ситуации. Особенно трудно приходится тем предприятиям, которые расположены в отдаленных районах, где поток туристов и без того был невелик. А низкий сезон продолжается... Нужно развивать инфраструктуру туризма в целом, создавая условия для того, чтобы путешественники поехали в тот или иной уголок области. Необходимы хорошие дороги, оригинальные события, поддержка властей. И конечно, надо улучшать качество номерного фонда, потому что человек, побывавший в отелях Египта или Турции, вряд ли захочет жить в гостинице с удобствами на улице.

Вячеслав ПОЗГАЛЕВ, губернатор Вологодской области:

– В любом деле главное – хорошая идея. Ведь в нашем Великом Устюге, еще недавно совсем отсталом, все меняется на глазах. Конечно, мы еще не Лапландия, где за 50 лет накопили опыт организации отличного зимнего отдыха. Однако уже сейчас 7 % населения этого района заняты в туризме. В соседней с Великим Устюгом деревне Благовещенье люди заборы выкрасили, туалеты построили, кровати купили и стали в разгар сезона жилье с завтраком и баней сдавать. А в городе во многом благодаря идее создания вотчины Деда Мороза появились современные новые отели с бассейнами, соляриями, тренажерными и конференц-залами.

514 объектов (без учета детских оздоровительных лагерей) гостиниц всего 112 (почти 22 %), санаториев и пансионатов – 36 (7 %), в то время как баз отдыха 265 (около 52 % от всего количества КСР), а баз охотников и рыболовов – почти 12 %. Если учесть, что оставшаяся часть КСР приходится на сельские гостевые дома и общежития, то картина вполне соответствует общей ситуации на Северо-Западе России. В целом получается, что не менее половины объектов размещения этого и других регионов СЗФО имеют ограниченное применение, поскольку чаще всего не располага-

ют достаточным для комфортно-го размещения набором удобств или не приспособлены к эксплуатации вне высокого летнего сезона. И получается, что мест вроде бы и много, но селить требовательных туристов оказывается некуда. А если учесть, что в некоторых регионах число КСР в несколько раз меньше, чем в Ленобласти, то ситуация оказывается еще менее радужной.

Качество объекта размещения определяет не только номерной фонд, но и спектр предоставляемых услуг. Как правило, лучшие из них располагают собственными рестораном, баром, конфе-

ренц-залом (иногда их несколько), а также предлагают разнообразные дополнительные сервисы (трансфер, сопровождение деловых мероприятий, экскурсионное обслуживание и т. д.). Отели уровня 5* к тому же предоставляют клиентам возможность бесплатно пользоваться услугами спортивно-оздоровительного (SPA) комплекса, а каждая третья из таких гостиниц имеет на своей территории и плавательный бассейн. Вызов такси, хранение багажа, аренда или прокат автомашины, заказ билетов в театр и парковка – обычные атрибуты хорошего отеля. Однако на тер-

ритории Северо-Запада России количество объектов размещения, способных предложить такой спектр дополнительных услуг, пока исчисляется всего несколькими десятками (по 3–4 на регион).

Наиболее низкие цены на проживание в гостинице (в сентябре 2009 г.) были отмечены в Архангельской области. В среднем, провести сутки в отеле этого региона стоило всего 869 руб., в то время как в Вологодской и Мурманской областях – 1,1 тыс. руб., в Республике Коми – 1,389 тыс., а в Карелии – уже 1,467 руб. в сутки. В наиболее развитых с точки



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОФСОЮЗОВ

Размещение в одной из трех гостиниц в ИЮНЕ–АВГУСТЕ 2010 г.

Прием и обслуживание российских и иностранных граждан. Умеренные цены, скидки

ул. Фучика, 15



366 уютных номеров с 2- и 3-местным размещением в блоках (795 мест)

- Высокий уровень комфортности и внимательный персонал.
- Автостоянка на территории.
- Безупречная круглосуточная охрана гостиницы и территории.
- Удобное транспортное сообщение (до центра города — Невский пр. — 15 мин).
- К Вашим услугам: ресторан, столовая, кафе, кухни на этажах, бар-бильярд, театрально-концертный зал, система залов и аудиторий (вместимость от 70 до 700 чел.), возможность проведения бизнес-встреч, семинаров, конференций, фестивалей.

ул. Ленсовета, 29



129 уютных номеров с 2-, 3-, 4-местным размещением (379 мест), удобства на этаже

- Домашнее гостеприимство.
- К Вашим услугам кафе.
- Надежная охрана гостиницы круглосуточно.
- Удобное месторасположение (10 мин на а/м от аэропорта «Пулково», 5 мин ходьбы от ст. м. Московская)

ул. Хвойная, 13/15, Лахта



110 уютных номеров с 2-местным размещением (220 мест), удобства в номере

- Высокий уровень комфортности и внимательный персонал.
- Удобное транспортное сообщение (10 мин на а/м до ст. м. «Старая деревня» или «Черная речка»)
- К Вашим услугам: уютная столовая, возможность проведения бизнес-встреч, тренингов, спортивный комплекс и сауна, автостоянка на территории, надежная охрана гостиницы круглосуточно.
- Для ценителей активного отдыха — суперсовременный спортивно-досуговый комплекс:
- многофункциональная площадка для игровых видов спорта (теннис, баскетбол, волейбол, мини-футбол, бадминтон);
- павильон для игры в пинг-понг;
- оборудованное место для пикников (шашлыки, барбекю, гриль);
- вечернее освещение

зрения туризма регионах СЗФО акцент делают на строительство небольших и достаточно быстро окупаемых объектов размещения уровня от 2 до 4*. Особенно это характерно для Ленинградской и Калининградской областей, Республики Карелия, в которых очень развит сезонный туризм.

Немаловажен и такой фактор, как внимание со стороны властей, обеспечивающее туризму поддержку на региональном уровне. В Карелии, к примеру, в 2008 г. на тысячу жителей республики инвестиций в туризм (в рамках специализированной программы) пришлось 14,8 руб., в Петербурге – 32,1 руб., в Вологодской области – 111,1 руб., в то время как в Псковской области – всего 0,8 руб. Не случайно, наверное, что и по числу коллективных средств размещения Псковщина занимает в округе последнее место. А в Карелии, напротив, дело движется, и в 2010 г. в Петрозаводске должны сдать в эксплуатацию гостиницу уровня 4* («Онега-Отель»), которая будет полностью соответствовать современным международным нормам и позволит принимать даже привередливых гостей.

– В системе приоритетов стратегии социально-экономического развития республики до 2020 г. проект «Гостеприимная Карелия» определен в качестве приоритетного наряду с двумя другими, – констатирует перспективы руководитель туристического отдела Минэкономразвития региона Владимир Громов. – И поэтому власти многое делают для того, чтобы сделать пребывание путешественников в нашей республике более комфортабельным.

Где густо, где пусто

Но не только качество номерного фонда и спектр услуг определяют «лицо» региона. Ведь в иные его уголки турист и рад бы поехать, но, трезво оценивая ситуацию с временным размещением, не едет. С другой стороны,



если нет желающих путешествовать, то и строить отели вроде бы ни к чему...

Суть проблемы состоит в том, что в одних районах той или иной территории гостиниц уже даже больше, чем желающих жить в них туристов, а в других их – кот наплакал. В Ленинградской области, к примеру, в Выборгском и Приозерском районах уже имеется 32 отеля (это вдвое больше, чем во всей Псковской области), однако в Лужском и Волосковском их всего по одному. Увы, но примерно такую же картину можно наблюдать и по всему макрорегиону.

Как правило, наибольшее количество гостиниц сосредоточено в областном (республиканском, окружном) центре, а на периферии их по минимуму. В Мурманской области, к примеру, из 34 гостиниц треть находится в столице области. Но есть и исключения, обусловленные спецификой региона. В Вологодской области в ее центре насчитывают 10 отелей, в то время как Череповце их 12. Зато на всю остальную ее территорию (всего здесь насчитывают 26 административных районов) приходится только 14 гостиниц...

Стоит отметить, что в последнее время на Северо-Западе России большое распространение получила практика организации гостевых домов, которые появляются повсеместно. В том числе – и в отдаленных районах. В Ленинг-



градской области даже действует отдельная программа по развитию сельского туризма, во многом опирающаяся на созданные по всему региону объекты размещения. Поездки в глубинку с проживанием в настоящих деревенских домах, традиционный быт, девственная природа вызывают интерес у определенной части путешественников, но и в этом направлении нужна работа по развитию инфраструктуры туризма.

Болевые точки

Известно, что строительство объекта размещения, при наличии спроса хотя бы в перспективе, дело хоть и хлопотное, но выгодное. Однако сиюминутных барышей не приносит, так как в среднем проект окупается в течение 8–10 лет.

Поэтому первая проблема в развитии индустрии гостеприимства Северо-Запада – инвестиции. Денег нужно много, но поскольку доходность бизнеса (особенно в глубинке) невелика, всегда находятся другие приоритеты для их вложения. Не случайно даже в более благополучном и популярном у туристов Петербурге часть гостиничных проектов сейчас репрофилируют, так как рынок диктует свои законы и деньги устремляются туда, где они скорее возвращаются.

Вторая – неразвитость инфраструктуры туризма в целом. Ведь

если нет хорошей дороги и некуда пойти вечером, появление отеля дела не поправит. И в этом отношении лучший пример – Великий Устюг с вотчиной Деда Мороза. Когда под хорошую идею турист поехал, в городе и вокруг него стали появляться и отели, и развлечения. Вплоть до боулинга... И проекты, в перспективе способные повторить успех Великого Устюга и тем самым поддержать развитие туристической инфраструктуры, в каждом из регионов Северо-Запада России есть.

Третья – отношение властей. Как только они находят возможности для создания благоприятной законодательной и экономической атмосферы, способствующей развитию отельного бизнеса, предприниматели в долгу не остаются. А там, где их оставляют наедине со всеми проблемами, положение соответствующее. И даже по статистике видно, где отельерам помогают не только словом, но и делом. В Республике Карелия, например, действует уже третья по счету программа развития туризма, под которую стараются выделять ощутимые денежные средства. А вот в Коми на аналогичный проект на ближайшие 3 года предусмотрели всего 6 млн руб.

Однако, как и везде, в сфере гостеприимства на российском Северо-Западе стоит семь раз отмерить перед тем, как что-либо сделать. И проблему нехватки или повышения качества номерного фонда всегда нужно решать в комплексе со всеми другими, стоящими перед туризмом в целом. Ведь работа по увеличению объемов должна обязательно вестись параллельно с продвижением возможностей того или иного региона на всех перспективных туристических рынках. В том числе – и на зарубежных. Иначе может сложиться ситуация, когда даже во вполне комфортабельных средствах размещения просто некому будет жить...

Владимир СЕРГАЧЕВ



www.ivolgatour.ru

Казанская ул., 7, оф. 3

(812) 603-2073, 603-2077

ФРАНЦИЯ

Лазурный берег

ИСПАНИЯ

чартер с 30.05

МАЛЬТА

чартер с 06.06

Детский отдых

ЧЕХИЯ

Карловы Вары

ВЕНГРИЯ

оз. Хевиз

РАННЕЕ БРОНИРОВАНИЕ И СКИДКИ

ИТАЛИЯ

ГЕРМАНИЯ

АНГЛИЯ

ИЗРАИЛЬ

ВСЯ ПРИБАЛТИКА

ВСЯ ГРЕЦИЯ: п-ов Халкидики, о. Родос, о. Крит, о. Закинф, о. Кос, о. Санторини

ТУРЦИЯ

БОЛГАРИЯ

**Египет
Кипр, Тунис**

Amari рисует образ новыми «Красками»

На развитие и корпоративный ребрендинг сети отелей Amari, проходящий под лозунгом «Краски и ритмы современной Азии», в ближайшие годы будет потрачено около \$44 млн. Чем вызвано решение обновить имидж и расширить бизнес, как будет идти этот процесс – об этом президент гостиничной цепочки Питер Хенли рассказал в эксклюзивном интервью нашему изданию.



– Частная сеть отелей Amari, вторая по величине в стране, действует в Таиланде уже более 37 лет, и в настоящее время под этим брендом работает 16 гостиниц, расположенных в самых разных наиболее посещаемых туристами его уголках, – говорит он. – Amari – весьма солидное и надежное предприятие, но, как выяснилось, в мире о нем мало знают. Со временем в любой компании появляется потребность в обновлении, в ее соответствии требованиям времени. Поэтому в апреле 2009 г. мы разработали детальный план развития сети, целью которого является ее вывод на новый качественный уровень. Главная задача – превратить цепь отелей из национальной тайской в мультинациональную сеть, ох-

ватывающую большую часть Азиатско-Тихоокеанского региона и состоящую (к 2018 г.) из более чем 50 гостиниц.

– Из каких этапов состоит проект и чего уже удалось добиться?

– В нем будет 5 этапов. Первый – создание правильного бренда. Второй – выход на региональный уровень. Третий и четвертый – различные аспекты совершенствования внутренней структуры сети. Пятый – решение управленческих задач высокого уровня, связанных с ее внешней деятельностью. Но сейчас главное – «оживить» бренд Amari, дать ему второе дыхание. К этому процессу мы подошли очень серьезно, провели специальные исследования, продавали массу работы и в итоге запустили новый бренд

лишь в октябре 2009 г. Результаты нас радуют, так как он стал более узнаваемым (и на внутреннем, и на внешнем рынке), современным и более азиатским, чем чисто тайским. При этом в каждом сетевом отеле уже начали происходить изменения, которые со временем и позволят выполнить нашу главную задачу.

– Каков объем инвестиций в реструктуризацию сети до 2018 г.?

– Он составит более \$44 млн. Средства будут потрачены на совершенствование IT-систем, кадры, продвижение и т. д. Инвестиции также несут последовательный характер и станут поступать по мере выполнения этапов обновления сети отелей. В прошлом году, к примеру, мы больше уделяли внимания кадрам, а в этом основной упор сделаем на IT-технологиях.

– Какие рынки Вы считаете для себя приоритетными?

– Основное внимание мы уделяем азиатским странам и государствам Ближнего Востока. В первую очередь нас интересуют те из них, в которых ожидается появление отелей Amari. В принципе, интересные для нас страны расположены на карте по дуге, проходящей от Ближнего Востока до Австралии. Однако и Германия, и Китай, и Россия имеют своей приоритет. Благодаря новой стратегии развития, со временем

мы надеемся увеличить число наших гостей из России, к примеру, с нынешних 2,5 (в 2009 г.) до 10–15 % от общего количества туристов в 2018-м. Достигнуть этой цели будет непросто, но в сотрудничестве с нашими партнерами мы надеемся добиться того, что россияне будут больше знать не только о Таиланде и других странах Азии, но и о сети наших отелей. Как показала встреча в Москве, пока даже большая часть из приглашенных на нее журналистов в Таиланде не бывала, и поэтому работы впереди действительно будет много.

– Сколько Вы намерены потратить на продвижение Amari в России?

– Отдельной цифры для российского рынка нет, но в целом только на продвижение сети отелей в интересных нам странах будет потрачено около \$2 млн. При этом эта сумма не включает расходы на рекламу.

– Если охарактеризовать имущество руководимой Вами гостиничной цепочки в нескольких словах, то каковы они будут?

– Качество обслуживания. Домашняя, уютная обстановка в отелях и близкие дружеские отношения с деловыми партнерами. Прозрачность бизнеса. И конечно, уровень гастрономии и SPA.

Подготовил
Владимир СЕРГАЧЕВ

Workshop Hilton Worldwide

26 февраля в гостинице «Астория» состоялся первый workshop компании Hilton Worldwide, организованный международным офисом по продажам отелей Hilton в России.

Империя Hilton – это гостиничная сеть с 90-летней историей, одна из самых известных в мире. Нововведения ее основателя К. Хилтона в области сервиса и маркетинга стали классикой гостиничного менеджмента. Так, компания первой открыла киоски по продаже газет и сувениров в гостиницах. В номерах отелей Hilton впервые были установлены кондиционер, телефон с прямым набором и автоматический замок в дверях. Среди ее новаций – классификация гостиниц, программа поощрения постоянных клиентов и система франчайзинга. С 1959 г. компания стала открывать гостиницы в аэропортах. Отель-казино – это тоже находка Hilton.

