

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

Турбизнес

на Северо-Западе

№ 5 МАЙ 2015

WWW.TOURBUSSPB.RU



*Есть что-то прекрасное в лете,
А с летом прекрасное в нас.*

Сергей Есенин



www.art-travel.ru



www.latti.ru



www.ivolgatour.ru



www.arttour.ru



www.rossita-travel.com



www.visitmalta.com



www.spain.info



www.baltzvezda.spb.ru



www.nicktour.spb.ru



www.avrorabg.ru



www.tourismthailand.ru

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD

2015

18 номинаций
Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

www.mice-award.ru

Номинарование с 1 апреля 2015 г.

Голосование с 16 июня 2015 г.

Церемония награждения

1 октября 2015 г.

Дополнительная информация:

Ирина Ильина
тел. (495) 723-72-72 / award@tourbus.ru



Круизы: реки, речки и моря по Земле текут не зря!

10-11



Сочи-2015: больше игроков – лучше турпродукт

12



Средиземноморье: главное, чтобы «костюмчик сидел»

26-30

СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА

НОВОСТИ ТУРОТРАСЛИ

ТИЦ без финансирования?	2
Новый союз турагентств	2
Сбор в пользу туротрасли	2
«Турпомощь» исключила 987 туроператоров	2

НОВОСТИ СЕВЕРНОЙ СТОЛИЦЫ

Назначение	3
Музеи Петропавловки бесплатны	3
Сколько стоит «Петергоф»	3
Пасхальный фестиваль	3
В Петербурге появится «армянский» маршрут	3
В «Пулково» приземлилась «подводная лодка»	3
Эрмитаж ввел единый билет	3

ДЕЛОВЫЕ ВСТРЕЧИ

Как «вырастить» бренд Петербурга	4
Праздник был, но небольшой	4
Как привлечь туристов в музеи	4
В Петербурге обсудили будущее «Турпомощи»	6
Летние новинки Эстонии	7
«Отдых без границ. Лето 2015»	7
Каждую третью туруслугу продадут через Интернет	7
«Каталония – твой дом»	7

ВОДНЫЙ ТУРИЗМ

Навигация 2015 года. Санкт-Петербург: вид с Невы	8
--	---

ПРОФЕССИОНАЛЫ

Анна Ярилова: «Ассортимент услуг расширяем постоянно»	9
---	---

КРУИЗЫ

Круизы рассчитывают на свой кусок «пирога»	10
--	----

АКТУАЛЬНОЕ ИНТЕРВЬЮ

Александр Пахомов: «Чем больше будет на рынке Сочи туристических игроков – тем для нас лучше»	12
Сочи и Петербург – за единый турпродукт	12

ТУРОПЕРАТОРЫ

Golden Line всегда к вашим услугам	13
«Поезд памяти»	13
Кипрская премьера «Матрёшки-Тур»	13
Главное – не результат, а удовольствие	14
10 брендов от TBS Group	14

СПЕЦИАЛЬНАЯ ВКЛАДКА «ОБУЧЕНИЕ В ГЕРМАНИИ»

.....	15
-------	----

ШОПИНГ

Пора за покупками? Едем в Испанию!	20
--	----

ТУРЫ НА ПАСХУ

Круиз с пасхальной «изюминкой»	22
--------------------------------------	----

СВАДЕБНЫЕ ТУРЫ

Свадьба в Таиланде: экзотика побеждает	23
Свадьба на Мальте: красивые традиции	24

СРЕДИЗЕМНОМОРЬЕ-2015

Турпоток в Средиземноморье обещает «похудеть»	26
---	----

ТУРЫ ДЛЯ ИЗБРАННЫХ

Таиланд для увлеченных	31
------------------------------	----

Журнал «Турбизнес на Северо-Западе»

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

ООО «Турбизнес на Северо-Западе»
Ирина Смирнова
Екатерина Губанова
Елена Муковозова
Белана Лайбинен

Адрес издателя и редакции: 191023 СПб, ул. Садовая, д. 28-30, корпус 1, офис 315,
тел./факс: +7 (812) 335-0883, тел.: +7 (901) 310-4096, 310-3245,
e-mail: tourbus@westcall.net, www.tourbuspb.ru

На обложке журнала использована работа художника Ольги Гавриковой
Отпечатано в типографии «Цветпринт»: СПб, Роменская ул., д. 10.
Тир. 3000 экз. Дата выхода 15.05.2015
Распространяется бесплатно среди предприятий туристической индустрии.

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

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

УЧРЕДИТЕЛИ



ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА РФ



ОРГАНИЗАТОР



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



ЗАРУБЕЖНЫЙ ПАРТНЕР



ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



ТИЦ без финансирования?

В связи с изменением порядка бюджетного финансирования с 1 января 2016 г. без поддержки из бюджета могут оказаться несколько десятков туристско-информационных центров (ТИЦ) в России.

Проблема заключается в том, что сфера туризма до сих пор не входит в базовый перечень государственных и муниципальных услуг и работ и в условиях сокращения бюджетного финансирования может оказаться под угрозой секвестра. По оценке экспертов, сейчас в стране функционируют около 120 ТИЦ – и их число растет. Власти не отрицают важность туризма и значимость ТИЦ в вопросах продвижения дестинаций, но непростая экономическая ситуация вынуждает их экономить бюджетные средства. Проблему усугубляет и то, что до сих пор не утверждены единое определение

и функционал ТИЦ: они действуют в разных организационно-правовых формах и имеют разные источники финансирования.

«Законодательство должно быть изменено, а ТИЦ – существовать на законных основаниях, – считает заместитель руководителя Ростуризма Сергей Корнеев. – Ведь ТИЦ – главные партнеры Ростуризма, при поддержке которых мы продвигаем свои проекты, включая и «Время отдыхать в России» – национальный туристический проект, в рамках которого освещаются возможности отдыха в России для российских и зарубежных туристов».

Сергей Яковлев

Новый союз турагентств

Бывшие члены Альянса турагентств – «Магазин горящих путевок», «Сеть ТБГ», «Горячие туры», а также некоммерческое партнерство содействия развитию турагентской деятельности «ТурАгент» создали ассоциацию «Союз турагентств» (АСТА). Новую организацию поддержал Ростуризм.

На сегодняшний день ассоциация объединяет порядка 2 тыс. агентств по всей стране. По словам президента АСТА Леонида Черкасского, в ближайшее время в регионах будут открыты представительства объединения для прямого контакта с его участниками. Также будут созданы специальные комиссии, которые займутся правовыми вопросами, профессиональной подготовкой и т. д. Курировать их будут члены правления нового союза.

RATA-news

Сбор в пользу туротрасли

В России планируется ввести новый курортный сбор, который придется платить как отечественным, так и иностранным туристам. Эту идею сейчас обсуждают эксперты и специалисты профильных министерств, которые должны к 1 июля выработать общее мнение и представить его президенту страны.

Предполагается, что «справедливая» величина курортного сбора должна составлять 2–3% от стоимости услуг по проживанию: около 50 руб. с койко-места в частном секторе и 100–150 руб. в день с гостя отеля. Эти суммы близки к мировой практике, где сбор составляет 1–3 евро в сутки. При этом эксперты выделяют два возможных алгоритма монетизации нового сбора. Первый вариант: турист платит сбор при заселении конкретному отелю. Второй вариант: туроператор включает курортный сбор в стоимость тура.

По инф. СМИ

«Турпомощь» исключила 987 туроператоров

Ассоциация «Турпомощь» уведомила Ростуризм, что из членов ассоциации приказом от 16 апреля исключено 987 туроператоров. В том числе 963 – в связи с неуплатой членского взноса в компенсационный фонд; 24 – в связи с прекращением деятельности в сфере выездного туризма и в соответствии с их заявлениями о выходе из членов ассоциации.

Ростуризм уточняет, что, согласно сведениям, содержащимся в Едином федеральном реестре туроператоров по состоянию на 17.04.2015 г., из 987 исключенных из «Турпомощи» компаний:

- 547 было исключено из реестра в период с 1 декабря 2014 г. по 13 апреля 2015 г. в связи с непредставлением сведений о наличии финансового обеспечения на новый срок;
- 420 остались в реестре и будут продолжать туроператорскую деятельность в сфере внутреннего и/или выездного туризма;
- 20 туроператоров работали исключительно в сфере международного выездного туризма, поэтому сведения о них исключены из реестра приказом Ростуризма от 17.04.2015 № 160. Сейчас в «Турпомощь» входит 821 туроператор.

RATA-news

Назначение



Заместитель руководителя Федерального агентства по туризму России Сергей Корнеев избран вице-президентом Совета НП «Национальная ассоциация информационно-туристских организаций» (НАИТО)

Эксперты уверены, что это назначение положительно отразится на сотрудничестве власти и турбизнеса России.

Музеи Петропавловки бесплатны

Государственный музей истории Петербурга в Петропавловской крепости продлил бесплатное посещение экспозиций, расположенных на ее территории. Акция распространяется как на россиян, так и на иностранных туристов.

Напомним, вход на выставки «История Петербурга-Петрограда. 1703–1918» в Комендантском доме и «История Петропавловской крепости» в Невской куртине стал свободным с ноября 2014 г. Предполагалось, что входные билеты вернутся в музеи 31 марта. Однако руководство музея истории Петербурга приняло решение продлить действие акции до окончания туристического сезона 31 октября.

www.travel.ru

Сколько стоит «Петергоф»

ГМЗ «Петергоф» на сезон-2015 сохранил цены на уровне 2014 г. и сделал бесплатным вход в музеи и парки детям до 18 лет. Кроме того, в Петергофе отменили плату за любительскую фотосъемку.

Таким образом, стоимость входного билета в Нижний парк составит для иностранных туристов 500 руб., для россиян и граждан СНГ – 300 руб. в будние дни и 400 руб. в выходные.

Что касается новинок сезона, то после реставрации будут открыты каскад «Золотая гора», фонтан «Нептун» в Верхнем саду, Картинный дом в Ораниенбауме, Музей императорских яхт, Царицын и Ольгин павильоны. Кроме того, в бывшем здании императорской фермы будет открыт детский музейный центр с игровыми экспозициями и «Школой музейных профессий».

www.atorus.ru

Пасхальный фестиваль

С 12 по 19 апреля в Петербурге прошел Пасхальный фестиваль. В этом году праздничные мероприятия организовывались «всем миром», при участии Санкт-Петербургской епархии и администрации города.