В 1973 г. компания первой применила систему Hilton, которая позволила клиентам бронировать не только номера в гостиницах, но и билеты на транспорт. В 1995 г. она первой открыла интернет-портал, а в 2002 г. инициировала создание единой системы

сетевое бронирования WorldRes, в которой помимо собственных отелей представила отели французской сети Accor и английской Six Continents. В числе ее последних новаторских решений – коммуникационный комплекс на базе беспроводной связи Symbol Technologies, быстро завоевавший популярность.

В прошлом году в сеть Hilton вошли 302 новых отеля, и на сегодняшний день она насчитывает более 3500 гостиниц (585 тыс. номеров) в 77 странах мира. В сентябре 2009 г. Hilton Hotels Corporation сменила название и логотип. Новое имя Hilton Worldwide отражает глобальные устремления компании, в планах которой – открытие 900 отелей на 129 тыс. номеров. Российский ры-

нок для Hilton Worldwide является стратегическим. В настоящее время она имеет договор франчайзинга с двумя гостиничными в России: Hilton Moscow Leningradskaya и Hilton Garden Inn Perm, которые были открыты в 2008 г. В январе 2010 г. Hilton Worldwide объявила об открытии гостиниц в Новосибирске и Геленджике летом этого года, а в Перми, Самаре и Сочи – в 2011–2012 гг. В Петербурге компания планирует открыть отели Doubletree by Hilton и Hilton Garden Inn в 2010–2013 гг.

Во время рабочей встречи представители отелей Hilton из Австрии, Германии, Израиля, Испании, Италии, Мальты, Турции, Франции, Хорватии, Чехии и Японии познакомили петербургских туроператоров с планами дальнейшего развития, особенностями продаж и возможностями приема гостей. У каждого отеля – своя изюминка, но девиз: «Гарантия элитарной роскоши при доступном сервисе и высоких стандартах качества» – един для всех и привлекает самых разных клиентов, от коронованных особ до простых людей, принадлежащих к среднему классу.

Елена ПОПОВА



Новый проект Sandals Resorts

Компания Sandals Resorts – крупнейшая гостиничная цепочка Карибского бассейна, в течение последних 15 лет являющаяся лучшим отельным брендом этого региона (Caribbean's Leading Hotel Brand) по версии World Travel Awards, объявила о начале строительства вилл на воде с января 2011 г. в одном из своих лучших отелей на острове Санта Люция – Sandals Grande St. Lucian Spa & Beach Resort.

Виллы над водой будут первыми в своем роде на Карибских островах. Все 26 вилл, представленных тремя категориями съютов, будут обслуживаться персональными дворецкими, прошедшими курс обучения в Международной школе Гильдии профессиональных английских дворецких.

В новых виллах на воде гости смогут воспользоваться всем, чем славятся отели Sandals Resorts, девизом которых является фраза «Luxury included», – это и гастрономические рестораны, и напитки класса Premium без ограничений, широкий выбор наземных и водных видов спорта, включая плавание с маской и подводные погружения для сертифицированных дайверов.

Swiss Travel System – еще один бренд знаменитой швейцарской точности

Уже не один год в Швейцарии действует единая система путешествий Swiss Travel System. Оценить ее можно, только испытав на себе. Любые предварительные слова «в пользу» меркнут перед реальной отточенностью работы этого механизма.

Мы приобрели билеты Swiss Pass в Петербурге. Единый билет 1-го класса сроком действия 4 дня обошелся в 98 CHF (это меньше 3000 руб.). Для сравнения: тот же билет в Швейцарии стоит 390 CHF. Покупали билеты на всякий случай, еще не зная, что за эту смешную сумму увидим полстраны.

Наш первый маршрут на швейцарской земле пролегал из Цюриха в Веггис, небольшой городок на берегу Люцернского озера. Принимающая сторона снабдила нас расписанием (оно прилагается на рисунке). Тревожнее всего было увидеть, что есть одна минута, чтобы перейти с электрички на автобус. Но именно так все и



Люцерн



Интерлакен

вышло. Время, указанное в расписании, точно совпало с тем, что происходило в реальном времени. И с этого момента на протяжении 5 дней, проведенных в Швейцарии, мы постоянно удивлялись, как же можно было свести все звенья цепи воедино и почему в России такое невозможно.

Надо отметить, что Swiss Travel System объединяет поезда даль-

него и местного следования, паромы и автобусы. Несомненное удобство в том, что вокзалы (по крайней мере, в тех городах, где мы побывали) находятся в центре, здесь же обычно расположены пристань и автовокзал. На вокзале есть информационный офис – если вы никак не владеете иностранным языком, то сможете хотя бы взять карту, расписание всех видов транспорта, буклеты (если повезет, то и на русском).

Проведя пару дней в Веггисе, мы отправились осваивать просторы Швейцарии, уже зная, что сможем «объехать необъятное».

Ранним утром буквально выплывший из ниоткуда в считанные секунды белый паром до-

ставил нас из Веггиса в Люцерн. Нельзя не упомянуть, что, выйдя на пристань, мы увидели огромный шатер Nescafe: в рамках промоакции здесь активно угощали всеми видами кофе – и эспрессо, и капучино. Начав долгий день с глотка прекрасного кофе (в Петербурге такого в исполнении Nescafe не встретишь), мы прошли 200 м до железнодорожного вокзала, оставили вещи в автоматической камере хранения (5 CHF) и отправились погулять по центру – в руках карта, где сотрудники инфоцентра на вокзале любезно отметили важные точки маршрута.

После прогулки по историческим местам Люцерна сели в пано-

Station/Stop	Date	Time	Platf.	Travel with	Comments
Zürich Flughafen Luzern	Tu, 09.03.10	dep 16:47 arr 17:49	4 6	IR 2357	InterRegio, ▼
Luzern Küssnacht am Rigi		dep 18:06 arr 18:25	11B 3	S3 21373	Urban railway, line 3
Küssnacht am Rigi Küssnacht am Rigi, Bahnhof		dep 18:25 arr 18:26		walk	1 min. . Y
Küssnacht am Rigi, Bahnhof Weggis, Dorfplatz		dep 18:26 arr 18:39		Bus 28	Bus, Direction: Vitznau, Station



Больше,
чем туроператор!



Предлагаем агентствам и корпоративным клиентам весь спектр туристических услуг в Швейцарии:

- Еженедельные групповые программы по Швейцарии, а также Швейцария + Германия, Австрия, Франция, Италия и Чехия
- Собственный автопарк и русскоговорящие водители
- Собственный штат гидов и переводчиков
- Выгодные цены на отели и апартаменты
- Отдых на озёрах Швейцарии
- Авиабилеты а/к SWISS
- Железнодорожные билеты Swiss Travel System
- Обучение и лучшие детские языковые школы
- Великолепный отдых в SPA-отелях Швейцарии

www.openup.ru

Суперпредложения
на майские праздники!



(812) 332 18 50
(812) 954 45 47



Один день в Цюрихе

Мы находились в Цюрихе по приглашению туристического офиса Zurich Tourismus в течение трех дней, но такой заголовок отражает событийную насыщенность – все важное можно успеть увидеть и за день, если вы вдруг будете в Цюрихе проездом.

Размещение. Нас принял 4-звездный отель Glockenhof (www.glockenhof.ch). Не кривя душой, признаемся, что самое ценное в этом отеле – его расположение. От вокзала до отеля не более 10 мин ходьбы или трамвайная остановка. Он расположен около главной, знаменитой на весь мир, улицы Цюриха – Банхофштрассе (Bahnhofstrasse). Этот отель бизнес-



класса идеально подойдет тем, кто приехал в Цюрих с деловым визитом.

ZurichCARD. Это новшество по сути напоявляет единые билеты Swiss Pass, только они действуют по всей Швейцарии, а билет ZurichCARD (www.zuerichcard.ch) – только в Цюрихе. Его можно купить в аэропорту Цюриха, на железнодорожном вокзале, в отелях и т. д. срок действия на 24 ч (19 CHF) или 72 ч (38 CHF). Билет гарантирует проезд в любом транспорте в зоне Цюриха, посещение 39 музеев, комплиментарный напиток в 17 ресторанах и многое другое. Это очень выгодное приобретение для тех, кто наметил исколесить город вдоль и поперек. Скажем сразу, нашей надежде пройти по билету ZurichCARD в те залы Кунстхауса, где расположена знаменитая коллекция Бюрле, включающая полотна классиков импрессионизма, и в зоопарк не суждено было стать реальностью. Зато мы посетили один из главных музеев города – Национальный музей Swiss National Museum Zurich (www.landmuseum.ch). Он расположен прямо за центральным вокзалом на Museumstrasse, 2. В музее развернута обновленная постоянная экспозиция, посвященная истории страны. Посещение такого музея, безусловно, требует аудиосопровождения, но в некоторых залах можно просто созерцать красивые экспонаты.



Передвигаться в городском транспорте – одно удовольствие даже для тех, кто не знает иностранного языка. На всех остановках расположены электронные табло, на которых высвечивается информация, через сколько минут подойдет, например, трамвай на каждом из маршрутов. В салонах расположены экраны, где видны названия остановок, их очередность и время, через которое вы на них окажетесь. ZurichCARD позволяет совершить прогулку на пароме по Цюрихскому озеру, подняться по канатной дороге. ZurichCARD требует активации: на билете сверху расположен логотип ZVV. Нужно найти аппараты (например, на вокзале) с таким же изображением и вставить карточку для активации. На ней

появится дата и время – с этого момента начнется отчет.

Прогулка по центру города. Исследуя исторический центр Цюриха, любой турист не минует ряд культовых объектов. Гости Цюриха обязательно поднимаются по ступенькам на площадку, откуда открывается прекрасный панорамный вид на правый берег реки Лиммат. Это Линденхоф, самое сердце старого города, здесь когда-то находилась древняя римская крепость Турикум (отсюда и пошло современное название Цюрих). Недалеко от этого места расположе-

на церковь Св. Петра (St. Peter Kirche). На римской башне этой древней церкви отсчитывают ход истории самые большие в Европе часы (около 9 м в диаметре). Пройдя немного вперед, вы окажетесь перед величественным собором Фраумюнстер (Fraumünster). Мы стремились в него, чтобы увидеть знаменитые витражи Марка Шагала. На правом берегу, практически напротив Фраумюнстер, возвышается главный символ Цюриха – кафедральный собор Гроссмюнстер (Grossmünster). В обоих соборах находятся витражи Аугусто Джакометти – одного из достойных представителей этой легендарной артистической семьи. Если посмотреть на город со стороны озера, возникает всемирно известная туристическая панорама Цюриха: справа от Лиммата 2 округлые башни собора Гроссмюнстер, слева – острокопечные башни соборов Фраумюнстер и Св. Петра. Непременно стоит пройти от вокзала до озера по Банхофштрассе, чтобы увидеть

эту великолепную картину. Сама же Банхофштрассе, возможно, и не впечатлит жителя Петербурга настолько, насколько она описана в рекламных проспектах. Но это уже мировой бренд. Другой бренд города – больше тысячи фонтанов с чистой водой. Горожане приходят к ним с бутылочками и набирают воду для питья. Вообще, тем, кто любит Петербург, должно быть хорошо в Цюрихе. Дух города пронизан свободной энергетикой протестантизма. Этот город возвышенно-строгий и несуетливый (в отличие, например, от Лозанны). Двигаясь по Банхофштрассе от вокзала, можно в любом месте свернуть налево – и попасть в старинную часть города. Так, ныряя в узенькие улочки старого города, мы вышли к Кунстхаусу на Хаймплац 1, где расположено городское музейное искусство (www.kunsthau.ch).

Обед в историческом месте. Посетив по приглашению нашего гида ресторан Zeughauskeller (www.zeughauskeller.ch), находящийся практически на Банхофштрассе, мы искренне удивились. Давно не приходилось видеть столь популярного гастрономического заведения. Ресторан расположен в здании



старинного «желтого арсенала». Удивление вызвало то, что все столы в огромном помещении были плотно заняты посетителями, а в дверях (вход в ресторан есть с двух улиц) стояла очередь жажущих сесть на освободившееся место. Мы не узнали, что доминирует в такой популярности – огромные порции, не свойственные швейцарским ресторанам, или история этого здания, но факт остается фактом: здесь яблоку негде было упасть. Ланч на трех человек (состоящий из супа, второго блюда и бокала вина) обошелся в 124 CHF.

Развлечения. Если вы окажетесь в Цюрихе с детьми, можно посетить зоопарк (www.zoo.ch), являющийся предметом гордости горожан. Цюрихский зоопарк позиционирует себя как культурное учреждение, выполняющее, помимо развлекательных функций, сложные задачи коммуникативности между людьми, животными (а их почти 3,5 тыс.) и природой. Неслучайно здесь осуществляют различные образовательные программы. Особая территория зоопарка – Masoala Rainforest, занимающая 11000 кв. м и воссоздающая тропическую природу во всем ее многообразии. Билет на одного взрослого стоит

22 CHF, дети до 6 лет могут пройти бесплатно. Из центра к зоопарку идет трамвай № 6. **Шопинг.** Развивая эту тему, хочется отметить следующее. Гуляя по старому городу, несколько раз мы набрали на совершенно фантастические распродажи. Например, фирменные джинсы за 5 CHF или качественные трикотажные свитера за 10 CHF. Вообще, средний уровень цен диктуется уровнем жизни швейцарцев. Цены в среднем выше во столько раз, во сколько выше их уровень жизни по сравнению с нашим. Наверное, поэтому в нашей памяти не всплывает выражение: «Цюрих – столица шопинга».

Зато Цюрих можно смело назвать «столицей лучшей жизни»: авторитетная международная консалтинговая компания Mercer на протяжении ряда лет отдает ему титул «лучшего города для жизни» среди всех городов мира.



рамный поезд и проехали в нем половину знаменитого маршрута Golden Pass (Люцерн – Монтрé) – до Интерлакена. Если бы мы путешествовали в сезон, то восхищались бы изумрудными пейзажами. Сейчас же, не переставая, обсуждали, как можно в дороге для туриста Швейцарии провести время «за копейки». В этой связи хочется обратить внимание на одну деликатную особенность. Всем известно, что швейцарский ритм жизни такой же слаженный, как швейцарские часы. И непорядок, если что-то или кто-то нарушает его... А посему, нам, не в меру разговорчивым девушкам, тактично сделали замечание, объяснив, что на первом этаже в вагоне 1-го класса принято соблюдать тишину. А если наша восторженная говорливость не дает нам покоя, – второй этаж поезда как раз для таких пассажиров... Выйдя в Интерлакен, мы обратились в кассовое окошко на вокзале с просьбой помочь добраться до Лозанны. Через секунды нам выдали распечатку с несколькими вариантами. Очень важно отметить, что ожидание того или иного поезда никогда не бывает утомительным – это вопрос максимум получаса. Именно благодаря этой особенности большая часть населения Швейцарии, судя по всему, едет на работу не на своей машине, а на транспорте Swiss Travel System – и никогда не опаздывает.

В Лозанне мы не спеша прошли по историческим улочкам, почувствовав разницу между немецкой и французской частями Швейцарии.

Дорога из Лозанны до Цюриха (именно там нас ждали в отеле) заняла чуть более 2 часов.



Весь этот «туристический набор» был реализован в течение одного дня. Мы гуляли в непогоду, когда еще было холодно; нас уверяли, что для Швейцарии снег в марте – это нонсенс. А если бы это была глубокая весна!.. Путь из Лозанны до Цюриха пролегал через Берн. К слову, если покупать билет отдельно, его стоимость на поезд из Цюриха до Лозанны составляет 67 CHF (2-й класс), до Берна – 45 CHF. Делая пересадку в Берне, мы дали себе слово специально вернуться сюда через день. Проехать полстраны и не увидеть столицу – неправильно во всех смыслах.

От Цюриха до Берна на поезде всего час езды. Последний из 4 дней действия нашего универсального билета Swiss Pass был посвящен именно Берну. В этот день немного распогодилось, и мы смогли насладиться прогулкой под лучами холодного весеннего солнца. Следуя по маршруту, отмеченному на карте с

легендой на русском языке (выданной, традиционно, на информационной стойке на вокзале), на одной из центральных улиц – Kramgasse – мы набрали на маленькое кафе Lirum Larum, где всего за 5 CHF получили в замерзшие руки большой бокал глинтвейна. Пожалуй, это был единственный случай, когда цена оказалась адекватной менталитету туриста из России. Например, при посещении «Макдональдса» мы оставили сумму раза в 3-4 выше, чем заплатили бы за то же в Петербурге. Аналогично дорого (по нашим меркам) стоили все продукты фаст-фуда, которые мы покупали в дороге. Светлым пятном на фоне этих трат остался эпизод, когда на вокзале в Люцерне ребята в рекламных целях раздавали с тележек маленькие бутылочки с йогуртовыми напитками. И сколько раз мы вынужденно прошли мимо этих тележек, столько раз нас гостеприимно снабдили этой

питательной мелочью. Хорошо, что в Швейцарии перешли от задачи флаеров, на которых размещены фото новой продукции, к раздаче населению и гостям города самой продукции. Хотя на чем-то можно сэкономить.

В итоге, потратив в Петербурге какие-то 3000 руб., мы получили возможность доехать из аэропорта Цюриха до Веггиса, из Веггиса – до Люцерна и далее до Интерлакена, из Интерлакена до Лозанны, оттуда до Цюриха, а через день совершить поездку в Берн. Цели нашего маршрута были ограничены только временем. Если бы мы находились в Швейцарии не 5 дней, а хотя бы неделю, то обязательно заехали и в итальянскую часть страны. А если бы мы решили издать брошюру по итогам своего бесценного опыта, скорее всего, она называлась бы «Швейцария, доступная всем».

Инга ГУРОВА,
Ирина СМЕРНОВА

НА ВОПРОСЫ ТБ ОТВЕЧАЮТ ЭКСПЕРТЫ ПО ШВЕЙЦАРИИ

1. В чем состоит уникальность швейцарской системы путешествий Swiss Travel System?
2. Новинки экскурсионных маршрутов (лето 2010).
3. Несколько слов о Цюрихе – городе бизнеса, шопинга и отдыха.
4. Ваши рекомендации по продаже Швейцарии как туристической дестинации.

Анна ЯРИЛОВА, компания Open Up:

1. Уникальность швейцарской системы путешествий состоит, прежде всего, в ее удобстве. Используя различные виды транспорта и приобретенный заранее единый билет, можно попасть практически в любую точку страны. На это мы делаем особый акцент, организуя как индивидуальные, так и групповые туры.

2. Среди летних маршрутов хочется отметить уникальный тур «Каникулы в стране озер», включающий экскурсионку по основным городам Швейцарии и отдых на озерах в итальянской части страны. В этом сезоне ожидаем интерес к программе «Секреты альпийских долгожителей», сочетающую отдых в широком смысле слова – озера, термы, горы – с насыщенными экскурсионными маршрутами.

3. Цюрих поражает элегантностью и гармонией. Исторический центр – Niederdorf – это готика во всех ее проявлениях, а вечером – центр удовольствий и развлечений. Финансовый центр – Bahnhofstrasse – называют самой красивой улицей Европы. Ее архитектурный облик – это смесь различных стилей. Улица воплощает основные добродетели швейцарцев: порядок, чистоту и пунктуальность. Любая витрина здесь – произведение искусства...

4. «Швейцария – это рай», – сказала королева Англии Елизавета II во время своего визита в страну... От себя добавлю: рай, вопреки мифам, по очень приемлемым ценам, откуда не хочется уезжать в любое время года!

Анна СТЕПАНОВА, турфирма «Швейцарский Дом Путешествий»:

1. Система путешествий по Швейцарии – максимально удобная и безопасная возможность познакомиться со страной, причем на самых выгодных условиях. Международные аэропорты Цюриха и Женевы напрямую соединены с маршрутной сетью поездов, автобусов и судов Swiss Travel System.

2. Наша компания рада предложить обновленные пакеты групповых программ по Швейцарии. Помимо традиционных маршрутов по стране приятным сюрпризом станут комбинированные программы с такими туристскими направлениями, как Франция, Австрия и Германия.

Сразу несколько новинок мы предложим туристам этим летом.

Оценить всю прелесть передвижений с помощью Swiss Travel System с последующим восстановлением сил на термальном курорте лучше всего на маршруте «В гостях у сказки» (Цюрих – Люцерн) – Интерлакен – Монтрé (Берн) – Женева).

«Каникулы в стране озер» (Женева – Монтрé – (Берн – Люцерн) – Интерлакен – Цюрих – Швейцария итальянская) – прекрасная возможность совместить отдых на озерах со специальной программой для любознательных.

Третья новинка – недельный отдых в «Сердце Швейцарии» – роскошном Люцерне.

3. Цюрих – один из красивейших городов Европы и самый большой финансово-экономический, промышленный и культурный центр Швейцарии. Цюрих сегодня – кошелек мира. Деньги здесь не только хранятся в подземных бункерах под улицами и площадями... но и тратятся на поверхности, причем со вкусом. В городе расположены более 100 галерей и свыше 50 музеев, есть знаменитые речные и озерные купальни. Цюрих – один из городов с самой чистой в мире

водой. Воду из 1200 городских фонтанов можно пить без вреда для здоровья! Самые интересные и значимые места находятся поблизости; Цюрих – идеальная отправная точка, в том числе для путешествий к вечным снегам.

4. Швейцария – страна, сочетающая в себе неповторимую красоту природы и идеальное устройство деловой жизни. Это очень развитая дестинация во всех аспектах данного понятия. Миниатюрность Швейцарии и ее географические особенности позволяют испытать все прелести природных и климатических контрастов и... пересечь страну всего лишь за считанные часы.

Продавая туры в такую страну, как Швейцария, необходимо в первую очередь отталкиваться от пожеланий клиента, предоставив возможность забронировать как бюджетный турпакет (например, стандартный экскурсионный тур), так и индивидуальный, продуманный до мелочей маршрут с эксклюзивным набором услуг.

Александра ЮСУПОВА, компания «Джет Тревел Санкт-Петербург»:

1. Швейцария – «душа Европы» – обладает уникальной системой общественного транспорта, которой нет ни в одной другой стране мира. Из швейцарских аэропортов с точностью швейцарских часов в любой город ходят комфортабельные междугородные поезда. Проездной Swiss Pass – идеальный спутник для путешествий и остановок в городах.

2. Для своих клиентов в сезоне 2010 мы разработали множество туров, являющихся прекрасным сочетанием цены и качества. Новинкой станет тур в регион Юнгфрау. Там, с вершины Schilthorn, открывается 360-градусный панорамный вид на 200 горных вершин, в том числе Айгер, Менх и Юнгфрау – мировое наследие ЮНЕСКО.

3. Крупнейший экономический центр Швейцарии – Цюрих. История города насчитывает более 10 веков. Его старинные отели помнят Моцарта, Наполеона, Казанову, Дюма и Гете. Здесь находятся церковь Святого Петра с самым большим часовым циферблатом в Европе (8,7 м) и костел Фраумюнстер, витражи которого были выполнены Марком Шагалом. Окунуть в атмосферу делового центра города можно на самой оживленной улице Цюриха – Банхофштрассе, где расположены крупнейшие банки и самые лучшие магазины.

4. Швейцария – это остров благополучия в самом сердце Европы, нетронутая природа – прямо у порога, современные и разнообразные SPA и гостиницы мирового класса. Забота о здоровье в Швейцарии похожа на живительный сон, после которого просыпаться с улыбкой. Продавать Швейцарию – одно удовольствие!

Число туристов в мире снизилось

По данным Всемирной туристской организации (UNWTO), в течение 2009 г. в путешествия отправились 800 млн человек во всем мире. Ежедневно около 7 млн человек одновременно находятся на отдыхе. Каждое 12-е рабочее место в мире прямо или косвенно связано с туризмом; эта сфера экономики обеспечивает 9 % мирового ВВП.

Для сравнения: в 2007 г. число туристов составляло 900 млн человек, рост по сравнению с 2006 г. достигал 6,2 %. Нынешние 800 млн человек – откат к показателям 2006 г.

По подсчетам глобальной системы бронирования Amadeus, в 2009 г. количество бронирований с деловыми целями снизилось на 23 %, тогда как с целью отдыха всего – на 9%. За прошлый год разорились примерно 40 авиакомпаний, большинство из которых предоставляли только услуги бизнес-класса.

Подавляющее большинство стран отметило резкое снижение турпотоков. Так, по данным японской Организации поддержки иностранного туризма, число путешественников, посетивших Японию в 2009 г., снизилось на 18,7 % по сравнению с предыдущим годом (до 6,79 млн человек). Государственный комитет статистики Украины отметил в 2009 г. 20%-е снижение турпотока. На этом фоне успехи Исландии, сумевшей увеличить число гостей на 0,7 % (до 566 тыс. человек), кажутся превосходными.

Эксперты UNWTO прогнозируют на 2010 г. рост мирового туризма на 3–4 %. При этом в Европе рост может составить 1–3 %, в США – 2–4 %, а в Азии и Африке – 5–7 %. На Ближнем Востоке ожидается 9%-й рост турпотока.

Travel.ru



Австрия и Швейцария

ФРАНЦИЯ, ИТАЛИЯ, ГЕРМАНИЯ, ЭКЗОТИКА

ОТДЫХ НА ОЗЕРАХ И МОРЕ

- Лучшие отели на озерах Швейцарии и Австрии
- Аренда вилл и отелей на Лазурном берегу
- пляжный отдых на курортах Греции и Италии

ЭКСКУРСИОННЫЕ ГРУППОВЫЕ ТУРЫ

“Классическая Швейцария” – еженедельно
 “Прекрасная Швейцария” – еженедельно
 “В гостях у сказки” – еженедельно
 “Классическая Вена” – еженедельно

Экзотический отдых на островах
 Мальдивы, Маврикий, Сейшелы

лучшие отели, пляжный отдых,
 экскурсионные программы

МЫ ПРЕДЛАГАЕМ ВАМ ЛУЧШИЕ УСЛУГИ:

- Бронирование отелей, шале, апартаментов
- Детские летние лагеря и обучение
- Wellness, Spa и лечение в Швейцарии и Австрии
- Клиники и термальные курорты
- Swiss Travel System

Отдых на озерах

аренда вилл

Красота и здоровье

тел. (812) 325 88 66

№ в реестре туроператоров МТЗ 001772

Park Hotel Weggis: империя релакса

О Веггисе мы не знали ровным счетом ничего. Могли только предположить, что первоклассный отель, зарекомендовавший себя во многих рейтингах (в него мы и держали путь), не мог находиться «где-нибудь» и «как-нибудь». Увиденное превзошло все ожидания... Такой Швейцарию почему-то «не дают» в буклетах и на картинках. Ранним весенним утром мы открыли настежь окно!... Прозрачная пелена Люцернского озера с материнской заботой окутала своим теплом нависающие горы. Они вовсе не выглядели застывшими изваяниями, а как-будто парили над водой, охраняя покой и неземную красоту... Весна над Люцернским озером вступала в свои законные права – казалось, не надыхаться! Диагноз прост: любовь с первого взгляда!



Нас ждали в Park Hotel Weggis – из предварительных переговоров и из информации, почерпнутой с сайта отеля, мы понимали, что увидим что-то «крутое». Но даже при этом реальность превзошла ожидания.

В альпийских странах нередки парк-отели, занимающие огромные территории. Но PHW – случай особый. Он раскинулся прямо на берегу Люцернского озера, имеет собственный пляж, собственную пристань, парк отеля занимает территорию свыше 22000 кв. м. Вся инфраструктура отеля решена, можно сказать, в стиле «фьюжн» – здесь есть историческая и современная части, уникальная территория оздоровления, японский сад (при виде его сразу вспомнились красивые кадры из фильма «Убить Билла») и тибетский уголок, есть винный погреб VINOTEK с прекрасной коллекцией (насчитывающей более 2600 наименований), в ресторане канделябры «под старину» сочетаются с современной графикой на стенах... Наверное, проще было бы перечислить, чего здесь нет. А нет здесь массивов набегов со стороны наших, российских, туристов – это место пока засекречено.

ИСТОРИЯ И ТРАДИЦИИ

Отелю в 2010 г. исполняется 135 лет. В 1875 г. Вильгельм Штрёссли (Wilhelm Strässli) открыл «Отель и пансион Bellevue». Здания той эпохи органично вписываются в современный комплекс PHW: это корпус Schössli и главный корпус (выполненные в силе «арт нуво»).

Сьюты, расположенные в этих корпусах, хранят следы истории: их названия говорят за себя – «Рахманинов», «Марк Твен», «Александр Дюма», «Королева Виктория».

В 1997 г. отель перешел к новым хозяевам,

и с этого момента начинается серьезная работа по его комплексному развитию.

В 2000 г. началась реконструкция главного корпуса.

В 2001 г. началось грандиозное строительство: уникального SPA-комплекса SPARKLING WELLNESS, включающего 6 индивидуальных SPA-коттеджей и открытый бассейн с крышей, оздоровительного центра с японским садиком и бизнес-центра AQUARIS HALL.

В 2006 г. началось масштабное строительство современного корпуса ADARA.

Сегодня Park Hotel Weggis является обладателем ряда престижных наград в области гастрономии и велнеса.

С 1 января 2003 г. PHW входит в престижную цепочку отелей Relais & Chateaux.

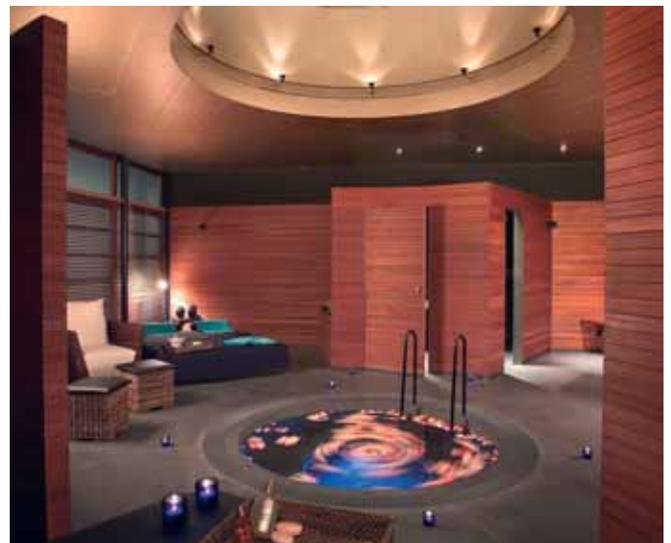
ПРЕДЛОЖЕНИЕ, ОТ КОТОРОГО НЕВОЗМОЖНО ОТКАЗАТЬСЯ

Park Hotel Weggis – это закрытая территория счастья для тех, кто хочет покоя, уединения, релаксации, близкого контакта с альпийской природой, респектабельности.

В маленьком Веггисе отели встречаются на каждом шагу – статус курортного городка обявляет. Но безмятежное времяпровождение, возможно, вам подарит только PHW.

Даже мы, искушенные в многочисленных просмотрах отелей в разных странах, поразились убранству номера Adara Deluxe junior suite, в котором нам довелось провести две ночи. А посещение SPA-коттеджа окончательно убедило в том, что для клиентов из России, ищущих качественный отдых за большие деньги, Park Hotel Weggis – попадание «в десятку».

Ирина СМЕРНОВА,
Инга ГУРОВА



КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОТЕЛЕ PARK HOTEL WEGGIS

На машине от отеля до Люцерна 30 мин., до Цюриха расстояние 55 км, до Милана - 235 км, до Мюнхена - 360 км.

Размещение

53 номера, из них:

10 Adara suites в новом корпусе

1 Rachmaninoff suite, 3 Mark Twain suites,

3 Parc doubles в корпусе Schlossli (башня)

26 Parc doubles, 5 Parc singles в главном корпусе

Рестораны/бары

Гурме-ресторан Anpex на 50 мест

(1 звезда Michelin, 16 пунктов GaultMillau)

Ресторан Sparks на 72 места (14 пунктов GaultMillau)

Ресторан The Grape на 80 мест

Бар Sunset Caviar Bar на 30 мест

Бар Beach Bar Lounge на 40 мест

Aquaris Hall

Расположен между главным фойе и японским садом и является уникальным бизнес-сооружением общей площадью 275 кв. м. Состоит из трех помещений, которые могут использоваться изолированно, а могут объединяться в банкетный зал. Обладает уникальной подсветкой.