В течение всей Светлой седмицы в Митрополичьем саду Александрово-Невской лавры и на Малой Садовой улице проходили празднования (выступления творческих коллективов, мастер-классы, концерты) с пасхальными угощениями. По оценке председателя Комитета по развитию туризма Инны Шальто, такое консолидированное общегородское празднование Пасхи в Петербурге прошло впервые. «Мы бы хотели, чтобы Пасхальный фестиваль также стал брендом Петербурга», – подчеркнула г-жа Шальто.

По инф. СПб ГКУ «ГТИБ»

В Петербурге появится «армянский» маршрут

В рамках культурно-деловой миссии Северной столицы в Ереване был представлен проект нового туристского маршрута «Выдающиеся представители Армении в Санкт-Петербурге».

Маршрут в виде тематической автобусно-пешеходной экскурсии проходит по местам, неразрывно связанным с такими историческими личностями Армении, как братья Орбели, Александр Таманян, Арам Хачатурян, и другими. Он начинается от церкви Св. Екатерины, затем экскурсанты отправляются к зданию Государственного академического театра им. В. Ф. Комиссаржевской, где знакомятся с деятельностью его знаменитого руководителя Рубена Агамирзяна, а затем посещают площадь Искусств, отправляются к СПб отделению Союза художников России, Мариинскому театру и Академии художеств. Кроме этого, в маршрут входит посещение целого ряда других объектов, включая Смоленское Армянское кладбище и Камский сад. В целом экскурсия занимает около 4 часов.

Владимир Яковлев

В «Пулков» приземлилась «подводная лодка»

30 марта в аэропорту «Пулков» приземлилась «подводная лодка». Для открытия нового маршрута авиакомпания Brussels Airlines выбрала самолет, украшенный по мотивам легендарных бельгийских комиксов «Приключения Тинтина».

Благодаря творческому союзу Brussels Airlines и компании Moulinsart аэробус превратился в 37-метровую «подводную лодку» в форме акулы, наподобие той, которую профессор Турнесоль в альбоме «Сокровище Красного Ракхама» предложил Тинтину, чтобы безопасно исследовать глубины океана. Внутри салон самолета также украшен образами, созданными бельгийским художником Эрже.

Приход Brussels Airlines в «Пулков» и возобновление прямых рейсов в Брюссель являются долгожданным событием: перелеты из Петербурга по данному марш-

руту не осуществлялись с 2007 г.

Напомним, рейсы между Петербургом и Брюсселем выполняются три раза в неделю, по понедельникам, средам и пятницам, на Airbus A319 в течение весенне-летней навигации до конца октября.

Евгения Смирнова



Эрмитаж ввел единый билет

Государственный Эрмитаж сохранил на предстоящий туристический сезон лояльную ценовую политику.

С 1 апреля Эрмитаж ввел единый билет, дающий право в один день посетить все здания музея (Главный штаб, Зимний дворец Петра I, Дворец Меншикова, Музей Императорского фарфорового завода) и временные выставки. Цена билета составляет 400 руб. (для иностранцев 600 руб.). Также с 1 апреля отменена плата за фото- и видеосъемку в залах музея. Запрет на частные съемки по-прежнему действует на временных выставках – там можно делать фото и видео только в день официального открытия. Билет для костюмированной съемки или съемки свадебного торжества стоит 5 тыс. руб.

www.atorus.ru

АПАРТ-ОТЕЛЬ GOLDEN LINE 4* на легендарных Золотых Песках

- Первый отель в Болгарии, построенный специально для российского рынка с европейским качеством обслуживания
- 100 м от пляжа
- выбор первой вице-мисс Русское Радио 2015

БОЛГАРИЯ – АКТУАЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ СЕЗОНА ЛЕТО 2015!!!
Отдых в Болгарии – это европейский отдых по приятно низким ценам!

- короткий перелет
- упрощенный визовый режим
- чистое море и золотистый песок
- свежие овощи и фрукты
- море возможностей для отдыха мам с детьми
- отсутствие языкового барьера
- славянский менталитет
- доброжелательность и безопасность

ПУТЕШЕСТВУЙТЕ С АВОРА-БГ — САМЫМ БОЛГАРСКИМ ТУРОПЕРАТОРОМ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

- Эксклюзивные туры на все морские курорты
- Гарантированные места в популярных отелях
- Прямой перелет авиакомпанией «Болгария Эйр» из Санкт-Петербурга в Варну и Бургас
- Специальные предложения для туристов старше 55
- Детский и молодежный отдых
- Раннее бронирование – СУПЕРЦЕНЫ

ЖЕМЧУЖИНА БАЛКАН ЖДЕТ ВАС!

www.avrorabg.ru Санкт-Петербург, Кирочная ул., д.19,+ 7 (812) 600-7575, + 7 (812) 382-1010

www.nicktour.spb.ru
СПб, ул. Правды, д. 4
тел.: +7 (812) 320-31-80
факс: +7 (812) 320-31-90

Экскурсии по Петербургу для детей и взрослых!
Приём в Петербурге
Туры по России:
Москва
Золотое кольцо
Русский Север
Карелия
Калининград
Новгород
Псков
Байкал

Как «вырастить» бренд Петербурга

Большинство участников состоявшейся 22 апреля конференции «Санкт-Петербург – город-бренд» отмечали: основным тормозом для появления признанного и узнаваемого на международном уровне бренда Северной столицы остается разобщенность усилий всех, кто участвует в его создании.

«Мы все время действуем, как «растопыренные пальцы». Причем один «палец» не в курсе, чем занят его сосед, – образно высказался Николай Буров, директор Государственного музейного комплекса «Исаакиевский собор». – И до тех пор, пока не появится единого управления этими «пальцами», вряд ли что-то получится».

При этом, по статистике TripAdvisor, которую привела председатель Комитета по развитию туризма Петербурга Инна Шалыто, как туристический бренд город на Неве в России занимает первое место, в Европе – девятое, а в мире – 17-е. «Спасибо, конечно, семье Романовых и нашей богатой истории, – подчеркнула она. – Однако сейчас у нас тоже многое делается для того, чтобы Петербург стал более узнаваемым и воспринимался в мире не только как направление культурно-экскурсионного туризма, но и как, например, конгрессного».

Вместе с тем партнер юридической фирмы «Борениус» Майя Петрова представила участникам конференции исследование, в рамках которого были определены наиболее известные в мире бренды городов. Увы, но в числе 59 лучших такого названия, как



Санкт-Петербург, не значится. При этом в списке, кроме «раскрученных» Лондона, Парижа или Нью-Йорка, есть и такие города, как Ханой, Мумбаи или Бангалор...

По оценке эксперта, даже такая аббревиатура, как SPB, которая, казалось бы, явно определяет город на Неве и широко используется, на самом деле своей функции не выполняет: в авиадокументах Питер, например, фигурирует как LED. Это некоторые из участников дискуссии соотнесли с Ленинградом: они уверены, что Ленинград и все с ним связанное (в том числе и Ленин) вполне могут стать составляющей бренда города на Неве. «Как бы это ни воспри-

нималось со стороны, отказываться от этого нельзя, – считает Валерий Ахунов, заведующий экскурсионно-лекционным отделом Русского музея. – Хотя бы потому, что Санкт-Петербургов в мире 47, а Ленинград – один».

По оценке Николая Бузова, «Петербург был и остается туристическим магнитом, который и сейчас может притягивать тех туристов, которыми уже «объелась» Москва». По его мнению, для этого нужно не только сформировать правильный бренд города, но и не покладая рук работать тогда, когда гости приезжают. «В том числе даже ночью, если это нужно и удобно туристам», – подчеркнул он.

Можно ли изменить ситуацию и все же «вырастить» в Петербурге бренд, благодаря которому его ни с кем в мире путать не будут? Можно. Для этого нужно объединение усилий всех заинтересованных сторон. Время. И деньги, конечно. Только вот последних все время не хватает: по словам Инны Шалыто, на этот год на цели продвижения Петербурга в бюджете руководимого ею комитета предусмотрено всего около 30 млн руб.

Ирина Сергеева, фото СПб ГКУ «ГТИБ»

Праздник был, но небольшой

Презентация фолк-программы «Большой русский праздник», которая прошла 21 апреля в Большом Колонном зале Михайловского дворца, оставила странное «послевкусие»: шоу действительно состоялось, однако вопросы к нему остались.

«Это грандиозная шоу-программа русской музыки, песни и танца, которая проходит в интерьерах Михайловского дворца, – рекомендовал ее собравшимся представителям питерского турбизнеса руководитель проекта Алексей Пальчих. – Мы постарались подобрать самых лучших исполнителей и, в частности, пригласили государственный ансамбль русского танца «Барыня». При этом, по его словам, программа в первую очередь ориентирована на иностранцев, поскольку предполагает одновременное получение духовной и обычной пищи (в стоимость программы входит и традиционный русский ужин). А также может выступать и в качестве своеобразного «гарнира» к посещению Русского музея».

Безусловно, идея сама по себе неплоха. Поскольку, посетив сокровищницу русского искусства (а Русский музей обладает коллекцией из 400 тыс. экспонатов и по некоторым из них не имеет аналогов в мире), гости из-за рубежа, наверное, вовсе не прочь будут поближе познакомиться с культурой нашего народа «вживую». И русское хлебосольное застолье со всеми его нюансами наряду с традиционной культурой здесь могут быть очень кстати. Могут быть, если все это организовать на высоком уровне и действительно предста-

вить качественный продукт, воспоминания о котором будут долго жить в памяти гостей из-за рубежа. Однако на самом деле того самого «Большого русского праздника» как-то не получилось.

Во-первых, несколько удивил подбор блюд для «традиционного русского» ужина. Винегрет. Салат оливье. И котлета по-киевски с гарниром из картофельного пюре... Однако даже не очень искушенные в кулинарной теме люди знают, что особенностью русской кухни является обилие выпечных изделий – пирожков, кулебяк, расстегаев, ватрушек, сочней и прочего. Увы, но ничего этого (как и многого другого, чем можно приятно удивить иностранцев) не было.

Во-вторых, не слишком разнообразным получилось и представление русской культуры. К танцорам из «Барыни» претензий нет – они все сделали на высоком уровне. А вот песенная часть, особенно в исполнении дуэта «казачков», как-то смутила: вряд ли тот репертуар, который был представлен, знаком гостям из-за рубежа. Если учесть и ряд накладок по звуку, то впечатление было еще более смазано.