Vinotek

Состоит из большого и малого винных погребов (22 и 8 мест), насчитывает около 2600 наименований - это одна из самых богатых коллекций вин в Швейцарии.

Sparkling Wellness & Cosmetics

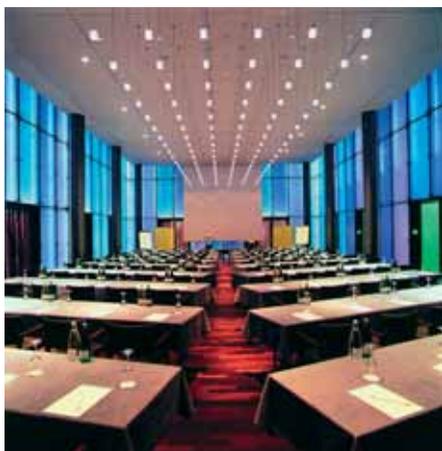
Включает 6 SPA-коттеджей (каждый по 70 кв. м), открытый бассейн с крышей (температура воды + 34°C, тибетскую комнату, медицинский центр.

Некоторые награды

- 2009 Отмечен экономическим изданием BILANZ как один из лучших отелей Швейцарии для отдыха
- 2003 - Выбран газетой SonntagsZeitung как один из десяти лучших отелей Швейцарии
- 2006 Отмечен журналом Focus как один из 550 лучших отелей мира
- 2005 Лучший пляжный отель в немецкой части Швейцарии

Спорт и активный отдых

Собственная лодочная станция Маунтин-байки, моторные лодки, настольный теннис, бильярд, гольф, детская площадка Zebi. Экскурсии на катерах, прогулки в горы по железной и канатной дороге.



ИЗ КНИГИ ОТЗЫВОВ

Muito Bom!
VOLTAREMOS AO BRASIL
RECOMENDANDO AOS AMIGOS...
— André & Tatiana
CARNAVAL' 2008

The hotel, the sea, the mountains, the service, the food... everything makes it the best place for an engagement.
Thank you Tobi! for having chosen this place.
Catherine Foves

One of the best hotel rooms in the world!
Beautiful!
L. Davis

MY DREAM HOTEL!
GOD! I'M HERE!
大祥的酒店 无可挑剔!
美景、美人、美食美器!
Greetings from China!
来自中国的问候!
Kenny Zhou

РОНО - младший брат парк-отеля Weggis

Post Hotel Weggis (или, как его сокращенно называют, РОНО) принадлежит тем же владельцам, что и Park Hotel Weggis. Он открылся 2 года назад в здании бывшего казино, и некоторые сохраненные фрагменты интерьеров свидетельствуют о роскоши и респектабельности. Этот дизайнерский отель с фотоколлажами знаменитого американского художника Говарда Шэца насчитывает 45 комнат. Только отсутствие сьютов делает невозможным дать отелю 5 звезд, но это и к лучшему - прайс намного ниже, чем в Park Hotel Weggis. Отелю принадлежит известный в Веггисе ресторан Weggiser Stübli, ему больше 100 лет.

Post Hotel Weggis расположен напротив городской пристани в самом центре Веггиса - это отличный отель бизнес-класса.




Park Hotel Weggis
www.phw.ch


Post Hotel Weggis
www.poho.ch

Зима 2010: преобладает оптимизм

Предварительные итоги зимних программ показывают, что российский туристический рынок начинает восстанавливаться. Растут объемы продаж, заключаются новые сделки, строятся планы на развитие. По всей вероятности, «дно» кризиса осталось позади.

Общий фон

По оценке Всемирной туристской организации (UNWTO), в 2010 г. эта отрасль мировой экономики должна постепенно возвратиться к позиции, которые она занимала до середины 2008-го.

«Барометр мирового туризма» (так называют ее отчет) показывает низкую вероятность ухудшения «погоды». В том числе и потому, что хуже, чем в 2009-м, быть уже вряд ли может. Если все предыдущие годы количество международных туристических прибытий росло, то в прошлом году оно снизилось на 4 % (на 880 млн), а доходы от туризма упали на 6 %. Однако аналитики отмечают, что уже в последнем квартале 2009-го начался рост объемов продаж, и поэтому на этот год они уже прогнозируют увеличение числа прибытий на 3–4 %. Вслед за экономикой в целом «локомотивами» мирового туризма должны стать Азиатско-Тихоокеанский и Ближневосточный макрорегионы.

По опросам «Ромир», в 2009-м около половины россиян были вынуждены сократить свои расходы на путешествия. Однако 24 % наших соотечественников этого делать не стали, а в наиболее развитых регионах доля потенциальных туристов, готовых тратить на поездки, еще более высока. Так, в Северо-Западном федеральном округе таковых насчи-

тали 33 %, а в столичных городах (Москве и Петербурге) их оказалось 36 % и 35 % соответственно. Эти цифры косвенно подтверждают и основной показатель главных туристических ворот города на Неве – пассажирооборот аэропорта «Пулков». В феврале 2010-го он составил свыше 437 тыс. человек (на 30,8 % больше показателей февраля прошлого года), а только на международных воздушных линиях в страны дальнего зарубежья за февраль 2010-го перевезено более 156,3 тыс. пассажиров (больше на 23,7 %).

Оптимизм царит и в туристическом бизнесе. Один из его верных признаков – увеличение количества сделок по приобретению компаний и пакетов акций: почувствовав благоприятные перспективы, инвесторы начали «вкладываться» в активы. Безусловно, одним из наиболее значимых событий начала этого года стал официальный запуск в России бренда TUI, который намерен обслужить в России и на Украине до 600 тыс. туристов и занять 10 % рынка. Как заявил президент TUI Travel PLC Питер Лонг, компания станет продавать путевки по 20 направлениям, но упор делает на таких массовых, как Турция, Египет и Кипр. Кроме того, она предложит и принципиально новый уровень сервиса (программа Money back guarantee): если в течение 24 ч после заселения в отель турист предъявит представителям TUI обоснованные претензии и они не будут удовлетворены, клиент сможет немедленно вернуться домой и получить назад деньги.

– Основное отличие тенденций этого зимнего сезона от прошлого – возможность построения реальных прогнозов, – считает генеральный директор «КАПИТАЛ ТУР Санкт-Петербург» Вадим Акимов. – Рынок стал более стабильным: тот же Египет этой зимой не преподнес каких-либо сюрпризов, а продажа туров на чартерных перевозках шла впол-

№ п/п	Страна	Доля респондентов, сокративших расходы, %
1.	Исландия	74
2.	Мексика	67
3.	США	65
4.	Аргентина	57
5.	Япония	57
6.	Франция	55
7.	Италия	54
8.	Саудовская Аравия	52
9.	Россия	51
10.	Индия	50
11.	Испания	48
12.	Австралия	47
13.	Китай	47
14.	Великобритания	44
15.	Бразилия	44
16.	Германия	43
17.	Канада	43
18.	Ливан	34
19.	Австрия	32
20.	Швейцария	24
21.	Нидерланды	19
22.	БРИК	48
23.	G8	52
24.	Итого:	48

Источник: «Ромир», Всемирный барометр финансового кризиса

не предсказуемо (разве что кроме поездок в Доминикану). В результате гораздо меньше стало спецпредложений: перевозка и размещение соответствовали друг другу. Что касается горнолыжных туров, то они пользовались умеренным спросом по всем сегментам, включая и бюджетные варианты.

В целом с коллегой согласен и **руководитель петербургского представительства**

ЭКЗОТИКА С ГОЛЬФСТРИМОМ!

Gulf Stream
 (495) 699 88 40, 721 17 69
 product@gulfstreamtravel.ru
 www.gulfstreamtravel.ru

Уникальные туры на Майские праздники!
Нестандартные путешествия!

ПОСЕТИТЕ НАШИ ПОРТАЛЫ ПО ЭКЗОТИКЕ

АВСТРАЛИЯ	www.travelaustralia.ru	НОВАЯ ЗЕЛАНДИЯ	www.travelnewzealand.ru
БРАЗИЛИЯ	www.travelbrazil.ru	ПЕРУ	www.travelperu.ru
ВЕНЕСУЭЛА	www.travelvenezuela.ru	СЕЙШЕЛЫ	www.travel-seychelles.ru
ВЬЕТНАМ	www.travelvietnam.ru	ФИДЖИ	www.travelfiji.ru
КОСТА-РИКА	www.travel-costarica.ru	ФИЛИППИНЫ	www.travel-philippines.ru
МАВРИКИЙ	www.travelmauritius.ru	ФРАНЦУЗСКАЯ ПОЛИНЕЗИЯ	www.traveltahiti.ru
МАЛАЙЗИЯ	www.travel-malaysia.ru	ЧИЛИ	www.travelchile.ru



«Натали Турс» Павел Баскаков. «Главная примета прошедшего сезона – наступление относительной стабильности рынка, – полагает эксперт. – По Таиланду, к примеру, наблюдалась картина, вполне похожая на состояние рынка в 2008 г.: продажи шли уверенно хорошо по всем категориям туров. И если бы не пресловутое землетрясение на Гаити, Доминикана тоже показала бы прекрасные результаты, хотя вторая полетная цепочка и до него была излишней. Спрос на поездки есть, и, по всей вероятности, он будет расти».

– Можно сказать, что в сезон обозначились явные лидеры спроса, которые показали очень хорошие результаты, – считает **заместитель генерального директора турфирмы «Нева» Елена Бородина.** – К ним я бы отнесла Таиланд и Египет: оба направления работали спокойно и без проблем. Их успех во многом связываю с появлением больших провозных емкостей авиакомпании «Трансаэро», которая смогла предложить питерским операторам очень интересные цены.

Обязательной «ложкой дегтя» завершающегося зимнего сезона стала погода. Или, если хотите, природа. Увы, но обилие снега тоже имеет свои пределы, и, если его становится так много, что до горнолыжных курортов не добраться, хорошего в этом мало. Заваленная снегом по крыши Европа, штормовые ветры и ураганы, землетрясение на Гаити, опасность цунами в Тихоокеанском регионе – все эти факторы не слишком способствовали росту турпотока. Однако россияне, как всегда, продемонстрировали гораздо большую непоколебимость, чем их зарубежные коллеги по поездкам. Число отказов от путевок исчисляется единицами...

На лыжах

По данным UNWTO, Европа завершила прошлый год со снижением объемных туристических показателей в 6 %. Однако если первая его половина была полна пессимизма, то уже во второй негативная тенденция оказалась переломлена.

К тому же, как всегда, в любом деле есть «отличники» и «двоечники». И если Швейцария, к примеру, оказалась на коне, то туристические направления Центральной, Восточной и Северной Европы пострадали больше. В любом случае, в 2010-м положение стало улучшаться.

Как считает Елена Бородина, «самолетные» горнолыжные туры в Скандинавию по-прежнему пользуются ограниченным спросом. «Несмотря на то что продажи коттеджей на курортах этого региона заметно растут, чартерные программы идут с большим трудом, – констатирует она. – Петербуржцы все-таки больше привыкли добираться в эти страны по земле и предпочитают экономить на авиаперелете».

Основные тенденции зимнего горнолыжного сезона 2009/2010 – смещение структуры спроса в бюджетную сторону, рост объе-

мов продаж и снижение курса евро (почти на 10 %). Как отмечают эксперты, количество отправляющихся на отдых в горы туристов стало расти (некоторые оценивают его в 15–20 %), однако, по-прежнему отдавая предпочтение хорошо известным им зимним курортам, путешественники выбирают все более экономичный отдых. Еще одна заметная черта этого сезона – постепенное увеличение глубины продаж, когда турист приобретает поездку загодя.

– Итогами этого зимнего сезона мы вполне довольны, – резюмирует **руководитель петербургского представительства «Асент Трэвел» Ирина Шевцова.** – Отлично зарекомендовал себя рейс в Инсбрук, который хорошо грузился практически на все даты, и поэтому спецпредложений удавалось избежать. Он позволил успешно доставлять наших туристов не только в Австрию, но и в Италию, которая стала пользоваться стабильным спросом. Что касается Скандинавии, то продажи шли не так успешно, поскольку именно здесь проявилась одна из основных тенденций сезона – стремление клиента приобрести как можно более качественный тур по наименьшей цене. И если стоимость тура в Финляндию и Альпы оказывалась примерно одинаковой, то турист, естественно, предпочитал Альпы. И даже в Скандинавии спрос склонялся в сторону Норвегии, где катание все-таки интереснее.

– Сезон можно назвать вполне успешным, так как все заявленные планы удалось реализовать, – оценивает его **руководитель петербургского офиса Jet Travel Татьяна Сковорода.** – По всем альпийским направлениям есть прогресс, но особо хотелось бы выделить Францию, которая у нас в Петербурге в этом году продавалась очень хорошо. Высокий спрос был и на Турин: есть уверенность, что это направление стоит развивать и в следующем году.

Один из ярких примеров, как надо действовать в условиях кризиса, демонстрирует Швейцария. В то время как многие европейские направления «падали», в 2009 г. Швейцария продемонстрировала уверенный рост турпотока (+28,2 %). Причем не только вся страна в целом, но и ее отдельные горнолыжные курорты приложили руку к тому, чтобы добиться успеха. В Лейкербаде, к примеру, в период с 7 марта по 1 апреля в рамках специального предложения 3-дневный пакет Snow&Spa можно приобрести по цене 2-дневного. Он включает в себя проживание, пользование всеми подъемниками и шаттлами, катание на трассе Erli, спортивные развлечения на территории Sportarena и неограниченный доступ к термальным ваннам Burgerbad и Lindner Alpentherme.

– Конечно, сезон был довольно сложный, но можно констатировать: спрос на горнолыжные туры сохранился, и в отдельных сегментах стал даже большим, чем раньше, – уверен **директор «Швейцарского дома путешествий» Роман Перевертун.** – К примеру, в Австрии стали пользоваться повышенным спросом такие курорты, как Кицбюэль или Цель ам Зее. Можно отметить, что часть экономных туристов стала организовывать поездки самостоятельно, однако те, кто раньше ездил с размещением в отелях уровня 4–5*, все равно стараются селиться именно в таких гостиницах.

В январе нынешнего года количество российских туристов на зимних курортах Австрии выросло на 12 %. С ноября 2009 г. по январь 2010-го рост прибытий составил 4,3 % (94,9 тыс.), а ночевки – 5,2 % (493,8 тыс.). «Россия относится к наиболее сильным рынкам» – так оценил предварительные

BSI GROUP
travel education incentive
туроператор с 1990 года
www.bsigroup.ru

ЧЕХИЯ
от **3500 руб.**

ИТАЛИЯ
от **9500 руб.**

ГЕРМАНИЯ
от **12900 руб.**

НИДЕРЛАНДЫ (с а/п)
от **32000 руб.**

ДОМИНИКАНА
от **22100 руб.**
и др. страны Европы

ГАРАНТИРОВАННЫЕ ТУРЫ с АВИАПЕРЕЛОТОМ
01.05 - 08.05.2010

АНГЛИЯ
от **32076 руб.**
30.04 - 07.05 2010

ФРАНЦИЯ
от **28550 руб.**

АВСТРАЛИЯ, ИНДОНЕЗИЯ, МАЛАЙЗИЯ, МАЛЬДИВЫ, ВЬЕТНАМ, КИТАЙ

ОБРАЗОВАНИЕ ЗА РУБЕЖОМ
ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ

АГЕНТСТВАМ СКИДКИ и БОНУСЫ!!!

191036, Россия, Санкт-Петербург
ул. 2-я Советская д. 7
бизнес-центр "Сенатор", оф. 7
тел. + 7 (812) 332 6532
факс + 7 (812) 579 9525

итоги зимнего сезона директор Австрийского представительства по туризму в Москве Эмануэль Ленер на пресс-брифинге, предвещающем открытие австрийского воркшопа. Примерно в такой же пропорции «подросток» и Тироль: по данным местного отдела статистики, количество ночевков, совершенных россиянами в этом регионе, выросло с 256 тыс. в прошлом году до 268 тыс. в этом (за ноябрь – февраль).

– По Австрии и Италии сезон оказался очень удачным: нам даже не хватало блока мест, которым мы располагали на рейсе в Инсбрук, – говорит **руководитель петербургского представительства Ras Group Вера Симачева**. – На этих направлениях то оптимальное соотношение цена-качество, которого так искал покупатель, во многом достигнуто за счет сочетания перевозок и размещения в отелях 3–4*. По Франции, к примеру, где туры формировались на основе регулярной перевозки, такого достичь, на мой взгляд, не удалось.

– У нас объемы по Австрии по сравнению с прошлым сезоном несколько уменьшились, однако в целом все прошло достаточно хорошо, – считает **коммерческий директор «Хелен турс» Илья Поляков**. – Среди тенденций стоит отметить некоторый рост глубины продаж и увеличение интереса к более комфортному размещению.

Оправляется от последствий кризиса и туризм Болгарии. По данным Института рыночной экономики Софии (IME), в январе 2010 г. общий турпоток из-за рубежа увеличился на 14,3 %, причем Россия показала один из лучших результатов. Если страны, являющиеся главными потребителями зимнего болгарского турпродукта, в среднем увеличили свое присутствие на 6–7 %, то Россия «прирастала» 32 %, уступив по этому показателю только Сербии (+33,8 %). В 2009-м в Болгарию отдохнули около 207 тыс. россиян (примерно столько же, что и в 2008-м), однако в этом году туристическое руководство страны намерено активизировать усилия по ее продвижению в России. На эти цели, по словам посла Болгарии в России Пламена Грозданова, будет потрачено около 1,5 млн евро, из которых часть достанется российским туроператорам.

– В этом зимнем сезоне на Болгарию из Петербурга был только один самолет, и, возможно, поэтому он отлично грузился: спецпредложение практически не было, – констатирует ситуацию **генеральный директор «Алма-тур» Любомир Христов**. – Выросла глубина бронирования, так как люди стали заранее планировать отдых. Сезон прошел спокойно, без каких-либо особых проблем со снегом и размещением. Но рост объемов небольшой, около 10 %.

А вот Андорра, еще несколько лет назад являвшаяся в Петербурге одним из хитов продаж горнолыжных туров, так и не может восстановить позиции. «В этом сезоне небольшой рост продаж был,



но он не так велик, – констатирует **представитель «Невы» Татьяна Колесник**. – Связано это с несколькими причинами. Во-первых, отели этой страны очень неохотно снижали цены. Во-вторых, поездка в Андорру предполагает довольно длинные перелет и трансфер, которые устраивают не всех. А в-третьих – у петербуржцев появилась отличная альтернатива в виде скандинавских горнолыжных курортов».

На пляже

Общая ситуация на зимних пляжных направлениях в сезон складывалась по-разному. По сведениям UNWTO, в течение 2009 г. в Азиатско-Тихоокеанском регионе спад составил всего 2 %, на Ближнем Востоке – 6 %, а в обеих Америках – 5 %. Однако и здесь ситуация разительно отличалась.

Безусловным лидером сезона стал Египет. В прошлом году он перешел исторический рубеж в 2 млн российских туристов (на 11,5 % больше, чем в предыдущем году) и в 2010-м намерен развить успех. Как заявил на выставке «Интурмаркет-2010» министр по туризму Египта Зохайр Гарана, в 2009-м россияне оставили 15 % от общего числа приезжающих на отдых в страну пирамид, а в январе и феврале 2010 г. их количество увеличилось на рекордные 95 % (по сравнению с этим же периодом прошлого года, когда был зафиксирован спад в 28 %). Более того: «наши» оттеснили с первого места немцев и впервые в истории Египта в нее въехало такое число туристов из одного государства. Не случайно чиновник не скрывает своего «аппетита», считая, что «к концу этого года турпоток в Египет из России должен возрасти до 2,6–2,8 млн человек». Причем его рост намерены поддерживать и материально. «Наша реклама станет еще более агрессивной, и, если понадобится, мы увеличим ее бюджет в 2 и даже в 4 раза», – обещал Зохайр Гарана.

Успех Египта подтверждают и представители туроператоров Петербурга.

– В этом сезоне мы значительно расширили программу на Египет: практически ежедневно самолеты вылетали в Хургаду или Шарм-эль-Шейх (а в конце сезона и в Табу), – констатирует **руководитель офиса «Пегас Туристик» в Петербурге Мария Бакерина**. – В целом объемы отправки туристов удалось увеличить примерно в 1,5 раза. Сезон прошел очень ровно и успешно благодаря довольно

выстроенной маркетинговой политике: спецпредложений почти не было и подавляющая часть рейсов грузилась равномерно даже в феврале. Итогами вполне довольны и намерены усилить свое присутствие на этом направлении.

– По Египту (Шарм-эль-Шейх, Хургада) мы увеличили свои объемы в 4 раза, – комментирует **начальник коммерческого отдела филиала «НТК Интурист» в Петербурге Татьяна Вишнякова**. – И в целом сезоном довольны. Конечно, избежать «горящих» дат в январе-феврале не удалось, но их появление мы предполагали. Ведь перевозка в городе в целом увеличилась, и на этом направлении появились новые авиакомпании «Трансаэро» и «Уральские авиалинии». Что касается самолета на Овду (Израиль), то он летал с октября до начала января, а затем был снят из-за низкого спроса. Но с конца марта рейсы вновь возобновляем.

Продолжает наращивать темпы Израиль. В январе 2010-го Израиль посетили 40,5 тыс. россиян, в то время как год назад их было лишь 18,7 тыс. (рост 117 %). Как считает глава департамента Министерства туризма Израиля в РФ и СНГ Нета Пелег-Брискин, «стремительный рост турпотока в январе отчасти обусловлен наличием зимних каникул, однако он показывает и большой интерес к нашей стране в целом». Почувствовав отдачу, страна продолжает вкладываться в ее продвижение: на новую рекламную кампанию в России Израиль намерен потратить 1,8 млн евро.

Однако, несмотря на существующий спрос, израильский чартер из Петербурга в середине зимы все же был остановлен. По какой причине? «Основная причина – демпинг со стороны регулярных авиалиний: они резко снизили цены на перевозку (продавали билеты по 8 тыс. руб.), и чартерный перелет оказался невыгоден, – комментирует ситуацию **руководитель израильского отдела компании «Солвекс-Турне» Анна Кулик**. – Израиль имеет очень большие перспективы как туристическое направление, и ни соседство Египта, ни возможность самостоятельно организовать поездку не окажут большого влияния на его развитие. И сезон по этой стране можно считать успешным».

– В целом зимний сезон я охарактеризовала бы как удачный и с точки зрения выполнения поставленных задач, и с точки зрения экономики. Во всяком случае, по Гоа это можно сказать однозначно, – говорит **исполнительный дирек-**

тор «АуринкоМаткат» Лариса Дариенко. – С Египтом тоже все было довольно спокойно, хотя на этом направлении все равно присутствовал демпинг. Что касается Израиля, то сезон складывался сложно, и многие рейсы удавалось заполнить с натягом. По всей вероятности, поездки в эту страну зимой не очень привычны для наших клиентов, и спрос до сих пор имеет «рваный», подчас не очень стабильный характер. К тому же по всем направлениям сохраняется ориентация покупателя на цену: многие заранее анализируют стоимость путевок и выбирают наиболее приемлемое для них соотношение цена-качество.

В ОАЭ дела тоже идут лучше, чем в других регионах мира. В начале марта, примеру, в Дубае открылись сразу 2 новых отеля. Демократичный Ibis Al Rigga (280 номеров стоимостью от 50 евро) расположен недалеко от Дубайской бухты и других туристических достопримечательностей и обладает всеми атрибутами современного отеля, включая доступ в Интернет, фитнес-центр и парковку. Новый пятизвездный отель The Meydan (285 номеров стоимостью от 200 евро) расположен вблизи ипподрома, обладает бассейном с баром на крыше, SPA-салонам и спортивным комплексом.

– Если Египет в этом сезоне «подросток» у нас примерно на 20 %, то продажи по ОАЭ остаются на прежнем уровне, – подводит итог Елена Бородина. – Эмираты за счет своих особенностей (в том числе высокого уровня сервиса при высоких ценах) пользуются спросом только у определенной категории клиентов, и год от года намного больше их не становится. Что касается Гоа, из-за выросших цен на размещение турпоток тоже не растет: в этом сезоне летал только один самолет и ажиотажа не было.

Одним же из главных неудачников зимнего пляжного сезона вновь оказалось государство из Центральной Америки. И если в прошлом году поток туристов в Карибский регион изрядно подкосил свиной грипп, то в этом – разрушительное землетрясение на Гаити. Увы, но избежавшая его последствий Доминикана расположена на том же острове, и все доводы туроператоров о ее полной сохранности лишь отчасти сгладили негатив. Продажи «упали», но под конец сезона дела пошли лучше. В январе и феврале 2010 г. отряд в Доминиканской Республике выбрали 14,6 тыс. туристов из России (на 30 % больше, чем в тот же период годом ранее). Однако если за прошлый год Доминикана приняла на 29 % больше туристов из России, то по итогам нынешнего сезона прогнозируют рост турпотока только на 10 %.

– По Доминикане дела шли очень неплохо до злосчастного землетрясения: после второй самолет пришлось снять, – резюмирует **руководитель петербургского представительства компании «Южный Крест» Владимир Афанасенко**. – Но я уверен,

что в следующем сезоне страна вернет свои позиции. Пример Мексики – тому подтверждение. Таиланд пользовался стабильным спросом, причем он смещается к более дорогому отдыху на Пхукете. В целом итоги сезона показывают, что, возможно, оправдался бы и рейс на Хайнань, который так и не поставили. Ситуация характеризовалась тем, что операторы заняли выжидательную позицию и старались работать только на проверенных направлениях, не рискуя.

В Азии сезон показывает положительную динамику. Даже в Гонконге в январе нынешнего года зафиксировано посещение почти 8 тыс. российских граждан, что на 142 % больше, чем в январе 2009-го. И хотя на фоне общего январского турпотока в 2,96 млн туристов жалкие 8 тыс. скорее выглядят укором, в представительстве Управления по туризму Гонконга считают, что отмена виз и большая транспортная доступность благоприятно сказываются на турпотоке из России. Не случайно авиакомпания Cathay Pacific намерена организовать в нашу страну самостоятельные регулярные рейсы, а Hongkong Airlines рассматривает эту возможность.

– В целом по пляжным направлениям по сравнению с 2008-м спрос вырос, – полагает Татьяна Вишнякова. – Мы особенно довольны результатами продаж по Таиланду, где он очень значительно увеличился. Если в прошлом году с января на Бангкок летал один самолет раз в 2 недели, то сейчас – 2 самолета в неделю. Что касается таких направлений, как Пхукет, ГОА, Тенерифе, то у нас на них блоки мест незначительные, перевозка была сбалансирована, и проблем не было. Очень сложно в декабре – феврале шли продажи по ОАЭ, однако, начиная с марта, спрос заметно вырос.

Среди наиболее массовых азиатских направлений можно выделить Шри-Ланку, турпоток на которую в феврале 2010 г. увеличился на 67,7 %. Как результат, в островных отелях наблюдается уже ставший непривычным уровень загрузки, доходящий в некоторых гостиницах до 100 %. С учетом этого ряд объектов размещения даже приостановили прием заказов. Однако к этим успехам петербургский туризм отношения имеет мало. Почему?

– Дело в том, что, в отличие от Индии, прямой чартер на Шри-Ланку из Петербурга в этом сезоне был снят: компании не смогли достичь договоренности о его востребованности, – полагает **старший менеджер компании «Авиа-тур» Наталья Федорова**. – А желающих лететь с пересадкой через Москву оказалось гораздо меньше, чем в прошлом сезоне, когда чартер был. По Индии спрос возрос примерно на 10 %, но все больше туристов стараются купить в турфирме только билет на перелет, остальное бронируя и оплачивая самостоятельно. В этом сезоне таких самостоятельных туристов было особенно много.

На коне и Индия. В этом году она намерена принять рекордное количество туристов (5,5 млн), и уже в январе сделала к этому успешные шаги, приняв 491 тыс. путешественников (в прошлом году – 422 тыс.). Как недавно заявил Виджай Тхакур, президент Индийской ассоциации туроператоров, «этот год должен стать гораздо лучше, чем последние два, потому что глубина продаж уже доходит до 6 месяцев». Более того, президент Федерации гостиниц Индии Раджиндер Кумар опасается, что если число туристов превысит планируемые 5,5 млн, то гостиничных мест в стране не хватит.

– В отличие от прошлого года, в этом сезоне и в Индии, и в Таиланде значительно вырос спрос на дорогие отели, – считает **представитель отдела ЮВА и Болгарии турфирмы «Нева» Наталья Рязановская**. – Если раньше люди старались экономить и покупали размещение уровня 2–3*, то сейчас нередко берут 5*. Среди курортов в Таиланде, к примеру, большей популярностью стал пользоваться Пхукет. Перевозка была сбалансирована с «землей», спецпредложение почти не было, и объемы выросли на 20–30 %.

А Министерство культуры и туризма Индонезии, к примеру, в апреле планирует открыть в Москве свой туристический офис. Как заявил во время МИТТ-2010 директор департамента развития туристических рынков министерства Самсун Лусса, его работа позволит увеличить поток туристов из России, который в прошлом году составил 67 тыс. человек (8-е место). «Мы надеемся, что в этом году число россиян, приехавших к нам, составит не менее 87 тыс.», – сказал он. – В связи с чем рекламный бюджет на продвижение Индонезии будет увеличен на 30 %.

Резюме

– С уверенностью можно сказать, что объем продаж турпутевок в этом зимнем сезоне как по «горнолыжке», так и по пляжным направлениям по сравнению с прошлым вырос, – считает **вице-президент РСТ Сергей Корнеев**. – По Петербургу его средний прирост можно оценить в 10–15 %, а по отдельным направлениям он еще выше. Поэтому в целом итоги сезона всяляют оптимизм, и в существующих условиях их можно оценить как успешные.

Мнения опрошенных туроператоров подтверждают, что сейчас на рынке царит осторожный оптимизм. И хотя с уверенностью говорить о подъеме пока еще рано, большая часть экспертов склонна считать, что наступающий летний сезон позволит продолжить развитие российского туристического рынка. И объемы раннего бронирования говорят «за». Главное, чтобы деньги, полученные от клиентов, не вскружили голову и не вернули практику «столбения» сегментов рынка любой ценой, как это было в 2008-м.

Владимир СЕРГАЧЕВ

Туристическая компания СПб, 9-я Красноармейская ул., д. 11, лит. А, оф. 91
e-mail: yakunina@spb.jettravel.ru
a.yusupova@spb.jettravel.ru
WWW.JETTRAVEL.RU
CALL-CENTER:
(812) 334-36-19
ФАКС: (812) 334-36-18
Уполномоченный агент продаж авиакомпании Air Berlin и NIKI

Туры от экономичных до VIP, экскурсии, оздоровление и лечение, SPA, термальные курорты, аренда вилл, автомобилей, яхт
АРЕНДА АВТОМОБИЛЕЙ
(812) 334-36-19

ИТАЛИЯ
Тоскана
(Перелет из СПб в Пизу, Перелет из СПб в Гроссето) а также Лигурия, Неаполитанская Ривьера и Искья, Озера Гарда, Комо и Моджоре, Сицилия, Сардиния Термальные курорты

ФРАНЦИЯ
Лазурный берег и Корсика
Термальные курорты: Виши, Эвиан
Экскурсионные туры В Париж, Ниццу, Канны, Монте Карло, Биарritz
а также еженедельно
ПРЯМОЙ ПЕРЕЛЕТ ИЗ МОСКВЫ В ТУЛОН
(НИЖЕ ЦЕНЫ НЕ НАЙДЕТЕ - от 550 евро)

ХОРВАТИЯ
Прямой перелет из СПб в Пулу
Истрия
Курорты Средней Далмации
Курорты Южной Далмации

РОССИЯ
Море Абхазии, Кавказские Минеральные воды, Побережье Черного моря, Калининградская обл., Крым, Белоруссия, Золотое Кольцо, Карелия, Озеро Селигер

2010-й – Год посещения Кореи

25 марта Московское представительство Национальной организации туризма Кореи (НОТК) пригласило петербургских туроператоров и журналистов на деловой ужин в ресторане «Арису».