В-третьих, представление русской традиционной культуры на фоне великолепных пейзажей Средней Азии, находящихся за

спинами танцоров и певцов, само по себе вызывает вопросы. Поскольку убрать их невозможно, может быть, на время шоу стоило хотя бы частично задрапировать чем-то близким к русской культурной традиции?

И еще. Гости из-за рубежа, даже в возрасте, нередко любят программы с интерактивом. Ведь праздник все-таки! Однако за все время двухактной программы в Михайловском дворце лишь один-единственный раз исполнительница русских песен пригласила на сцену гостя из-за столика. И все. Маловато что-то будет для большого праздника. А с учетом его русского формата – совсем мало.

В целом сложилось такое ощущение, что организаторы недоработали и показали представителям туриндустрии Петербурга «сырой», не вполне готовый к употреблению рынок продукт экономкласса (в лучшем случае). Потому что если и перед иностранцами будет фонить звук, меню останется маловыразительным, а культурная программа – достаточно скромной, вряд ли кто из них вспомнит ее добрым словом. Ведь если делать «Большой русский праздник» по принципу «из того, что было» – результат получится в полном соответствии с известным выражением «хотели как лучше, а получилось как всегда»...

Владимир Сергачев

Как привлечь туристов в музей

9–10 апреля в Государственном Эрмитаже состоялся XIII ежегодный круглый стол «Музей и проблемы культурного туризма», который традиционно проводит сектор туризма и специальных программ Эрмитажа.

Азов, Астрахань, Великий Новгород, Владимир, Нижний Новгород, Иваново, Калининград, Кунгур, Москва, Мурманск, Омск, Санкт-Петербург, Тотьма, Уфа, Череповец – столь широко была представлена география российских участников круглого стола, работников музеев, специалистов турбизнеса и преподавателей вузов. Мероприятие также посетили гости из Великобритании, Казахста-

на, Латвии и Финляндии.

Темами для обсуждения стали межмузейные проекты, новые специальные программы, направленные на совершенствование музейного туризма, перспективы сотрудничества музеев с туристическими организациями, а также аспекты государственной программы «Развитие культуры и туризма в Российской Федерации» на 2015–2020 гг.

www.hermitagemuseum.org



«АРТ-ТУР» представляет ДУБАЙ



ИЗ ВЕСНЫ В ЛЕТО!

Пять лучших предложений от отелей:

Waldorf Astoria Dubai Palm Jumeirah 5* – от 63 900 руб.

- Ужины в подарок!
- Дети до 12 лет проживают бесплатно!

Jumeirah Zabeel Saray 5*deluxe – от 71 900 руб.

- Дети до 16 лет проживают бесплатно!

Jumeirah Beach Hotel 5*deluxe – от 85 900 руб.

- Ужины в подарок!
- Дети до 16 лет проживают бесплатно!

Madinat Jumeirah 5* deluxe – от 90 900 руб.

- Повышение категории номера до Ocean View в Mina A Salam!

Atlantis The Palm, Dubai 5*deluxe – от 94 900 руб.

- Ужины в подарок!
- Дети до 15 лет проживают бесплатно!

В стоимость входит проживание на 7 ночей за человека с перелётом, питанием, страховкой.

АРТ ТУР
Туроператор с 1992 года

ЗВОНИТЕ И БРОНИРУЙТЕ!
(812) 454 53 00
www.arttour.ru

ДУБАЙ

В Петербурге обсудили будущее «Турпомощи»

Основным итогом встречи заместителя директора «Турпомощи» Александра Осауленко с представителями турбизнеса Петербурга стало решение о создании на базе СЗРО РСТ рабочей группы, которая попытается сформулировать предложения к предстоящему 21 мая в Москве общему собранию ассоциации.



В рабочую группу вошли представители турбизнеса, общественных организаций, юристы и другие профильные эксперты. «Наша задача – до общего собрания проанализировать и свести воедино предложения турбизнеса Петербурга по изменениям в устав «Турпомощи», кандидатурам от Северо-Запада в Наблюдательный совет, ревизионную комиссию и другим вопросам повестки дня», – констатировала директор СЗРО РСТ Екатерина Шадская.

Но, судя по накалу страстей на состоявшейся с Александром Осауленко встрече, сделать это будет непросто: вопросов к «Турпомощи» накопилось множество. Сам замдиректора ассоциации признает, что практика, при которой серьезно рискуют лишь круп-

ные туроператоры, ориентированные на «массовый» туризм, а платят за их риск все (причем нередко примерно в одинаковых объемах), порочна. Например, финансовый директор «Павегатур» Денис Русских заявил, что «оставлять без внимания попытки крупных игроков заплатить меньше, чем они должны, преступно». «Турпомощь» должна мониторить рынок и такие попытки, в том числе при помощи правоохранительных органов, пресекать», – считает эксперт. В свою очередь Александр Осауленко самым главным недостатком «Турпомощи» называет ее «тотальную непрозрачность»: по его мнению, участники ассоциации практически не получают информации о происходящем.

Мнения по поводу работы «Турпомощи» в Петербурге высказали разные. «Говорить, что «Турпомощь» – организация турбизнеса, равносильно утверждению, что концлагерь принадлежит заключенным и те могут свои условия в нем немного улучшить» – так высказался исполнительный директор компании «Невские сезоны» Кирилл Соколов. Однако большинство полагает, что механизм действия ассоциации все же можно серьезно «отремонтировать». Например, генеральный директор компании «Планета» Светлана Кабанова предложила взносы в «Турпомощь» ставить на баланс организации и предусмотреть возможность платить членский взнос в рассрочку. А ее коллега из компании «Турпрестиж» Татьяна Павликова предложила ввести региональный



принцип управления «Турпомощью» и, соответственно, региональный формат создания компенсационного фонда.

По оценке Александра Осауленко, будущее «Турпомощи» во многом определит общее собрание членов ассоциации в Москве. Поэтому он призвал всех участников собрания в Петербурге, несмотря на начало летнего сезона, постараться на нем присутствовать лично. Или хотя бы отрядить в столицу полномочных представителей.

А для того чтобы видеть и понимать, что происходит в Москве, турбизнес города на Неве предложил организовать прямую видеотрансляцию общего собрания «Турпомощи» в Интернете.

Сергей Яковлев, фото СЗРО РСТ

Летние новинки Эстонии

7 апреля в отеле «Амбассадор» Центр развития туризма Эстонии провел туристический семинар-воркшоп, посвященный новинкам летнего сезона.

Радостная весть пришла из эстонской столицы: 6 апреля Tallinn City Tourist Office & Convention Bureau совместно с ИД «Турбизнес» запустили онлайн-викторину «Знаете ли Вы Таллин?». Призовой фонд включает размещение на двоих на две ночи в гостиницах Telegraaf, Schlusle Hotel, Pirita Spa Hotel, Tallink Hotels, апартаментов Old House Apartments, а также размещение на двоих на одну ночь в Kalev Spa Hotel & Water Park. Ко всем призам прилагается туристическая карточка Tallinn Card.

Приятные новости есть и у Союза SPA Эстонии: в июле откроется Estonia Resort Hotel & SPA – курортный отель с новой SPA-концепцией и инновационным конференц-центром, а в августе – аквапарк Atlantis H2O площадью 4000 кв. м с интерактивной аквазоной, волновым бассейном, аттракционами и прочими удовольствиями.

Что касается новинок транспортного сообщения, то компания Lux Express Group обновила автобусный парк на линии Петербург – Таллин, в летнем расписании Estonian Air стоит ежедневный рейс СПб – Таллин – СПб, а вот GoRail по экономическим причинам в мае закрывает железнодорожное сообщение с обеими российскими столицами.

Как отметила представитель Центра развития туризма Эстонии Александра Сысун, «в 2014 г. и количество российских гостей, и число их ночевочек уменьшилось на 10%: Эстонию посетили 275 405 российских туристов (на 29 239 человек меньше, чем в 2013 г.), которые совершили 613 868 ночевочек (против 679 343 в 2013 г.). В свою очередь представитель генерального консульства Эстонии в Петербурге Тийна Таркус констатировала, что «в 2014 г. количество визовых ходатайств уменьшилось на 10,7% до 46 974, из них многократные визы составили 95,9%, при этом 9,8% визовых ходатайств было подано через турфирмы. Первые три месяца 2015-го не изменили тенденцию: число визовых ходатайств снизилось на 25,6% до 5914».

Напомним, с 1 апреля максимальный срок рассмотрения визового ходатайства в Эстонию изменился и составляет 4 рабочих дня.

Екатерина Губанова

«Отдых без границ. Лето 2015»

С 3 по 5 апреля в «Ленэкспо» прошла XIX международная туристская выставка «Отдых без границ. Лето 2015», объединившая 161 компанию из 17 стран. За три дня работы ее посетило 5545 человек.

Впервые на выставке были представлены компании Ambotis Holidays, Munich-Assistance, клуб путешественников Fireflies, вело клуб Iron Wheels, Pay.Travel, Persona Tour, TourPay, «Альфа-Банк», туристско-информационный центр Архангельской области, Golden Line, Tervis Spaa Grupp, «Терра Азия Трэвел».

В рамках деловой программы «Отдыха» состоялись встреча профессионалов «Мастерская туризма: фокус на Северо-Запад», семинар по работе с национальным туристским порталом Russia.Travel и презентации туроператоров.

www.restec.ru

Каждую третью туруслугу продадут через Интернет

Есть полная уверенность в том, что объем продаж туристических услуг как отдельно, так и в составе турпакетов в режиме онлайн в ближайшем будущем вырастет – таким был лейтмотив Международной профессиональной конференции E-Travel Commerce (ETC-2015).

Конференция, прошедшая 8 апреля в Grand Hotel Emerald, собрала больше сотни специалистов самых разных сфер e-travel. Кроме итогов 2014-го и перспектив 2015-го, которые обсуждались в рамках панельной дискуссии, в ходе ETC-2015 внимание было уделено организации продаж разных видов билетов на транспорт, бронированию отелей и даже «умным» путешествиям. Большинство участников встречи констатировали: несмотря на определенные проблемы, интерес клиентов к туристическим услугам, приобретаемым через Интернет, продолжает достаточно быстро расти. По экспертным оценкам, в 2015 г. свыше 30% всех туристических услуг в России будет продано через Интернет, а общий объем онлайн-продаж уже в прошлом году составил около 400 млрд руб. При этом специалисты отмечают сразу несколько явных тенденций.