Поводов для встречи было несколько: планы НОТК на 2010 г., предложения по продвижению Кореи на туристическом рынке Северной столицы и презентация авиакомпании Korean Air.

Открывая вечер, директор НОТК г-н Джон Бенгкок сообщил, что в этом году мы отмечаем знаменательную дату – 20-летие дипломатических отношений между нашими странами. Несмотря на кризис, в 2009 г. российских туристов в Корею стало больше на 0,5 %, а программа Visit Korea Years 2010–2012, разработанная НОТК, должна привлечь в страну еще больше гостей.

Новая программа – это календарь событий в разных городах Кореи, и туристы могут приурочить свое путешествие к празднику, концерту, выставке или фестивалю. Тем, кто планирует поехать в страну в 2010-м, который объявлен Годом посещения Кореи, можно позавидовать. Интересных событий – от фестиваля Корейской волны в Кёнджу до фестиваля цветения вишни в Кёнсане – великое множество. Местные операторы предлагают тематические туры на любой вкус: исторические, кулинарные, экологические, медицинские. В Год посещения Кореи путешественники ждут «7 удач, 7 призов», начиная от розыгрыша подарков на границе и заканчивая скидками в магазинах.

Менеджер по маркетингу НОТК г-н Руслан Маслов представил новый логотип и туристичес-



кий слоган Кореи (Korea Be Inspired), а также проекты на 2010 г., в числе которых выставка World best product – Korea в Москве 20–23 мая, roadshow по России, совместные программы с ведущими российскими телеканалами и СМИ, ознакомительные поездки для туроператоров и журналистов. Р. Маслов рассказал о новой политике НОТК в области рекламы: в 2010 г. она компенсирует от 70 % расходов турфирм на рекламу корейских турпродуктов в СМИ и Интернете.

Увеличения числа путешественников и максимальной загрузки ожидает и авиакомпания Korean Air. 30 марта она возобновляет полеты по маршруту Инчхон – Петербург. Рейсы будут выполняться три раза в неделю на Airbus A-330 (226 мест). Авиакомпания, выступившая в 2009 г. спонсором создания мультимедийного гида для Эрмитажа, оказывает всестороннюю поддержку развитию культуры. На ее лайнерах «крылатые послы искусства» знакомят пассажиров с достопримечательностями Сеула и Петербурга, используя путеводители, изданные Korean Air.

Организаторы встречи приготовили для гостей «7 чудес, 7 призов», и вечер завершился розыгрышем подарков.

Екатерина ГУБАНОВА

Сардиния в Петербурге

22 марта в гостинице Grand Hotel Europe состоялась workshop и пресс-конференция региона Сардиния, организованные Министерством по туризму, народным ремеслам и торговле автономной области Сардиния и Национальным агентством по туризму Италии (ENIT).

Визит делегации итальянских туроператоров, отельеров, представителей транспортных компаний означает возвращение Сардинии на туристический рынок Петербурга после 16-летнего перерыва.

Пресс-атташе ENIT г-жа Т. Божко познакомила журналистов Северной столицы с последними данными статистики. В 2009 г. консульским отделом посольства Италии в Москве в помощь визового центра было выдано почти 280 тыс. туристических виз, что на 23 % меньше, чем в 2008 г. В Петербурге, где было выдано 17 тыс. виз, падение составило около 30 %. В целом российский турпоток в Италию снизился на 17 %. Однако в этом году туроператоры рассчитывают на более удачный сезон, в том числе и по Сардинии, и основанием для оптимизма есть.

Во-первых, это либерализация визового режима. Италия выступает за упрощение визовых формальностей. В ближайшее время в Самаре, Новосибирске, Нижнем Новгороде, Казани и Краснодаре будут открыты итальянские визовые центры, и количество выданных виз, от 6-месячных до 5-летних, возрастет. «Тем не менее, виза – это анахронизм», – подчеркнул, выступая на пресс-конференции, генеральный консул Итальянской Республики в Петербурге г-н Ф. Салвадори.



Во-вторых, хорошо развитое сообщение между странами. Авиакомпании Alitalia, Windjet, «Аэрофлот», ГТК «Россия» и другие предлагают путешественникам удобные рейсы и качественный сервис при доступных ценах. Этим летом из Москвы будут выполняться чартерные программы на Сардинию. Компания «Тур Паррад» возобновит прерванные в 2009 г. рейсы в Ольбю, которые будут осуществляться а/к «Газпромavia» на Boeing 737-700, и продолжит полеты по маршруту Москва – Кальяри. Свою чартерную программу на Сардинию имеет и пул туроператоров: PAC Group, Ascent Travel, Jet Travel и «Карлсон Туризм». В планах – запуск чартерной программы из Петербурга.

В-третьих, сама Сардиния – древний остров в Средиземном море, с красивыми пляжами, уникальными памятниками, веселыми карнавалами и знаменитым гостеприимством. В отличие от других регионов Италии турпоток на Сардинию в прошлом году не изменился. «Мы относимся к россиянам как к добрым друзьям», – сказал, завершая пресс-конференцию, директор Департамента туризма Сардинии г-н М. Кадони.

Елена ПОПОВА

Португалия: реалии сегодняшнего дня

24 февраля в гостинице Grand Hotel Europe состоялась презентация «Португалия – уникальное туристическое направление для делового туризма и отдыха».

Это было первое мероприятие подобного масштаба, которое Институт туризма Португалии организовал в Петербурге при содействии и непосредственном участии авиакомпании TAP Portugal, принимающего оператора Citur Travel DMC, VIP Hotels, Dom Pedro Hotels, а также Quinta da Marinha Hotel and Golf Resort.

Португалия сегодня предлагает круглогодичный отдых. В зимнее время – винные и экскурсионные туры, летом – незабываемый отдых на великолепных пляжах с 850-километровой береговой линией, из которых 180 имеют Голубой флаг. 75 % туристического рынка обеспечивают три региона: Алгарве, Лиссабон и Мадейра. Все чаще заглянуть к себе (в том числе и в России) загадочные Азорские острова. В Португалии готовят самую



вкусную треску. Ни одно Рождество не обходится без фирменного блюда из этой рыбы. «Книга о вкусной и здоровой пище из трески» включает в себя более 365 рецептов... В 2008 г. самой безопасной столицей Европы был назван Лиссабон и здесь же было отмечено самое лучшее в Европе гольф-поле. Совершенно особый жанр искусства – фадо (городской романс) родился в Португалии в XII в. и вот уже на протяжении 800 лет развивается только в одной стране.

С 2007 г. Институт туризма Португалии объявил Россию приоритетным направлением. Российс-

кие операторы с энтузиазмом подхватили эту идею. По словам Елены Завгородневой, представителя Института туризма Португалии, продвигать продукт в России несложно, поскольку страна обладает всем необходимым для развития туризма.

По данным Министерства экономики Португалии, в 2008 г. туризм принес стране прибыль в 7 млрд 520 млн евро. Этот показатель превысил уровень 2007 г. на 17 %. Финансовый кризис сильно повлиял на доходы Португалии от туристического бизнеса. Поток иностранных гостей снизился уже

к июлю 2009 г. на 8 %. Доходы отелей за тот же период снизились на 11,5 %. На сегодняшний день лидирующие позиции по прибытиям занимают туристы из Великобритании, Германии и Испании. Последнее время становится все больше отдыхающих из Восточной Европы, в частности из Польши и Чехии. Россия в данном рейтинге занимает пока скромное 19-е место. В то же время, когда западные рынки давали некоторый «сбой» по количеству туристов и срокам их пребывания в Португалии, российскими туристами обуреваемая жажда путешествий по неизведанным местам. И, наконец, после 10-летнего перерыва с июня 2009 г. самолеты из Москвы в Лиссабон уже летали 5 раз в неделю. В результате был отмечен рост турпотока на 27 % (!). По словам Педро Пинто, генерального менеджера авиакомпании TAP Portugal, открытие прямого рейса из Петербурга пока не планируется, но работа над этим вопросом ведется.

Ирина СМЕРНОВА



РАННЕЕ БРОНИРОВАНИЕ ДО 15.04

КИПР туры от **13 700** р. виза гражданам РФ **бесплатно**
Ларнака Айа-Напа Протарас Лимассол Пафос
экскурсии, отдых, свадьбы теннисные туры, круизы в Египет, Израиль

ГРЕЦИЯ туры на летний сезон от **15 000** р.
Халкидики Пелопоннес, о-ва: Закинф Кос Родос Крит Корфу

БОЛГАРИЯ все курорты от **16 000** р. Подарки и бонусы
Детский отдых в ДЮЦ «Коктейль-Клуб»
NEW! Албена: в любом отеле 1 зонтик и 2 лежака на пляже на 1 номер **бесплатно**

ИСПАНИЯ еженед. по сб. с 03.03 регулярные и авторские экск. туры
отдых на Коста-Дорада и Коста-Браво

ИТАЛИЯ Сицилия Римини Венеция Капри: экскурс. туры, отдых, термальные курорты
скидки пенсионерам и студентам

ТУРЦИЯ с 30.04 от **14 000** р.

ЧЕРНОГОРИЯ еженед. по сб. с 29.05

АБХАЗИЯ КРЫМ Евпатория Алушта
Феодосия Судак

КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ Сочи Анапа
Геленджик

ОАЭ втпт. лучшее время для отдыха в Эмиратах

ИНДИЯ **NEW!** Путешествие в Гималаи со 02.04. вс 1 раз в 2 нед.
Гарант. туры по чт. от **9 500** р: Золотой треугольник + Кхаджурахо

ШРИ-ЛАНКА ежедневные вылеты из СПб
экскурс. программы отдыха

ЕГИПЕТ от **16 000** р. Шарм-Эль-Шейх срчгвс Хургада пнвтсб
Круиз по Нилу + отдых в Хургада по сб.

ИЗРАИЛЬ ИОРДАНИЯ вылеты из СПб
5 раз в неделю
Мертвое море - SPA, оздоровление, экскурс. туры с отдыхом 7,10,14 ночей

ЭСТОНИЯ Счастливая суббота! **СКИДКА 5%**
Ловите майскую удачу! экск. туры: Таллинн, о. Сааремаа, Усть-Нарва, Вильнюс, Рига

ТАИЛАНД чартер а/к Трансаэро БАНГКОК втпт
отдых в Паттайа, о. Пхукет, о. Самуи

ВЕНГРИЯ с 21.04 прямой рейс на Будапешт
 еженед. через Вену

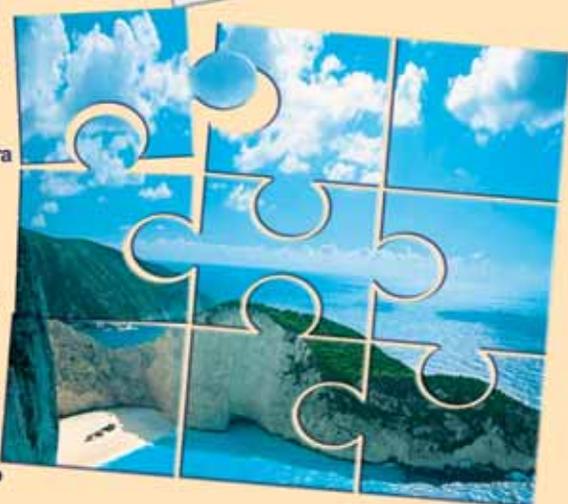
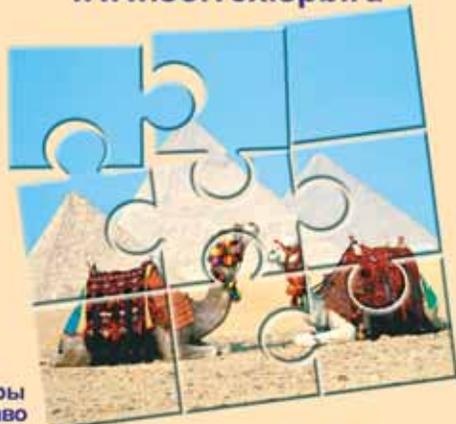
майские праздники Будапешт + Вена, термальные курорты Хевиз Шарвар

ЧЕХИЯ ежедневно майские праздники на 5, 8 дней
Гарант. вылеты Прага, Прага + Европа, Марианские Лазни, Карловы Вары

NEW! **НЕПАЛ** экскурсионные туры

МАЛЬДИВЫ БАЛИ МАЛАЙЗИЯ вылеты ежедневно

БЕЛАРУСЬ ЛЕНОБЛАСТЬ санатории пансионаты



Невский пр 72 **32-503-32** Разъезжая ул.12 **320-46-70**

Наши уполномоченные агентства:

- | | | |
|---------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Гражданский пр. 333 52 38 | Восстания пл. 448 01 41 | Пионерская 394 45 72 |
| Чернышевская 64 000 64 | Московская 454 75 75 | Ленинский пр. 380 74 61 |
| Восстания пл. 327 60 37 | Чкаловская 499 43 26 | Озерки 610 03 20 |
| | Сенная 611 11 85 | Петроградская 331 37 56 |

«ВИЛЕГИЯ» – НЕВОЗМОЖНОЕ ВОЗМОЖНО!

Студия путешествий «ВИЛЕГИЯ», одна из ведущих компаний на рынке индивидуальных путешествий класса люкс в Санкт-Петербурге, объявила о запуске партнерской программы для туристических агентств города на специальной презентации – торжественном вечере «ВИЛЕГИИ». Причем сделала это ярко и с изюминкой. Творческий подход чувствовался во всем!



Юлия БАЗАНОВА,
генеральный директор
и идейный вдохновитель
студии путешествий
«ВИЛЕГИЯ»:

«Сегодня всех нас объединяет не только индустрия, в которой мы трудимся, но и желание развиваться, искать новые формы сотрудничества, что я считаю исключительно важным в современных условиях».



Елена КУСТОВА,
советник вице-губернатора
Ленинградской области



Само место презентации внушало уважение. Особняк князя Виктора Сергеевича Кочубея на Фурштатской – место знаковое. Исторические интерьеры его парадных залов придали презентации неповторимый статус. На приглашение откликнулись не только первые лица многих петербургских турагентств, но и сотрудники международных авиакомпаний, отелей и даже представители консульств.

Программа презентации была исполнена в «вилеганском» духе – полна сюрпризов.

Ведущий представал перед гостями в различных, невероятно ярких образах. Так, Петр I «лично» открыл этот воистину царский вечер и передал слово его хозяйке, директору студии путешествий «ВИЛЕГИЯ» Юлии Базановой. Очаровательный пират – путешественник по Карибским морям и сказочный Джин на ковре-самолете, новом виде транспорта для любителей экзотики, объявили выступления других сотрудников компании.

«Сегодня всех нас объединяет не только индустрия, в которой мы трудимся, но и желание развиваться, искать новые формы сотрудничества, что я считаю исключительно важным в современных условиях», – заявила в своем приветственном слове Юлия Базанова, генеральный директор и идейный вдохновитель студии путешествий «ВИЛЕГИЯ». – У нас есть огромное количество знаний, опыта и возможностей для реализации самых дерзких туристических замыслов. В приобретение такого арсенала было вложено очень много времени, денег и души, и сегодня мы готовы и хотим всем этим поделиться с самими, на наш взгляд, перспективными и интересными агентствами города. Принцип грамотной кооперации работал во все времена, и сегодня я вижу огромный смысл в объединении наших с вами усилий для создания качественно нового туристического продукта».

«Похищение невесты в Булонском лесу? Организуем. Поезда на «крышу мира»? Сделаем! Круиз в Антарктиду? Легко. Экскурсия во Дворец Дожей после того, как он будет закрыт для публики? Почему бы и нет!» – так представила лишь некоторые компоненты уникальных авторских программ «ВИЛЕГИИ» Елена Нарбутс. Она подчеркнула, что люкс-класс путешествий изначально предусматривает создание нескольких вариантов программы одного и того же тура. Причем даже авторская программа, и без того не имеющая аналогов в других турфирмах, может быть дополнительно изменена по желанию клиента – от дат вылета и ее наполнения до марки встречающего в аэропорту автомобиля.