«Потенциальные клиенты стали гораздо разборчивее и все чаще интересуются не только туристическими пакетами, но и, например, экскурсиями: мы зафиксировали 30% роста интереса к этой услуге», – отмечает Анна Винокурова, менеджер проектов «Яндекс.Авиабилеты». «На рынке ощущается явный рост спроса на внутренний туризм: если продажи на внешнем рынке сокращаются, то внутри России они быстро растут», – констатирует Григорий Терехин, Account Manager OTAs & Airlines из Aviasales. «Глубина продаж значительно снизилась: сейчас люди не стараются купить туристические услуги загодя, – говорит Иван Слюсарев, руководитель отдела маркетинга Sletat.ru. – При этом времени на то, чтобы определиться с выбором, они тратят больше». А еще одним существенным трендом эксперты называют выход на рынок e-travel таких крупных игроков, как «Ростелеком» и Яндекс: по их мнению, это в значительной степени может влиять на его дальнейшее развитие.

«Каталония – твой дом»

23 апреля, в день Святого Георгия – покровителя Каталонии, Совет по туризму автономной области Испании устроил для турбизнеса Северной столицы праздник в Шереметьевском дворце – с посещением выставки Сальвадора Дали, музыкальной программой, дегустацией блюд и вин, красными розами и книгами в подарок и, конечно, презентацией туристических возможностей Каталонии.



Рекламная кампания автономной области Испании в 2015 г. проходит под слоганом «Каталония – твой дом». На проведение кампании выделено 3,8 млн евро. Представлять Каталонию за рубежом будут знаменитые шеф-повара братья Рока, Жоан и Жорди, а также не менее именитые спортсмены Чави Эрнандес и Жемма Менгуал. Все рекламные ролики переведены на основные языки мира, включая русский. Особенность нынешней кампании – в интерактивности (для туристов создан сайт



Вместе с тем если кто-то думает, что уже завтра продажи в офлайне останутся, то ошибается: даже сами организаторы реализации e-travel услуг уверены, что «обычные» продажи станут сокращаться медленно – примерно на 1–2% в год. Более того: некоторые игроки рынка сами идут в офлайн. Например, Иван Слюсарев сообщил, что за несколько последних месяцев его компания заключила около 140 франчайзинговых договоров в 40 регионах России, тем самым фактически получив аналогичное число офлайн-офисов продаж. По его мнению, это оправдано тем, что до сих пор менталитет значительной части потенциальных клиентов требует личного общения с продавцом туруслуг, которое в формате e-travel зачастую отсутствует. Поддержала его и Юлия Большакова, генеральный директор компании «Питертур»: по ее оценке, «пакетные туры в офлайне были, есть и будут».

Однако и в благоприятном будущем для e-travel никто не сомневается. Так, по данным Travelport, количество пользователей только этой системы за последние 10 лет выросло в 4 раза, а к 2017-му достигнет в мире уровня в 3,6 млрд человек.

Сергей Владимиров

http://estucasa.catalunya.com), а также в том, что в ее подготовке приняли участие простые каталонцы.

Прошлый год был объявлен в Каталонии годом семейного туризма (60% гостей приезжают сюда семьями) – его итоги будут подведены на конгрессе, который состоится в мае в парке «Порт Аventura». В 2015 г. Совет по туризму Каталонии планирует продвигать активный, гастрономический, винный, сельский и шопинг-туризм, а новинкой сезона станут рыболовные туры. Вскоре туристы смогут совершить и виртуальное путешествие – по 40 самым красивым каталонским пляжам в Жироне, Таррагоне и Барселоне. Увидеть результаты панорамной съемки в 3D предлагается с помощью приложения Google Street View.

Россия для Каталонии – стратегически важный рынок: в 2014 г. автономную провинцию посетил миллион наших соотечественников (-14% по сравнению с 2013 г.), которые заняли пятое место по числу прибытий и четвертое – по тратам.

Евгения Смирнова

ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА
СПОРТ. ТУРИЗМ. РЫБАЛКА. ОТДЫХ
ТОВАРЫ И УСЛУГИ ДЛЯ АКТИВНОГО ОТДЫХА И УКРЕПЛЕНИЯ ЗДОРОВЬЯ

11.00-19.00

ВХОД СВОБОДНЫЙ

3-7 ИЮНЯ 2015 **КВЦ «ЕВРАЗИЯ»**
 Ул. Капитана Воронина, 13 (ст. метро «ЛЕСНАЯ»)
 ☎ +7(812)324-6416 www.SIVEL.SPB.RU

Навигация 2015 года. Санкт-Петербург: вид с Невы

С открытием навигации на Неве, реках и каналах Санкт-Петербурга для туристов и жителей города в очередной 312-й раз открывается самый интересный, интерактивный и потрясающе красивый музей – Санкт-Петербург с воды.

99 судовладельцев Санкт-Петербурга вывели на реки города и в Финский залив свой флот. Армада десяти крупнейших перевозчиков, имеющих лицензии на пассажирские перевозки, превышает 140 единиц. Все это разнообразие судов – к услугам туристов, гостей и жителей города.

Кодекс внутреннего водного транспорта Российской Федерации выделяет три вида перевозок пассажиров судами: транспортные, туристские и экскурсионно-прогулочные. В Санкт-Петербурге существуют все эти виды. Чуть менее 110 тематических экскурсионных водных маршрутов знакомят с городом на Неве гостей. В навигацию 2015 года будет работать городская маршрутная сеть «Приморская линия» с 7 остановочными пунктами. Маршрут «Сити Тур. Канал Круиз» начнет работу с 16 мая. В этом году на маршруте будет 6 остановок (на 2 больше, чем в прошлом) и билеты можно будет приобрести как на сутки,



так и на двое суток без ограничения количества посадок и высадок. Скоростные регулярные водные маршруты традиционно связывают центр города с излюбленным местом его гостей – Петергофом. Каждые 15–30 минут крылатые «Метеоры» и «Восходы» отправляются в Петергоф. Кронштадт и крепость Орешек становятся значительно доступнее для туристов и гостей города благодаря введенным регулярным экскурсионным маршрутам.

Встраивание водных маршрутов в транспортную систему

города происходит в рамках реализации мероприятий Концепции организации маршрутов водного транспорта в Санкт-Петербурге. Использование возможностей всех водных маршрутов может способствовать уменьшению нагрузки на транспортную сеть города и повышению лояльности горожан к туристам и гостям города. Создание сети общедоступных городских причалов только усилит этот процесс. Работу в этом направлении ведут профильные комитеты правительства Санкт-Петербурга.

К нормализации ситуации на воде приведет и выполнение правил, регламентирующих движение и стоянку судов в Волго-Балтийском бассейне «с учетом местных особенностей». В применении к Неве правила ограничивают вход в Зимнюю канавку и выход из нее с 0:00 до 5:00, а с 1:00 до 5:00 вход и выход ограничены в устье Фонтанки. Правила нормируют и направления движения по Неве. Однако эти правила не лишают возможности туристов, гостей и жителей города принять участие в феерическом шоу на Неве – разводе мостов. В наборе предлагаемых экскурсий – «Ночь разводных мостов с экскурсией», «Ночь разводных мостов с музыкальной программой», «ROCKSTARCRUISE» (живой концерт), «Аква-Пати» (дискотека на Неве) и многие другие.

Если в разнообразии существующих экскурсионных предложений клиент не находит нужных ему, есть возможность заказать собственный рейс со своим маршрутом, дополненным услугами, музыкой и едой.

На Неве работают более 10 кораблей-ресторанов. Отличительная особенность корабля-ресторана – собственная кухня на борту. Еду готовят сразу после заказа клиента. Помимо прогулки вдоль красивейших набережных клиенты получают питание по стандартам высокой кухни с музыкой или экскурсионным обслуживанием.

Как театр начинается с вешалки, так и прогулки по рекам и каналам начинаются с причалов. Комфорт и удобство клиента в момент ожидания посадки

на корабли, приобретения билетов, безопасность обеспечивает арендатор спуска. Проявление внимания к нуждам клиента – признак взросления бизнеса. Общедоступные розетки для зарядки гаджетов, скамейки для ожидания, цветы, тенты от солнца и дождя – все это и многое другое дает понять клиенту: ему рады, его отдых будет комфортен. Как организовать эту работу при ограничениях в длительности аренды спусков? Как сделать комфортным пребывание на причале, если высота сооружений на нем не должна превышать высоту ризалита набережной? Если бы это не касалось качества обслуживания клиентов, вопросы можно было бы оставить без ответов.

Слушать и слышать клиента – условие успешности бизнеса. Пассажиры постепенно начинают привыкать к необходимости заполнения опросных листов, оставления отзывов в группах в сети. Анализ ответов на вопросы и, особенно, дополнительных предложений и пожеланий дает возможность совершенствовать услуги, расширять сервис.

Значительный источник роста качества услуг – работа с персоналом. Система Кайдзен, командообразующие тренинги, иные действия дают ощутимый результат, учат сотрудников «поворачиваться лицом» к клиенту и широко улыбаться!

«Излучать» радушие должен и флот. В составе флота города – как новые, современные суда, так и «ветераны». Например, традиционный ленинградский речной трамвайчик, сегодня работающий под именем «Сенатор», в следующем году будет отмечать свое 60-летие, а красавцы-кабриолеты «Пальмиры» выходят в свою вторую навигацию. Каждое судно – со своим характером, аурой, настроением. И все вместе – одинаково безопасны, комфортны.

Сезон начался, клиенты потянулись к кассам и интернет-магазинам, в турфирмы в офисы судовладельцев за договорами. Впереди как минимум пять месяцев интенсивной работы. Как всегда, дорогу осилит идущий!

Андрей Кузнецов, генеральный директор Группы компаний «Астра Марин»

Анна Ярилова: «Ассортимент услуг расширяем постоянно»

«Несмотря на сложившуюся ситуацию, интерес как к зимним, так и к летним турам в Швейцарию сохраняется, – констатирует руководитель петербургского представительства компании AlpenGlueck Анна Ярилова. – И это не удивительно, ведь настолько большое количество самых разных вариантов отдыха по разной стоимости, но с неизменно высоким качеством вряд ли где бы то ни было еще можно найти».

Не согласится со специалистом, который уже много лет организует отдых в этой великолепной альпийской стране, невозможно. Однако можно попросить ее поделиться опытом...

– Сейчас на рынке туризма особенно важен профессионализм специалистов, которые отправляют людей за рубеж. Расскажите, пожалуйста, о своем опыте работы на рынке и, может быть, секретах ее успешности...

– Швейцария – моя любовь с первого взгляда! Впервые посетив эту сразу очаровавшую меня страну еще 13 лет назад, я поняла, что хочу стать специалистом именно по этому направлению. А далее был непростой профессиональный путь...

Первое время, осваивая направление, я работала менеджером в компании «Женева Тур», а затем, на протяжении целых семи лет, возглавляла петербургское представительство Oreп Ur. Надо сказать, что за это время оно добилось на своих главных направлениях, Швейцарии и Австрии, больших успехов.

За годы интенсивной работы у нас образовался дружный коллектив, появилось большое число партнеров среди агентств, завязались тесные деловые отношения со многими компаниями за рубежом. Поэтому, когда в конце 2013 г. учредители компании Oreп Ur решили закрыть свое представительство в Петербурге, долгих раздумий о том, что делать дальше, у нас не было: мы вместе решили создать новую компанию, которая занималась бы тем же, чем и раньше. Не могу сказать, что при закрытии представительства Oreп Ur абсолютно все прошло гладко, однако главная задача была реализована: все обязательства перед прежними клиентами в переходный период были своевременно выполнены.

Некоторое время после начала работы в новой компании, конечно, было непросто, но мы решили, что останавливаться в развитии и оглядываться назад нельзя. Напротив, надо все время двигаться вперед. Что успешно делаем до сих пор – и совершенно не жалею об этом!

Что касается нашей нынешней деятельности, то в компании AlpenGlueck собрались настоящие профессионалы своего дела. Люди с огромным опытом и знаниями, накопленными за многие годы работы с этой замечательной альпийской страной. А еще – искренне любящие свою работу и восхищающиеся Швейцарией.

Досконально зная направление, мы можем помочь клиенту с бронированием любых услуг в Швейцарии. К его услугам – лучшие отели в Альпах, на озерах и во всех городах страны. Апартаменты на любой вкус. Уникальные групповые экскурсионные туры, трансферы и любые индивидуальные экскурсии с лучшими гидами Швейцарии. Билеты Swiss Travel System. Детские языковые лагеря. Медицинские клиники. Программы MICE. И многое-многое другое.



– Одним из наиболее эффективных способов обучения агентов считаются семинары и ознакомительные поездки. Каково Ваше отношение к организации таких форм сотрудничества с партнерами?

– Считаю, что наиболее эффективным способом обучения и привлечения новых агентов, безусловно, являются рекламные туры. Как правильно говорится в этом случае – лучше один раз увидеть! Поэтому стараемся работать в этом направлении системно и организовывать подобные ознакомительные поездки два раза в год, показывая возможности отдыха как в зимней, так и в летней Швейцарии.

Как раз недавно, несмотря на кризисные времена, мы организовали тур по наиболее популярным горнолыжным курортам Швейцарии. В этой связи хочется, конечно же, поблагодарить всех тех, кто нам в этом помогал: Wallais Promotion, Switzerland Tourism, Swiss Travel System. А также непосредственно отели – Mont Cervin Palace (Цермат), Du Glacier (Саас-Фе), Eden Au Lac (Цюрих).

А в ближайших планах – проведение ежегодного семинара, на котором будут представлены наши новинки и актуальные

предложения по летнему отдыху в прекрасной Швейцарии.

– Есть ли у Вас какой-то особый способ работы в тех рыночных условиях, которые сейчас сложились?

– Какого-то особого секрета нет – надо соответствовать спросу, делать свой продукт и работу качественными по максимуму. Поэтому мы, к примеру, постоянно расширяем ассортимент предлагаемых нами услуг.

Учитывая ситуацию, в этом сезоне, например, сместили акцент с групповых туров на индивидуальный туризм. Для чего разработали особые пакетные предложения с включенными в их стоимость билетами на выставки или самые разные музыкальные события, происходящие в Швейцарии. Также достаточно много у нас и привлекательных для клиента предложений от самих отельеров. Например, они предлагают нашим туристам пять ночей размещения по цене четырех или бесплатный апгрейд номеров на более высокие категории. По мере возможности стараемся расширять ассортимент в соответствии со спросом и предлагать не только традиционные для этой страны виды отдыха, но и что-то новое. По-прежнему популярностью пользуются детский отдых, лечение в медицинских центрах страны, а также отдых на термальных курортах Швейцарии.

Вместе с тем, отличаясь понимая, что в ситуации, которая сложилась на рынке, очень трудно (а скорее – невозможно) оставаться профильным туроператором только по одному направлению, сейчас мы широко анонсируем нашу новинку. Какую?

Наша новинка – немецкая система бронирования. Суть ее работы очень проста: в ней собраны лучшие предложения немецких туроператоров практически по всем странам мира. В чем преимущество этой системы? Дело в том, что по ряду причин продукт получается очень конкурентоспособный. Во-первых, он обладает немецкой надежностью. Во-вторых – предполагает наличие специальных цен. А в-третьих – содержит пакетные предложения с уже включенными в стоимость авиаперелетами из Германии. В целом получается и надежно, и выгодно...

Абсолютно уверена в том, что эта новинка заинтересует наших партнеров, поскольку мы всегда предлагаем им только самое лучшее. И никогда не подводим...

Подготовил Владимир Сергачев

14–16 октября 2015
Санкт-Петербург
КВЦ «ЭКСПОФОРУМ»

Health & Medical tourism

Международная выставка продуктов и услуг в сфере медицинского и оздоровительного туризма

Разделы выставки:
«Оздоровительный туризм»
«Медицинский туризм»

Посетителям выставки:
недвижимость, рестораны, представительства туристических агентств и страховых компаний, представительства министерств и ведомств, ответственные за развитие туризма на Северо-Западе России, а также жители регионов, заинтересованные в развитии оздоровительного туризма и лечении в Германии, Франции, Италии.

Получите электронный билет: healthtourism-expo.ru

Организаторы:

В рамках:

+7 (812) 380 60 10 00
medtourism.ru

ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ ДОРОЖНИКОВ

**ТУРОПЕРАТОР
ALPENGLUECK**

+7 (812) 712 92 30
+7 (812) 702 65 50

www.alpenglueck.ru

ALPENGLUECK
— Swiss tour operator —

Круизы рассчитывают на свой кусок «пирога»

В связи с частичной переориентацией турпотока с внешнего на внутренний рынок, российское круизное направление (особенно речное) в сезоне 2015-го рассчитывает на рост объемов в пределах 20–30%. Однако лето как на реках, так и на море в силу ряда причин вряд ли будет совсем безоблачным.

По старым лекалам

Что касается статистики, то точной по речным круизам, к примеру, фактически нет — есть только экспертные оценки.

По экспертным данным, еще в 2010 г. в России за сезон речные круизные теплоходы перевезли около 400 тыс. туристов, из которых 70 тыс. были иностранцами. По сведениям московских властей, в 2014 г. только из столичных портов (а Москва была и остается основным генератором турпотока в сфере речных круизов) было отправлено 150 тыс. туристов.

Подтверждают общий объем перевозок в речном круизном бизнесе и сведения отдельных компаний. Например, по данным **коммерческого директора ООО «ВодоходЪ» Андрея Смолина**, в течение 2013 г. компанией было обслужено 542,1 тыс. туристов, из которых 131,2 тыс. на круизном флоте и 410,9 тыс. — на внутригородском и скоростном. «Пассажиропоток в 2014 г. из-за маловодья сохранился на уровне около 500 тыс. человек совместно на круизном, внутригородском и скоростном флотах», — констатирует он.

С учетом того что за прошедшие с 2010-го четыре сезона ситуация в стране не сильно изменилась (были как спады, так и возвращение объемов), цифру в 400 тыс. круизных пассажиров можно с некоторой степенью условности считать базовой. И, соответственно, если рост в 2015 г. и будет, то речные круизы в стране смогут прибавить до 100 тыс. клиентов.

А вот их структура существенно изменится вряд ли, поскольку уже на протяжении нескольких последних лет расклад остается примерно одинаковым. Как правило, ежегодно около 40% туристов отправляются в круизы по Волге, до 25% — в речные путешествия выходного дня, примерно 15% — в поездки по маршруту Москва — Петербург (или в обратную сторону), а остальные составляют разные по длительности и содержанию региональные туры. Конечно, с учетом экономической ситуации в России возможно смещение спроса в сторону бюджетных (в частности, более коротких) туров, однако маловероятно, что такой сдвиг будет массовым: скорее всего, он составит несколько процентов.

Мало изменятся и флот: как и пару лет назад, всего на ходу в стране около 120 речных теплоходов, задействованных в выполнении тех или иных круизов. Новых практически нет, старые время от времени реновируют, однако в целом уровень обслуживания и комфорта на российских речных круизных лайнерах остается прежним.

Не есть бы на мель...

Что ждет сегмент речных круизов в сезоне 2015-го? Эксперты уверены: на волне роста внутреннего туризма свой кусок «пирога» могут получить и операторы, специализирующиеся на организации речных круизов.

По оценке **генерального директора компании «Инфлот» Александра Сахарова**, высказанной им на одной из недавних профильных конференций, «увеличение турпотока в сфере речных круизов в 2015 г. составит до 20–25%». «Генерировать его будут «новые» туристы — бывшие «европейцы», переключившиеся на российские маршруты, — считает эксперт. — В основном это люди, по разным причинам вынужденные искать варианты отдыха внутри России». При этом Александр Сахаров подчеркивает, что для отрасли такая тенденция — отличный шанс привлечь к ней внимание принципиально нового сегмента клиентов. «Учитывая, что возвратность в круизном отдыхе достигает 90%, если нам удастся оправдать доверие новых или давно не бывавших в круизах клиентов, мы получим значительный прирост клиентской базы на перспективу», — полагает он.

Еще один тренд сезона — максимально большой выбор теплоходов для внутреннего клиента: теперь в его распоряжении не только лайнеры экономкласса, но и теплоходы класса люкс, ранее работавшие только с иностранными туристами. «До этого сезона такие суда были доступны лишь для туристов других стран по договорам с зарубежными организациями, — констатирует **Светлана Гончарова, заместитель генерального директора компании «Мостурфлот»**. — Причем теперь подобные лайнеры готовы при-

нимать россиянина весь период навигации». Первый круиз на теплоходе «Княжна Виктория» между Москвой и Петербургом стартовал уже 1 мая. Двухместное размещение, разнообразные развлечения, большой выбор сервисных услуг (включая даже бесплатный Wi-Fi), как на теплоходе «Александр Грин», — все это становится нормой. При этом как этот эксперт, так и другие подчеркивают: несмотря на финансовые проблемы ряда клиентов, спрос на теплоходы, на которых удобства имеются по минимуму, сокращается. К хорошему, как известно, быстро привыкают...