Религиозные и гастрономические туры, событийные и свадебные, экзотические туры и настоящие приключения, инсентив- и бизнес-туры, аренда яхт, самолетов, старинных замков... В ходе презентации был



Вручение приза от отеля
Le Meridien Limassol Spa & Resort



Ирина (турфирма «Нептун»),
Елена (студия путешествий «ВИЛЕГИЯ»),
Наталья (турфирма Travellux)





Андреа ДЕМЕ,
консул Венгерской Республики
в Санкт-Петербурге



Мария АРИНИНА,
представитель отеля
Le Meridien Limassol Resort & SPA



Пьер ЗОТОС,
заместитель начальника
визового отдела
консульства Франции
в Санкт-Петербурге (слева),
Юлия БАЗАНОВА
и Фабрис ШАЙД,
начальник визового отдела
консульства Франции
в Санкт-Петербурге



Ольга ЛОГИНОВА,
представитель
авиакомпания Lufthansa



ВИЛЕГИЯ

СТУДИЯ ПУТЕШЕСТВИЙ

представлен и особый вид туров. Фотографический. Что это такое? Это поездка в любой уголок мира с целью проведения фотосессии или мастер-класса от известного фотохудожника. Съемки на фоне уникальных природных объектов. Вариантов множество. Однако суть остается одна: путешествие предполагает нацеленность на использование фотоаппарата и пополнение коллекции туриста снимками, качество которых смело можно сравнить с качеством лучших гляцевых изданий. Почему бы и нет? Ведь любителей фотографировать очень много, а если это будет происходить в присутствии мэтра, то мастерства у туриста, привыкшего только «щелкать» затвором, явно прибавится...

Теперь, когда «ВИЛЕГИЯ» начинает реализовывать партнерскую программу с турагентами, ей необходимо донести до конечного клиента тот же уровень услуг, что предоставляется в самом офисе студии путешествий. Несомненно, турпродукт такого рода требует особых навыков работы с ним. «ВИЛЕГИЯ» готова к всесторонней поддержке агентств, включающей массу мероприятий. Среди них будут и ознакомительные поездки, и тематические семинары для представителей агентств по отдельным странам, отелям и программам. Причем к участию в них привлекут специалистов, непосредственно участвующих в бизнесе. Представители авиакомпаний, консульств, курортов и отелей обязательно станут спикерами таких семинаров, рассказывая о последних новинках и изменениях в организации путешествий и отдыха.

«Мы предлагаем принципиально новый уровень в работе туроператора с агентствами: качество, ответственность и, конечно, творческий подход. И мы намерены сделать все возможное для того, чтобы работать с нами было максимально комфортно и выгодно», – подытожила Юлия Базанова.

А еще гостей порадовали невероятно красивыми танцами, авторским меню от шеф-повара «Кочубей-клуба», полным юмором фильмом о превращениях работы в туризме и нештучными призами – среди участников вечера были разыграны полноценная страховка, виза в любую из стран мира по выбору, двухместный номер на 4 ночи в одном из лучших кипрских отелей Le Meridien Limassol Spa & Resort и др.

Кульминацией вечера в «Кочубей-клубе» стал торт. Впрочем, таким банальным словом назвать это произведение кулинарного искусства вряд ли повернется язык: его надо было видеть. «Чудо» – так просто и образно высказался кто-то из гостей. И вправду, выполненный из удивительно вкусных составляющих, включая свежую клубнику, торт поражал воображение, разрушая представления о возможностях человека. Часть земного шара с очертаниями стран, воздушный шар с пассажирами над ним, личные вещи путешественников. И все это, до последней мелочи, например шоколадного сундучка размером в сантиметр, да еще и с крышечкой, и миниатюрного плюшевого кролика в руках у ребенка, было не только съедобно, но и невероятно вкусно!

К концу вечера все гости убедились в том, что возможности «ВИЛЕГИИ» действительно безграничны, а некоторые уже представляли себя пассажирами того самого воздушного шара, улетающими в новый авторский тур «Путешествие в шоколадную страну» от студии путешествий «ВИЛЕГИЯ».

«ВИЛЕГИЯ» – невозможное возможно!

Санкт-Петербург, ул. Фурштатская, 19

Тел. (812) 334-31-34

E-mail: info@vilegia.ru

www.vilegia.ru

Деньги на воздух

Несмотря на очевидную надуманность введения фингарантий в сфере въездного зарубежного туризма, общие усилия всех заинтересованных сторон пока не привели к их отмене или снижению. Однако работа в этом направлении идет и сторонников изменения законодательства в пользу турбизнеса становится все больше.

Зри в корень

Суть проблемы состоит в том, что иностранный турист, въезжающий в Россию, как правило, заключает страховой договор с компанией в своей стране. И с ней же в досудебном или судебном порядке выясняет отношения при возникновении претензий. Даже если с иностранцем в нашей стране и происходит что-то «несчастное», такое событие по юридическим канонам не может быть признано страховым случаем, так как прямого договора с российским туроператором (или страховщиком), предусматривающим компенсации, у него нет.

Случаев, когда гость страны требовал бы возмещения в России, пока не зафиксировано. Опрос, проведенный 12 октября 2009 г. на совместном заседании Правления и Регионального совета РСТ в Петербурге (на нем присутствовали 104 представителя компаний, ассоциаций и региональных органов управления туризмом более 20 субъектов России), показал: о случаях выплат иностранным туристам по договорам страхования ответственности туроператоров за все время действия финансовых гарантий ничего не известно.

По данным Федеральной антимонопольной службы (ФАС), собравшей сведения по выплатам 20 страховых компаний (за 9 месяцев 2009 г.), за этот период на рынке въездного туризма было выплачено 1,11 % от общего размера страховых премий, а внутреннего – 8,04 %. Что касается рынка въездного, то ни одного страхового случая не было зафиксировано не только в 2009-м, но и за весь предыдущий год. Не случайно начальник Управления контроля социальной сферы и торговли ФАС Тимофей Нижегородцев на заседании Экспертного совета по развитию конкуренции в сфере туризма заявил, что «размер финансовой ответственности туроператоров по въездному туризму экономически не обоснован и неоправданно завышен».

Позиция РСТ по поводу «въездных» фингарантий однозначна и была определена задолго до утверждения их нынешнего размера. «В их нынешнем виде они имеют мало общего с защитой прав туристов, – так оценивает их действие глава РСТ Сергей Шпилько. – А в сфере въездного туризма фингарантии фактически превратились в налог с туроператоров в пользу страховщиков». Сопорить трудно, так как с подачи Всероссийского союза страховщиков (ВСС) страховые компании и вправду делают деньги из «воздуха». Ведь заранее известно, что претензий никто предъявлять не будет.

Как подчеркнул председатель Комиссии по въездному туризму СЗРО РСТ Леонид Флит, ситуация со страхованием в сфере въездного туризма требует скорейшего вмешательства. «Понятно, что отказываться от бизнеса, при котором страховка оформляется, а выплата нет, добровольно никто не будет, – уверен он. – Но почему в этой нечистоплотной игре участвуют госорганы? Неужели интересы



нескольких компаний дороже национальных?»

По оценке участников рынка, подобная практика приводит к вытеснению малого бизнеса. Ведь на небольшие компании, на которых он как раз и держится во многих регионах страны, эти траты ложатся тяжелым бременем, в то время как, по сути, просто бессмысленны. Не случайно одну из наиболее активных позиций заняли в Калининграде, где местные туроператоры намерены в судебном порядке отстаивать свои интересы.

Видеть цель

Основная задача турбизнеса – добиться в этой сфере страхования прозрачности и формирования ставок премий, основанных на реальном положении дел.

Что касается статистики выплат, то страховые компании не без оснований не торопятся ее раскрывать. Ведь она явно свидетельствует не в их пользу. Поэтому участники рынка настаивают на том, чтобы такая статистика все же была опубликована. Причем честная, полностью отражающая действительность, иначе правильно оценить масштаб проблемы сложно.

Кроме того, члены Экспертного совета по развитию конкуренции в сфере туризма предложили снизить размер финансового обеспечения ответственности туроператоров по въезду до уровня фингарантий для внутреннего туризма (с 10 млн до 500 тыс. руб.). И такой ход представляется им вполне логичным, так как фирмы, работающие на прием, нередко оказывают услуги и иностранцам, и россиянам.

Не скрывают своего желания хотя бы снизить уровень фингарантий в сфере въездного туризма и туроператоры. «Их введение вообще имеет мало смысла и является прямым следствием лоббирования страховщиков, – полагает генеральный директор компании «Мир» Валерий Фридман. – Если учесть, что падение объемов въездного туризма может быть даже большим, чем в 2009 г., выплаты по такого рода страховке могут лишь усугубить положение туристических фирм. Поэтому любой трезвомыслящий руководитель компании из данной сферы бизнеса будет за снижение этого бремени».

Генеральный директор компании Comintour Алексей Тихомиров убежден, что внимание страховых взносов в сфере въездного туризма никак не обосновано, поскольку российские турфирмы заключают договоры не с частными зарубежными туристами, а с иностранными юридическими лицами. И в любом случае путешественник имеет дело с тем, кто застраховал его интересы на родине. «Снижение размера фингарантий до 500 тыс. руб. объяснимо только тем, что компании прини-

мают и наших, и зарубежных туристов. Иначе в сфере въезда они не имеют смысла, – считает эксперт. – И, на мой взгляд, гораздо большее значение имеют добрые партнерские отношения, благодаря которым любой инцидент может быть исчерпан. Честное слово, прозрачность бизнеса и порядочность в нашем деле порой значат гораздо больше, чем деньги...»

Если учесть, что это направление и без того работает в сложных условиях, рассчитывать на прибыльность трудно. Так, на недавно состоявшемся в Петропавловской крепости Петербурга расширенном заседании Комиссии по въездному туризму Российского союза туриндустрии, посвященном подготовке к высокому сезону 2010 г., был обозначен целый «букет» проблем. В их числе – урегулирование отношений с РАО (Российским авторским обществом) и ВОИС (Всемирной организацией интеллектуальной собственности) в вопросе взимания авторских вознаграждений за публичное исполнение музыкальных произведений и фонограмм, а также технология исполнения новых требований по постановке иностранных граждан на учет.

И хотя прямого отношения к фингарантиям они не имеют, в целом наличие всего этого клубка сложностей не может не сказываться на деятельности предприятий и, как следствие, объемах въездного турпотока. Ведь если им приходится тратить больше, то надо как-то эти траты и компенсировать.

Проблема фингарантий в сфере въездного туризма, само собой, обсуждалась и на этом заседании. Позиция турбизнеса однозначна: если они и останутся, то их размер должен быть приведен к аналогичному для внутреннего туризма. То есть, снижен до 500 тыс. руб.

– Реально ли такое изменение? Считаю, что вполне, – комментирует ситуацию вице-президент РСТ Сергей Корнеев. – Ведь когда соответствующие размеры фингарантий принимались, речь шла о том, что они могут быть изменены в соответствии с практикой бизнеса. Практика показывает, что ни одного страхового случая за прошедший период в сфере въездного туризма не произошло, и поэтому вполне логично внести в законодательство изменения. Однако как быстро это произойдет, сейчас сказать довольно сложно. Несомненно, у суммы фингарантий в 10 млн руб. есть и явные сторонники, старающиеся затормозить процесс.

Поскольку речь идет о внесении изменений в федеральное законодательство, они могут появиться только при проведении их через Госдуму, в которой свои интересы активно лоббируют и страховщики. Чьи аргументы, доводы и влияние окажутся сильнее – покажет ближайшее время.

Владимир СЕРГАЧЕВ

Въездной турпоток в Россию в 2009 г. снизился на 8,5 %

В прошлом году, по данным Росстата, в Россию с целью туризма въехало 2100,6 иностранных граждан – на 8,5 % меньше, чем в прошлом году. То есть, наша страна недосчиталась 194,5 тыс. туристов.

Из основных въездных рынков самый большой процент снижения (-25,6 %) показала Южная Корея. На втором месте Дания (-23,4 %), за ней Италия (-21 %). Меньше туристов приехало из Норвегии (-18,7 %), Австралии (-14 %), Японии (-11,5 %), Испании (-10 %), Нидерландов (-10 %), Китая (-8,9 %), Франции (-8,7 %), Бельгии (-8,5 %).

Въезд иностранных туристов в Россию в 2009–2005 гг. (тыс. поездок)

Страна	2009	2008	2007	2006	2005
Германия	333,9	332,8	345,7	328,6	313,5
Китай	115,9	127,2	129,7	157,4	204,2
Финляндия +6,3	149,9	141,0	153,1	148,2	175,6
США	183,2	185,9	172,4	225,0	156,7
Италия	113,5	143,5	130,0	116,0	125,3
Великобритания +6,3	150,9	142,0	130,6	124,2	119,0
Франция	94,2	103,2	112,8	102,5	109,3
Испания	95,1	105,7	79,5	53,9	60,2
Япония	39,3	44,4	45,1	59,6	50,8
Швеция	28,3	24,9	26,0	31,0	45,8
Южная Корея	35,2	47,3	48,8	43,0	43,3
Нидерланды	31,9	35,4	33,7	29,0	32,7
Израиль +42,2	46,5	32,7	31,3	27,1	30,4
Австрия +26,6	31,4	24,8	29,8	24,4	29,1
Швейцария	26,2	23,8	27,1	27,4	21,3
Норвегия -18,7	27,9	34,3	26,1	23,7	21,2
Бельгия	17,2	18,8	22,7	19,3	19,9
Греция	23,4	23,0	21,7	16,9	17,6
Дания -23,4	15,1	19,7	20,6	18,7	17,1
Австралия -14	22,4	26,1	26,2	19,5	14,7
Канада	43,6	44,2	26,7	23,5	13,5
Всего въехало с целью туризма	2100,6 -8,5 %	2295,1 +3,7 %	2213,6 -9 %	2433,0 +2 %	2384,6 -16,6 %

Более-менее стабильно чувствовал себя въездной турпоток из Германии, США, Греции, Канады.

Но есть рынки, продемонстрировавшие положительную динамику. В первую очередь, это Израиль (+42,2 %). Далее отметим Австрию (+26,6 %), затем с большим отрывом идут Финляндия и Великобритания (обе +6,3 %).

Всего в Россию въехало 21338,7 тыс. иностранных граждан – на 6,9 % меньше, чем в 2008 г. Таким образом, лишь 9,8 % въехавших иностранцев обозначили туризм целью своей поездки в Россию. Для сравнения: в Грузии, о которой в российских средствах массовой информации не говорят ничего хорошего, доля туристов в общем числе въезжавших минувшей зимой составила 23 %.

На прошедших в Москве туристических выставках представители различных стран, отмечая влияние кризиса на состояние спроса, сообщали об увеличении рекламных расходов для российского рынка. Вернуть и удержать турпоток из России – основная, если не главная цель многих зарубежных направлений. Болгария начинает в России масштабную рекламную кампанию и выделяет на это из госбюджета 1,5 млн EUR, Израиль – \$2,2 млн. Турция, потеряв в 2009 г. около 4 % въездного турпотока и около 6 % доходов от туризма, увеличила рекламный бюджет на Россию: на первое полугодие выделено \$8 млн, хотя на весь прошлый год сумма составляла \$10 млн. Раздираемая экономическими трудностями Греция намерена потратить на рекламу в России 12 млн EUR. Египет, не уточняя сумму, объявил о двукратном увеличении рекламных расходов на Россию.

С конца 2008 г., т. е. практически с начала экономического кризиса, туристические представительства в Москве открыли Мадрид, Юрмала, Лас-Вегас, заметно активизировал деятельность Visit USA. Уже в 2010 г. открылись офисы Монако, Голландии, объявили о скором открытии своих представительств Индонезия и Оман.

А что в подобной ситуации делает Россия?

На состоявшемся 19 марта в Москве заседании Комитета ТПП РФ по предпринимательству в сфере туристской, курортно-рекреационной и гостиничной деятельности прозвучала такая цифра: в 2010 г. Россия на 45 % уменьшает рекламный бюджет на продвижение туристических возможностей страны, на эти цели выделено 101 млн руб. – менее 3 млн EUR.