Что касается цены вопроса, то представители речного круизного бизнеса не скрывают — спрос все же смещается в сторону экономии. «Наиболее востребованы программы в нижнем ценовом сегменте, в основном — короткие трехдневные круизы», — отмечает Александр Сахаров. По экспертным данным, в сезоне 2015-го сутки пребывания в речном круизе в России, в зависимости от программы и уровня лайнера, будут обходиться в сумму от 3,5 до 7 тыс. руб. Самое главное — операторы постарались сделать все от них зависящее для того, чтобы сдержать рост цен: по оценке компании «ВодоходЪ», речные круизы, по сравнению с уровнем прошлого года, в 2015-м выросли в цене только на 10–12%. И, соответственно, даже с учетом общей стоимости туров, они остаются конкурентоспособными с турами за рубеж (в наиболее бюджетные страны).

И еще: специалисты опасаются, что, как и в прошлом сезоне, часть круизов по рекам России может не состояться из-за низкого уровня воды. Ведь в этом году весна наступила гораздо раньше обычного и во многих регионах снег растаял еще в начале марта... «Ситуация, которую мы наблюдаем второй год подряд, лишь усугубила последствия проблем, которые не решались в течение целого ряда лет, — считает Светлана Гончарова. — Вместе с тем судноходные компании с помощью разных мер стараются предпринять шаги, которые позволяют решить задачи сезона и выполнить все запланированные круизы».

По оценкам разных экспертов, сделать это будет возможно, например, путем замены имеющих большую осадку четырехпалубных теплоходов трехпалубными. В крайнем случае, речь может заходить об укорачивании круизных программ или, как вариант, использовании двух теплоходов: пассажиры могут объехать проблемный маловодный участок на автобусах, а затем снова загрузиться на аналогичный лайнер. Однако, поскольку получение долгосрочных прогнозов по наполняемости системы рек тоже весьма проблематично, пока даже эксперты не могут с уверенностью сказать, как станет развиваться ситуация этим летом.

Вместе с тем **генеральный директор петербургского круизного центра «Латти» Елена Бондаренко** уверенно называет низкий уровень воды и связанную с этим проблему преодоления Гордечских шлюзов одним из главных «тормозов» нынешнего сезона. «Это означает, что суда не смогут переходить из бассейна Верхней Волги в бассейн Нижней, и, соответственно, возникает проблема с реализацией целого ряда круизных программ, — говорит она. — Кроме того, появление на рынке внутренних круизов большого числа судов, которые раньше обслуживали интуристов, ведет не только к росту комфорта туристов, но и к увеличению конкуренции за них, и, вероятно, к падению маржинальности бизнеса». Что касается оценок перспектив сезона, то Елена Бондаренко считает, что объем продаж речных круизов по России в связи с ростом внутреннего туризма увеличится в сезоне примерно на 10%, при том что сами туры подорожали на уровень инфляции. А еще она констатирует: береговая инфраструктура речных круизов по-прежнему далека от совершенства и характеризуется явно устаревшей причальной и сервисной базой, в то время как ставки за обслуживание судов постоянно растут.

Круизы по морю: из своих портов

«Состояние рынка морских круизов обусловлено, прежде всего, нишевойностью этого туристического продукта, — считает **специалист по маркетингу компании INFLOT Cruise & Ferry Алексей Ефимов**. — Испытав в конце 2014-го — начале 2015-го спад наряду со

всеми, круизный рынок достаточно быстро восстановился за счет перераспределения спроса постоянных клиентов между ценовыми сегментами (что возможно даже в пределах ценового диапазона предложений одного круизного отправления) и продолжения экстенсивного роста числа приверженцев этого вида отдыха».

Согласен с коллегой и **Михаил Фельдман, руководитель департамента круизов компании PAC GROUP**. «На фоне всеобщего падения спроса круизный рынок оказался наиболее устойчивым — динамика продаж этого продукта осталась стабильной, а в зимние месяцы наблюдалось даже опережение спроса по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, — отмечает он. — Глубина бронирования в круизном сегменте составляет порядка полугодия: клиенты предпочитают заранее забронировать нужный тип кают на выбранном круизе. В зависимости от экономической ситуации, конечно, могут быть колебания, но они незначительны, а на продажи влияет и наличие специальных акций и предложений, которые мы получаем от нашего партнера — MSC Cruises».

По оценке Алексея Ефимова, в январе — марте 2015 г. преобладали нехарактерные для круизного сегмента бронирования глубиной всего в 1–1,5 месяца. Однако начало апреля ознаменовалось оживлением спроса на осенние и даже новогодние круизы, потенциал направления сохраняется и в среднесрочной перспективе. «Туристы более внимательно относятся к расходам на отдых, но происходит это не за счет маршрутов и продолжительности круиза, а за счет меньшей требовательности к размещению и использованию специальных предложений, — отмечает Алексей Ефимов. — Скорее, это соответствует модели поведения европейского потребителя. А вот поведение почитателей круизов класса люкс не изменилось».

Если говорить о маршрутных предпочтениях, то, по его мнению, все более популярным становится Юго-Восточная Азия, растет интерес и к безвизовым круизам. Вместе с тем круглый год популярно Средиземноморье, летом особое предпочтение клиенты отдают норвежским фьордам, а спрос на отправления из Петербурга остается стабильным. Осенью, по оценке Алексея Ефимова, топ-направлением продаж обещает стать регион Персидского залива с посещением ОАЭ и Омана. «Несмотря на то что предпочтения туристов меняются довольно медленно, все более заметно снижение интереса к круизам с отправлением из Северной Америки, в то время как спрос на безвизовые отправления по Карибам и Южной Америке растет», — констатирует он.

По его оценке, рейтинг наиболее популярных круизных направлений в городе на Неве выглядит так: 1. Норвежские фьорды и Балтика из Петербурга; 2. Классическое Западное Средиземноморье; 3. Юго-Восточная Азия; 4. Круизы из Дубая; 5. Вокруг Европы; 6. Канары.

Вместе с тем главной «фишкой» сезона 2015-го в России станет начало регулярной программы круизов из Сочи: в июле этот порт впервые примет круизный лайнер компании MSC Cruises.

Предыстория события такова: еще накануне всех кризисных событий, в сентябре 2014 г., в рамках XIII Международного экономического форума в Сочи был подписан договор о развитии международных круизных перевозок на Черном море между ОАО «Сочинский морской торговый порт» и компанией PAC GROUP, являющейся генеральным представителем MSC Cruises в России и странах СНГ. Отказываться от планов стороны не намерены. Во всяком случае, генеральный директор PAC GROUP Илья Иткин уже не раз подтверждал, что решение выполнять круиз из Сочи основано на заранее просчитанной экономике и поэтому отказ от проекта означает потерю предполагаемой выгоды и солидных перспектив.

Что предлагает PAC GROUP россиянам? Серия круизов из Сочи будет осуществляться на лайнере MSC Opera, который к тому времени пройдет масштабную реновацию в рамках программы «Ренессанс»: он сможет принять 2,5 тыс. пассажиров, а из новинки на нем появятся водный парк для детей, детские клубы и увлекательный развлекательный комплекс. Желающим предложат двухнедельный тур по пяти морям Средиземноморского бассейна (Черному, Мраморному, Эгейскому, Ионическому и Адриатическому) со стартом в Сочи и посещением Бари, Венеции и Афин, островов Санторини, Миконос и Кефалония, а также Стамбула, Дубровника и Констанцы. При этом питание на лайнере будет осуществляться по системе all inclusive, а дети до 18 лет, как и на всех маршрутах MSC, отправятся в путешествие бесплатно. «Самое главное для нас — оправдаться ожиданиям по новой программе: круизы с выходом из порта Сочи показывают очень хорошую динамику продаж», — констатирует Михаил Фельдман, руководи-

тель департамента круизов PAC GROUP.

Что касается Петербурга, который уже давно принимает и отправляет круизных туристов, то в навигацию 2015-го в Северную столицу будет осуществлен 461 судозаход круизных лайнеров (включая заходы паромов компании St. Peter Line). Официально навигация стартует 2 мая с визита теплохода Costa Pasifica, а завершится заходом судна Marco Polo в конце октября (при этом паромы работают круглогодично).

Большую часть лайнеров (включая и самые крупные) снова примет «Морской Фасад». Согласно утвержденному расписанию, в этом году он примет 232 судна, на борту которых Петербург посетят более 490 тыс. круизных пассажиров. При этом, как сообщали представители порта, сразу 14 судов самых разных компаний (AIDA, Princess, Costa, MSC, Viking и др.) совершат заходы в город на Неве впервые: среди них будут и такие гиганты, как Britannia и Regal Princess (длина 330 м) или Celebrity Silhouette (315 м). Как и следовало ожидать, наиболее «плотными» с точки зрения судозаходов месяцами будут «белоночные» июнь и июль (97 и 96 судозаходов соответственно), а вместе с похолоданием количество морских визитеров резко сократится: уже в октябре их прибавит всего 22.

На старте сезона не обошлось и без скандала. Руководитель фирмы «Интермарин» Игорь Глухов написал в адрес заместителя министра транспорта России Виктора Олерского жалобу на действия администрации Большого порта Санкт-Петербург: по его мнению, портовые власти намеренно не включают в расписание навигации те суда, агентом по которым выступает «Интермарин». По его оценке, если решение так и не будет найдено, город на Неве не смогут посетить, по крайней мере, 3 лайнера с общей численностью пассажиров около 1,2 тыс.

Есть у питерских круизеров и другие проблемы: практически все основные причалы, принимающие пассажирские суда, находятся на Васильевском острове, транспортная доступность которого оставляет желать лучшего. И в этом сезоне, увы, она не улучшится, поскольку магистраль, способная «разгрузить» Васильевский остров, появится только в 2016-м. Поэтому уже сейчас представители круизных операторов города на Неве ожидают трудностей, связанных с вывозом и возвращением большого числа круизных туристов на суда: случаи, когда, простояв в «пробках», туристы не попадали на запланированные экскурсии и возвращались на суда, уже были. А еще Петербург остается одним из самых дорогих в обслуживании портов Балтики. «У нас порт такой дорогой, что даже при желании посетить наш замечательный город часть организаторов маршрутов серьезно задумывается, стоит ли это делать», — констатирует, к примеру, президент корпорации РМІ Евгений Финкельштейн.

Каких-либо принципиальных изменений в круизных программах со стартом из Петербурга в сезоне 2015-го не ожидается. Однако единственный в России паромный оператор St. Peter Line все же намерен предложить туристам новую услугу — путешествие к фьордам Норвегии. 🚢

Владимир Сергачев



Latti
КРУИЗНЫЙ ЦЕНТР
Санкт-Петербург,
Загородный пр., 24

+7 (812) 315-97-46
+7 (812) 315-06-87

Речные круизы:
**ВАЛААМ, КИЖИ,
СОЛОВКИ,
ВОЛГА**

✓ Выбор, консультации

www.latti.ru

Александр Пахомов: «Чем больше будет на рынке Сочи туристических игроков – тем для нас лучше»

«В отличие от предыдущих, в нынешнем туристическом сезоне Сочи готов предложить гостям полностью сформированный турпродукт мирового уровня, – уверен мэр Сочи Александр Пахомов. – Поэтому город и рассчитывает на привлечение туристов, которые раньше ездили отдыхать только на зарубежные курорты».



– Работали ли раньше на нашем рынке крупные туроператоры? Да, конечно. Однако они не формировали полноценный турпродукт, ограничиваясь реализацией отдельных услуг. И это для внутреннего туризма всегда было большой проблемой, – констатирует Александр Пахомов. – Однако в связи со значительным изменением ситуации на выездном рынке к нам пришли, по крайней мере, два оператора с большим опытом реализации туров на международном рынке – и они сразу же решили действовать примерно так, как это происходит на зарубежных курортах. То есть формировать конечный турпродукт, который, с учетом нынешних возможностей Сочи, оказался весьма востребован.

Однако, по словам мэра Сочи, это не означает, что туристический рынок города закрыт для других (в том числе и не таких крупных) операторов: они тоже могут формировать свой продукт и взаимовыгодно его реализовывать.

– Не скрою: приход в Сочи крупных игроков туристического рынка – для нас большая победа, – продолжает он. – Хотя бы потому, что наш город фактически единственный в России, в котором есть «пакетное» курортное предложение. Но мы по-прежнему открыты для сотрудничества и с более мелкими, в том числе региональными операторами: если они сумеют предложить рынку «товар» необходимого сегодня качества и в количестве, которое будет востребовано, – мы только «за». Если такой оператор способен формировать свой качественный турпродукт – отлично! Если нет – может реализовывать чужой...

При этом Александр Пахомов убежден, что и такие давно и успешно работающие на рынке Сочи известные операторы, как «Алеан», «Дельфин» или «Мультитур», вполне «впишутся» в изменившиеся реалии.

– «Алеану» я особенно признателен за прошлый летний сезон, когда, во многом благодаря его усилиям, а также административному ресурсу, все же удалось загрузить наши резко увеличившиеся

гостиничные мощности, – говорит мэр Сочи. – Однако создавать какие-то привилегии той или другой компании мы не будем. Напротив, нас радует, что в Сочи между операторами развернулась конкурентная борьба за местный турпродукт: это означает возможное снижение его стоимости и, соответственно, еще больший интерес к курорту со стороны потенциальных гостей. При этом я не стесняюсь лично ездить по разным регионам, участвовать во встречах с турбизнесом и обсуждать с его представителями все интересующие их вопросы. И чем больше будет на рынке Сочи туристических игроков – тем для нас лучше.

По словам Александра Пахомова, курорт, ставший по-настоящему круглогодичным, теперь интересует не только россиян. Но и туристов из Ирана и Китая, которые уже этим летом станут его всегда гостями. Причем речь идет о крупных объемах: китайцев, к примеру, как выяснилось в ходе переговоров с туристическими властями страны, Поднебесная готова «поставить» в Сочи до 2 млн...

– Сейчас интерес к курорту очень велик: по большому счету, лето и даже начало осени у нас уже «проданы», – отмечает он. – Происходит это потому, что появилась не только отличная гостиничная инфраструктура, но и огромное количество интересных событий. С полной уверенностью заявляю: сейчас Сочи готов принять любого, даже самого требовательного туриста, обеспечить ему и комфортное проживание, и интересную программу пре-

бывания. Такой опыт, полученный в том числе при проведении Олимпиады и гонок «Формулы-1», у нас есть.

Есть ли проблемы? Александр Пахомов уверенно отвечает: «Есть». Но они, скорее, касаются развития курорта.

– Когда у нас появилось 150 км хороших горнолыжных трасс и десятки современных подъемников, которые вполне удовлетворяют туристов, раньше катавшихся только в Альпах, казалось, что все замечательно, – говорит он. – Теперь так уже не кажется – надо расширяться: для того чтобы на пике спроса не было очередей за ски-пассом и на подъемник, а сам ски-пасс стал единым для всех зон катания. Задачи поставлены, инвесторы готовы работать – за два года проблемы решим.

Есть и другие. Например, сейчас «Ласточки» переходят на коммерческие «рейсы» – они должны себя окупать. «Если турист хочет ехать с комфортом и быстро – он должен быть готов платить больше, – считает мэр Сочи. – И эти расходы, скорее всего, тоже могут быть включены в его турпакет».

«Туризм – отрасль, в которой все должно планироваться заранее, – полагает Александр Пахомов. – А поскольку туризм – стержень экономики города, мы только приветствуем появление на нашем рынке операторов, способных во многом определять наполнение бюджета Сочи и перспективы его дальнейшего развития как курорта».

Беседавал Владимир Сергачев

Сочи и Петербург – за единый турпродукт

В Северной столице состоялась презентация Сочи, на которой мэр города Александр Пахомов рассказал о преимуществах курорта и перспективах летнего сезона.



«Если в 2014 г. мы смогли на достойном уровне принять 3,8 млн туристов, то в этом есть все основания увеличить этот показатель на миллион человек, – заявил Александр Пахомов. – За первые 3 месяца 2015-го только на горнолыжных базах, в санаториях и отелях Красной Поляны отдохнуло около 800 тыс. человек – теперь Сочи стал полноценным круглогодичным курортом и вполне может рассчитывать на значительное увеличение турпотока».

Сегодня курорт готов одновременно принять до 120 тыс. человек, а у туристов есть выбор между размещением с минимальными удобствами в частном секторе (от 300 руб. в сутки) и проживанием в отелях уровня 5*, обеспечивающих максимальный комфорт.

Еще большую привлекательность курорту может придать появление маршрутов через несколько городов России. В частности, мэр Сочи уверен, что единый маршрут, включающий посещение Петербурга наряду с отдыхом в Сочи, мог бы быть высоко востребован. «Давайте вместе сформируем единый турпродукт: убежден, что у нас получится и он будет востребован на 100%», – считает Александр Пахомов.

Со своей стороны глава Комитета по развитию туризма Инна Шальто уверена, что такой тур будет пользоваться спросом, так как «Петербург и Сочи – это два самых ярких и востребованных туристических продукта в России».

Golden Line всегда к вашим услугам

Совсем недавно на легендарных Золотых Песках состоялось открытие фешенебельного апарт-отеля Golden Line.



Что бы ни было путеводной нитью вашей поездки – семейный отдых, романтическое путешествие или уединение от каждодневной суеты, новый 4-звездочный апарт-отель Golden Line, расположенный на черноморском побережье Болгарии, всегда к вашим услугам. Особенности мягкого климата курорта Золотые Пески и возможность сервиса «всё включено» станут для вас основными критериями выбора отеля Golden Line в качестве конечной точки вашего путешествия.

Отель состоит из трех корпусов и располагает более чем 250 номерами, от студий до трехспальных апартаментов. Каждый номер оснащен всем необходимым: ванной комнатой с туалетно-косметическими принадлежностями, мини-кухней с плитой, холодильником, набором посуды и обеденной зоной, большим LCD-телевизором со спутниковыми каналами, системой кондиционирования и бесплатным Wi-Fi.

Панорамные окна в номерах дают возможность созерцать восхитительные виды курорта Золотые Пески и Черного моря. Плетеная мебель на балконах подарит возможность принимать пищу, наслаждаясь свежим воздухом, любоваться рассветами и закатами.

Вас гостеприимно встретят: рестораны с широким ассортиментом меню и дегустационный винный зал, бассейны, наполненные минеральной водой, и спортивный зал. Высококвалифицированные SPA-специалисты позаботятся о вашем теле, наполнив его блаженной негой.

Для маленьких гостей отеля предусмотрен высококлассный сервис – детский бассейн, игровая комната, а в вечернее время можно доверить своего ребенка заботливой няне.

Безграничные воды Черного моря буквально в ста метрах от отеля и европейский уровень обслуживания довершат картину комфорта. А внутренний паркинг и круглосуточная охрана лишат последней возможности о чем-либо беспокоиться.

Отель Golden Line – венец вашей коллекции воспоминаний! Golden Line рекомендует бронировать пляжный отдых в эксклюзивном апарт-отеле у туроператора «АВРОРА-БГ» (телефон: +7 (812) 600-7575, www.avrorabg.ru).

Кипрская премьера «Матрёшки-Тур»

Слово «Матрёшка» произошло от имени Матрёна, а новый туроператор под названием «Матрёшка-Тур» – от известного в Северной столице турагентства «Арланда-Тур». Эту тайну раскрыла 28 апреля в ресторане «Летучий Голландец» Елена Барафанова, генеральный директор новичка питерского рынка.

Премьерная презентация, организованная совместно с Кипрской организацией по туризму, была посвящена летней программе туроператора на остров Афродиты. Как отметила руководитель отдела бронирования компании Елена Московкина, в активе «Матрёшки» – пакетные туры на Кипр на основе регулярных рейсов «Аэрофлота» из Петербурга в Ларнаку, туры, базирующиеся на рейсах со стыковками в Москве, Минске, Киеве и Хельсинки, а также комбинированные туры: Прага (3 дня) + отдых на Кипре (7 дней), Израиль + Кипр. Основной партнер туроператора на Кипре – принимающая компания Attica Holidays с лучшим сервисом и эксклюзивными предложениями.