Впрочем, эксперты считают, что простое увеличение бюджета сейчас уже ничего не даст. «Просто реклама, даже за большие деньги, нам уже не поможет, – говорит вице-президент Российского союза туриндустрии Юрий Барзыкин. – Необходимо начать планомерное создание туристической, транспортной, инженерной инфраструктуры. Тем более что кризис показал наиболее жизнеспособные районы нашей страны и сегменты отдыха». Президент компании «Интурист» Александр Арутюнов также сказал «Интерфакс – Туризму», что федеральные деньги надо вкладывать в инфраструктуру. «Надо поддерживать уже сложившиеся и пользующиеся устойчивым спросом туристические центры – Москву, Санкт-Петербург, Черноморское побережье, – сказал он. – Сюда должны пойти деньги, чтобы перевести эти центры на качественно новый уровень, и уже тогда разворачивать масштабную рекламу».

Пресс-служба РСТ

Интерес российских туристов к путешествиям возвращается

В 2009 г. сократилось число выездов российских туристов за рубеж. При этом, по данным Ростуризма, если в начале года падение турпотока достигало 24 %, то к концу года оно сократилось до 15 %.

В 2008 г., по информации Российского союза туриндустрии и Росстата, путешествия за границу совершили свыше 11 млн россиян; рост по сравнению с показателями 2007 г. составил 20 %. Самыми популярными направлениями отдыха тогда были Турция, Китай и Египет.

В прошлом году велась активная пропаганда отдыха в России, и это дало свои результаты: на 3,5 %, до 33 млн человек, выросло число россиян, выбирающих поездки по стране. 18 млн человек предпочли Южный



федеральный округ, где 14 млн приняли курорты Азовского и Черного морей и еще 3 млн туристов посетили Геленджик. Таким

образом, один Геленджик принимает за год больше россиян, чем Турция (1,96 млн) или Египет (1,6 млн).

Сейчас доля туризма в российском ВВП составляет 2,5 %. По прогнозам, в 2010 г. туристическая сфера в мире вообще и в России в частности должна стабилизироваться. Стоит отметить, что с нынешнего года телеканал CNN объявлен международным медиапартнером выставки «Интурмаркет». Благодаря этому российские туристические направления получают выход на крупнейший телеканал с охватом вещания по всему миру. При этом CNN берет на себя обязательство адаптировать российскую рекламу к зарубежным рынкам.

Travel.ru

Лето с Ascent Travel

Приглашение в Хорватию

22 марта в отеле Radisson SAS Royal компания Ascent Travel провела презентацию летних программ по Хорватии для петербургских турагентств.

В предстоящем сезоне туроператор традиционно предлагает charterную программу, гарантированные трансферы и номера в самых популярных отелях, а также услуги собственных гидов на каждом курорте.

Надежный партнер туроператора – авиакомпания «Уральские авиалинии» на Airbus A320 (156 мест) еженедельно по средам и субботам будет доставлять путешественников из Петербурга в Сплит и Пулу. Первая программа продлится со 2 июня по 15 сентября (заезды на 11/12 дней), вторая – с 5 июня по 18 сентября (7/14 и 11/12 дней). Запланирована и третья программа – в Тиват, откуда будут осуществляться трансфе-



ры на курорты Черногории и в Дубровник. Она будет выполняться с 29 мая по 11 сентября (7/14 и 11/12 дней).

В рабочей встрече приняли участие представители отелей Plava Laguna и Sol Melia (Истрия), UGO и Bluesun (Средняя Далмация). Отельные рассказали о возможностях размещения и пита-

ния гостей, дополнительных услуг и развлечениях, скидках и специальных предложениях.

Лучшим по соотношению «цена-качество» является туристический комплекс Solaris в Шибенике, с которым в 2010 г. Ascent Travel заключил эксклюзивный трехлетний контракт. «Большой комплекс для больших каникул» раскинулся на территории 800 тыс. кв. м на лесистом берегу, окаймленном 4-километровым пляжем, который награжден Голубым флагом. Рядом находится один из самых красивых национальных парков Европы – Водопады Крка и природный парк Корнати, представ-

ляющий собой архипелаг из 140 островков. В комплексе 5 отелей: Ivan 4*, Jure 4*, Niko 4*, Andrija 4*, Jakov 3*, а также апартаменты Ville Kornati 4*. К услугам гостей – аквапарк Aqualand для семейного отдыха и велнес-центр, предлагающий множество процедур для красоты и здоровья. Ежедневно проводятся анимационные программы: выборы Мистера и Мисс Solaris, «Гавайи-шоу», «Кабаре-шоу», презентации вин. Конгресс-центр может одновременно принять 1800 деловых туристов. На территории комплекса есть «Далматинское село» со старинной мельницей, ткацкой мастерской и рестораном, а также мини-зоопарк и знаменитый пиратский гольф-клуб для детей. Solaris пользуется большой популярностью у россиян.

К летнему сезону компания Ascent Travel издала новый каталог по Хорватии и Черногории.

Открытие Лигурии

19 марта в Rossi'Club прошла итальянская вечеринка, организованная туроператором Ascent Travel. Зажигательные песни в исполнении группы Italiano x Band, викторины и призы, тосты и дискотека – все было посвящено региону Лигурия.

Ascent Travel первым из туроператоров открыл Лигурию для россиян, организовав в 1997 г. прямой charterный перелет из Москвы в столицу региона – Геную. Сегодня компания по-прежнему лидирует на данном направлении, предлагая путешественникам удобные авиарейсы, большой выбор отелей и разнообразные программы отдыха.

Директор представительства Ascent Travel в Северной столице Ирина Шевцова рассказала о новом проекте туроператора и ГК «Россия». Программа «Открытие Лигурии – Лигурия для всех!» из Петербурга будет действовать с 13 июня по 19 сентября (вылеты в Милан еженедельно по воскресеньям). Туристам предлагается 8-дневный отдых на море с проживанием в отеле 3* и три гарантированных экскурсии: обзорная по Генуе с посещением океанариума, Ницца – Канни, Монако – Монте-Карло. По желанию можно совершить поездку на остров Корсика – это новинка 2010 г.

Программа вечеринки включала презентацию региона. Ее провел г-н Вирджимо

Бениньи – представитель компании «Мамберто», с которой Ascent Travel связывают добрые партнерские отношения. По его словам, Лигурия – это море, горы, красивые города, сады и парки, культурные традиции, изысканная кухня. Пляжный отдых здесь удачно дополняется дайвингом, велосипедизмом, пешими прогулками в горах и богатой экскурсионной программой.

Лигурию называют музеем открытым небом: Старый город в Генуе включен в Список мирового культурного наследия ЮНЕСКО, а над многими городами региона развеваются оранжевые флаги, которыми отмечаются самые красивые места Италии. Лигурия славится вековыми традициями оформления садов и парков, и один из тематических маршрутов, проходящих по региону, называется Un mare di giardini – Море садов. Гастрономическое путешествие по Strada del Vino e dell'Olio – Дороге вина и масла длиной 130 км – сделает открытие Лигурии потрясающе вкусным!



На презентациях побывала Екатерина ГУБАНОВА

Ascent Travel™
Member of Hotelplan

Еженедельные прямые перелеты:

- СПб-Тиват-СПб
- СПб-Пула-СПб
- СПб-Сплит-СПб
- СПб-Барселона-СПб
- СПб-Милан-СПб
- СПб-Римини-СПб

Черногория
Хорватия
Испания
Италия
Словения
Франция
Швейцария
Финляндия
Норвегия
Австрия
Швеция
Китай

Мечта рядом...

только для турагентств и организаций: 610-07-07 www.ascent-travel.ru

для частных лиц "Асент клуб": 635-635-6 www.ascent-club-spb.ru



ТЕЛ.: 329-00-35
WWW.VERSA-TRAVEL.SPB.RU

РАННЕЕ БРОНИРОВАНИЕ ТУРОВ НА ЛЕТО 2010 ГОДА

Скидки от отелей включены в стоимость туров. Акция действует до 30.03.2010!

ГРЕЦИЯ

п-ов Халкидики
о. Крит
(NEW прямой перелет на Запад о. Крита)
о. Родос
о. Кос
о. Кос
о. Корфу

ОАЭ

Еженед. по вт., пт.

ИТАЛИЯ

Риммини
Неаполь
Рим, Тоскана

СИЦИЛИЯ

Палермо
Катания

ТУРЦИЯ

Анталья
Мармарис
Бодрум
Кушадасы

ТУНИС

Сусс
Хаммамет
Монастир
Махдия

ИСПАНИЯ

Коста - Браво,
Коста - Дорада,
Майорка, Тенерифе

БОЛГАРИЯ

Детский отдых,
Золотые Пески,
Солнечный Берег,
Албена,
Св. Константин

ХОРВАТИЯ

п-ов Истрия
Сплит
Дубровник
о. Брач
о. Хвар

ЧЕРНОГОРИЯ

Будва
Бечичи
Петровац
Херцег Нови
Ульцинь

ЕГИПЕТ

Таба, экс-ии в
Иордании Израиль
Шарм-эль-Шейх,
Хургада

ИЗРАИЛЬ

Чартер Эйлат 31.03-06.04
Восточная мелодия
31.03-07.04

ТАИЛАНД

Прямые еженед. рейсы
из СПб в Бангкок
и на о. Пхукет
Тур Тайланд + о. Бали

КИПР

Ларнака
Пафос
Лимассол
Писсурри
Айя-Напа

АВСТРИЯ

Вена, Вена-Будапешт

ЧЕХИЯ

Авиа, автобус+ж/д

ВЕНГРИЯ

Будапешт, Балатон, Хевиз

ФИНЛЯНДИЯ, СКАНДИНАВИЯ, ГЕРМАНИЯ, АНГЛИЯ, ФРАНЦИЯ, ШВЕЙЦАРИЯ

ЭСТОНИЯ, ЛАТВИЯ, ЛИТВА

Экскурсионные
и оздоровительные туры

ТУРЫ ПО РОССИИ:

Туры по Золотому кольцу,
Калининградской обл.
Карелии, Краснодарскому краю
Телефон: 324-71-12

МАЙСКИЙ КРУИЗ «4 СТОЛИЦЫ БАЛТИКИ» СПБ-ХЕЛЬСИНКИ-СТОКГОЛЬМ-ТАЛЛИН-СПБ «SILJIA LINE» 30/04/2010 - 04/05/2010

ОФИСЫ ПРОДАЖ ДЛЯ ЧАСТНЫХ ЛИЦ:

пр. Бакунина, 5, 329-00-35,
пн-пт с 10:00-20:00, сб 11:00-18:00, вс 11:00-17:00
ул. Некрасова, 24, 275-95-94, 275-95-80,
пн-пт с 10:00-20:00, сб 11:00-17:00
ул. Ильюшина, 8, 601-80-55,
пн-пт с 10:00-20:00, сб 12:00-16:00
ул. Большая Морская, 36, 640-03-26, 640-03-27,
пн-пт с 10:00-20:00, сб 11:00-17:00

НАШИ УПОЛНОМОЧЕННЫЕ АГЕНТСТВА:

ул. Есенина, 5 (ТЦ ЯРУС) 331-64-68, 331-64-79
ул. Ефимова, 3/А 719-83-03, 974-93-68
ул. Б.Зеленина, 8 499-43-26
Кузнечный переулок, д. 4 764-01-97 716-17-06
ул. Восстания, д. 6 335-01-77
ул. Кирочная, д. 32 642-43-31
Невский пр., д. 35 600-22-25
Невский пр., 105 912-25-64, 327-58-55
Невский пр., 109 710-21-75, 710-25-10
Невский пр., д. 134 717-70-14, 717-70-08
Московский пр., 4 611-11-85
Московский пр., 165 611-11-85

«Капитал Тур» впервые поставит чартеры на российские курорты

О выходе на рынок внутреннего туризма и организации чартерных цепочек в Сочи, Анапу и Геленджик заявил туроператор «Капитал Тур».

Вылеты планируются из Москвы, Петербурга и Екатеринбурга. На направлении будет задействована авиакомпания правительства Москвы «Атлант-Союз». Полеты начнутся в мае с двух рейсов в неделю, а в пик сезона вылеты будут ежедневными. Предполагается, что благодаря этим чартерам стоимость авиабилетов на



курорты Краснодарского края сократится примерно до 5 тыс. руб. туда и обратно.

/TOURBUS.RU

О Греции расскажет «Вилар Турс»...

Февраль ознаменовался открытием в Санкт-Петербурге официального представительства компании «Вилар Турс». Без сомнения, эта новость придется по душе всем, кто ориентирован на продажи греческого направления и старается минимизировать расходы не только свои, но и своих клиентов. А, как известно, Греция – одна из лидирующих стран по количеству возвратных туристов.

На прошедшем 3 февраля семинаре состоялось первое знакомство «Вилар Турс» с турагентствами Петербурга и представление туроператором летнего каталога по Греции.



Наталья Мельян – руководитель греческого направления в Москве (справа) и Елена Соколова – ген. директор ООО «Вилар Турс» в Санкт-Петербурге

Свою историю компания «Вилар Турс» успешно начала в 1996 г., и сегодня это один из крупнейших на российском рынке туроператоров по Греции, который предлагает самые разнообразные услуги: от групповых туров в страну эллинов до комфортных путешествий VIP-класса. По словам руководителя направления московского офиса Натальи Мельян, несмотря на то что «Вилар» организует путешествия на любой из почти что 3 тыс. греческих островов, с самого начала своего основания компания отдает предпочтение материковой Греции, и в первую очередь полуострову Халкидики, расположенному в северной части страны. Здесь лучшие в Греции песчаные пляжи, по праву удостоенные 46 голубых флагов ЕС, находятся под тенью прекрасных хвойных лесов, а отличная по соотношению «цена-качество» отельная база (в том числе и собственная) и разнообразная экскурсионная программа подойдут всем категориям отдыхающих. Визитная же карточка «Вилара» на Халкидиках – суперпознавательный тур «По следам Александра Македонского» - стал во многом популярен благодаря первоклассному гиду Алексису, «разделившему славу» величайшего полководца...

Ирина СМЕРНОВА

«Солвекс-Турне» знает, как продавать Grecotel

Туроператор «Солвекс-Турне» стал лауреатом престижной премии Grecotel Travel Awards 2009 в номинации «Лидер продаж – региональный партнер».

Третья ежегодная церемония награждения проходила в октябре на Западном Пелопоннесе в роскошном комплексе Grecotel Olympia Riviera Resort. На светское мероприятие собрались почти полсотни российских и более 20 украинских турфирм, а также греческие партнеры гостиничной сети Grecotel.

– Наша компания уже второй

раз становится лауреатом Grecotel Travel Awards. Для нас это действительно очень приятно и почетно, – говорит Татьяна Агапова, директор по развитию «Солвекс-Турне». – Компания Grecotel – наш постоянный и ценный партнер.

Греческое направление одно из наиболее активно развивающихся в Санкт-Петербурге. Благодаря грамотной ценовой политике, плодотворному сотрудничеству с партнерами, увеличению отельной базы и количества чартерных рейсов в Грецию «Солвекс-Турне» планирует в сезоне 2010 увеличить объем продаж по всем направлениям: Родос, Кос, Пелопоннес, Закинф, Халкидики, Корфу. Новинка этого сезона – остров Кефалония.

– Уже сейчас мы можем смело прогнозировать успешный в экономическом плане «греческий сезон». По акции «Раннее бронирование» объем продаж вырос вдвое по сравнению с прошлым годом, – заявляет Татьяна Агапова.



- X Петербургский туристский Форум «Новый взгляд на Россию»
- XVI специализированная выставка «КУРОРТЫ 2010»
- IV специализированная выставка «МИС-индустрия»

www.restec.ru/travelxpo
Тел.: +7 (812) 320-61-34

Топ-10 пунктуальных авиакомпаний

Компания FlightStats составила список авиаперевозчиков, которые в 2009 г. почти не задерживали прилет и вылет своих рейсов.

Рейтинг был составлен после анализа данных, полученных от авиакомпаний, аэропортов, систем бронирования и других источников.

ТОП-10 самых «пунктуальных» авиакомпаний 2009 г.:

1. Japan Airlines (Япония).
2. All Nippon Airways (Япония).
3. SAS (Швеция).
4. Korean Air Lines (Корея).
5. Horizon Air (США).
6. Air Nostrum (Испания).
7. Chautauqua Airlines (США).
8. Qantas (Австралия).
9. Lufthansa (Германия).
10. British European, Jersey European (Великобритания).

Служба Континентов