Кипрские курорты ждут российских туристов – заверили собравшихся высокие гости презентации: генеральный консул Республики Кипр в Петербурге Димитрис Димитриу, директор офиса по туризму региона Айна-Нана – Протарас Лакис Аврамидес, менеджер по развитию компании Attica Holidays Мариос Иоаннидес, маркетинг-менеджер КОТ Мария Михайлова. По словам г-жи Михайловой, в 2014 г. Кипр принял 636 тыс. туристов из России (на 4,6% больше, чем в 2013-м), в том числе 146 тыс. туристов из Петербурга. В этом году кипрский туризм ожидает спада российского турпотока на 15%, но в нынешних условиях это нельзя считать потерей.

Как отметила заместитель генерального директора компании Наталья Борюлько, в ассортименте «Матрёшки» представлен не только Кипр, но и такие направления, как Греция, Болгария, Черногория, Израиль, Мальта, Чехия, Венгрия, Россия, страны СНГ. Своим партнерам туроператор готов предоставить индивидуальные условия работы (повышенную комиссию, рассрочку платежа и т. д.), а с 1 июня и агентам, и туристам – круглосуточную поддержку.

Екатерина Губанова

«Поезд памяти»

10–16 мая по инициативе Комитета по образованию Петербурга, Законодательного собрания города, Дворца учащейся молодежи, РСТ и туроператора «Петротур» прошла военно-патриотическая акция «Поезд Памяти: Санкт-Петербург – Волгоград – Санкт-Петербург» в честь 70-летия Победы в Великой Отечественной войне.

Пассажиры поезда – а это 30 ветеранов войны, 180 подростков и их сопровождающих, а также представители Законодательного собрания города и различных общественных организаций – совершили прогулку по улицам города-героя Волгограда, посетили историко-мемориальный комплекс «Героям Сталинградской битвы на Мамаевом кургане» и возложили цветы к монументу «Родина-мать зовёт», посетили музей-панораму «Сталинградская битва», а также солдатское кладбище на хуторе Россоски.

Главная задача, которую ставят перед собой организаторы акции, – сохранение историче-



ской памяти, патриотическое воспитание молодежи, изучение истории и культуры родной страны.

По инф. СЗРО РСТ

CITY TOUR CANAL CRUISE

6 часов в катере

ПОПОН НЕР ОФ

ПОДРОБНЕЕ О ПРОЕКТЕ: WWW.CANAL-CRUISE.RU

БИЛЕТЫ ON-LINE
на эту и другие экскурсии
www.BoatTrip.ru

Главное – не результат, а удовольствие

Победителем петербургского этапа турнира по боулингу, организованного авиакомпанией «Турецкие авиалинии» среди агентов, стала команда Continent Express, набравшая в общем зачете 646 очков. В тройке лучших команды Virtrans (639 очков) и «Питертур» (614).



Боулинг-турнир авиакомпании «Турецкие авиалинии» уже имеет свою историю. Началось все в 2012-м с идеи сплочения деловых партнеров: организаторы фирменного турнира авиакомпании по боулингу не без оснований решили, что познакомиться друг с другом ближе партнеры могут и в рамках спортивного соревнования.

Три года назад в первом боулинг-турнире от «Турецких авиалиний» приняли участие 205 агентов из 17 областей Турции, а затем он стал быстро расширяться как в количественном, так и в географическом отношении. В 2013 г. число участников увеличилось до 329, а в 2014-м турнир вышел на международный уровень и охватил 428 агентов авиакомпании в 12 странах (включая Турцию). С учетом важности этого интересного начинания в нынешнем году соревнования по боулингу были проведены уже в 64 городах 30 стран.

В 2015 г. сезон боулинг-турниров, организованный авиакомпанией «Турецкие авиалинии», стартовал в Бремене 23 марта и длился до 1 мая. На заключительном этапе из всех участвующих

в соревновании стран будут выбраны самые лучшие игроки, которые и войдут в единую команду из 30 финалистов. Завершится турнир 23 мая в Стамбуле: там состоится финал и церемония награждения, в которых примут участие представители различных стран.

Как отмечают в а/к «Турецкие авиалинии», «для нашей компании очень важен каждый клиент, а поскольку значительная часть каналов сбыта работает с ними напрямую, мы понимаем, насколько важно проводить такие мероприятия для обеспечения наиболее продуктивной работы». И подчеркивают: «Турецкие авиалинии» являются единственной авиакомпанией, организующей мероприятия такого масштаба для международных агентств.

Что касается петербургского этапа турнира, то он состоялся 23 апреля в боулинг-клубе ТРК «Варшавский экспресс»: в нем приняли участие 15 команд. Участники турнира для начала хорошо подкрепились, а затем в течение получаса разминались, входя в ритм увлекательного соревнования. И только затем была проведена зачетная игра, которая

как раз и позволила выявить наиболее удачливых спортсменов.

Стоит признать, что петербуржцам для того, чтобы соревноваться на равных и побеждать, надо еще тренироваться и тренироваться. Если из питерских команд, участвовавших в боулинг-турнире «Турецких авиалиний», уровень общекомандного зачета в 600 очков преодолели всего 4 коллектива, то в Москве таковых оказалось 8. Причем порог в 700 очков на берегах Невы так



Владимир Яковлев

и не был преодолен, а в столице его превазили сразу 3 команды (одна из них набрала 795 очков). Да и в личном зачете москвичи оказались сильнее: порог в 200 очков там преодолели 20 игроков, тогда как в Питере таковых оказалось всего 9. В Петербурге самыми удачливыми игроками боулинг-турнира «Турецких авиалиний» стали Максим Абдуразаков (Virtrans, 289 очков), Владимир Лопатский («Питертур», 251) и Олеся Такиди (007Service, 246 очков).

Данные ресурса, на котором как раз и можно следить за ходом соревнования в мировом масшта-

бе, только подтверждают, что и в личном, и в командном зачете россиянам есть на кого равняться (www.turkishairlinesbowling.com). Так, в общекомандном зачете турнира «Турецких авиалиний» три лидера (две команды из Турции и одна из Финляндии) преодолели планку в 900 очков, а в личном больше 300 набрали 77 человек, из которых один умудрился выбить 417 очков. На этом фоне даже москвичи выглядят довольно бледно: лучшая из российских команд занимает 46-е место. Впрочем, если учесть, что всего в турнире 2015-го участвуют более 700 команд, а три последних места занимают коллективы из Лондона, не сумевшие набрать даже 300 очков, все российские команды, участвовавшие в турнире «Турецких авиалиний», можно отнести к крепким середнячкам.

И хотя в Стамбуле «нашим» мало что светит, питерский этап турнира получился на славу. Ведь главное в нем не результат, а участие. Ради удовольствия...



10 брендов от TBS Group

Около 150 агентств Петербурга собрались 2 апреля в ТРК «Варшавский экспресс», чтобы поприветствовать нового игрока на питерской «турарене» и принять участие в первом боулинг-турнире, организованном группой компаний TBS среди своих настоящих и будущих партнеров.

Небольшой ликбез предшествовал игре – и это было понятно – TBS, уникальный холдинг, занимающий лидирующие позиции на российском туристическом рынке, намерен и впредь расширяться, а значит, основательно подойти к вопросу сотрудничества с питерским турбизнесом.

В группу компаний TBS входят 10 уже достаточно известных брендов:

- Крупнейший Центр бронирования туров, главная цель которого предоставить агентствам максимально высокую комиссию от ведущих туроператоров без обязательств – входной платы, ежемесячных платежей, планов продаж, смены вы-



ски и оформления офисов. При этом оформляется единый договор, заявки всех операторов заносятся в один личный кабинет и все оплаты проходят через одного контрагента.

- Динамично развивающиеся сети туристических агентств:

«TBS», «1001 Тур», «Мастер отдыха» и «Путешествие.ру», предлагающие в непростое для бизнеса время самые выгодные условия сотрудничества как для начинающих партнеров, так и для компаний с многолетним опытом продаж.

- Система поиска и бронирования туров ruSPO.ru – первая бесплатная и на 100% точная поисковая система для туристов и агентов.
- Электронный каталог отелей, основанный на отзывах и фотографиях туристов, – HotelOut. Он насчитывает в своей базе информацию о 20 тыс. отелей из 25 тыс. присутствующих в продаже на

российском рынке.

- Turizm.ru – один из первых в России туристических интернет-порталов (1998 г.) Сегодня это популярнейший информационный портал с ежедневной посещаемостью более 150 тыс. человек.

И, наконец, относительно новые проекты TBS: информационно-развлекательный журнал «Турция» и транспортная компания TBS-Taxi (50 первоклассных машин).

Представители TBS Group обещают в дальнейшем сделать боулинг-турнир ежегодным. С азартом надо не только заниматься любимым делом, но и отдыхать от него!

Ирина Смирнова



О партнерстве

Дорогие коллеги!

TJM|G|S – организация по развитию туризма при правительстве Саксонии – осуществляет поддержку российских турагентов по самым различным вопросам, связанным с организацией группового и индивидуального туризма в Саксонии.

TJM|G|S предлагает различные виды услуг: бронирование мест в отелях, формирование программ, проведение экскурсий, услуги гидов, организацию трансферов, аренду транспорта, приобретение билетов в театры и концертные залы, содействие в лечении на саксонских курортах, разнообразные VIP-услуги и многое другое, связанное с туристической деятельностью.

Особое внимание TJM|G|S уделяет программам обучения в Германии, а также турам, разработанным специально для студентов. В предлагаемые программы можно вносить изменения согласно вашим пожеланиям.

TJM|G|S – организация по развитию туризма при правительстве Саксонии

Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH

Bautzner Str. 45 – 47, 01099 Dresden

www.go2saxony.ru

www.germania-saxonia.ru

www.sachsen-tourismus.de

E-mail: go2saxony@sachsen-tour.de

Тел.: +49 151 436 54491

«Саксония. Академия-онлайн»

www.saxony-learning.ru

Организация по развитию туризма при правительстве Саксонии Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH/TJM|G|S представляет проект «Саксония. Академия-онлайн»!

Это ваш шанс стать сертифицированным агентом по Саксонии и получить статус прямого представителя TJM|G|S в России!

ШЕСТЬ ГЛАВНЫХ ПРИЗОВ – ШЕСТЬ ПОЕЗДОК В САКСОНИЮ!

Желаем успеха!

go2saxony@sachsen-tour.de



Берлин. Университет им. Гумбольдта, главный вход

УЧЕБА В ГЕРМАНИИ

Поступить в немецкий вуз намного проще, чем кажется на первый взгляд. Для этого надо знать немецкий язык на базовом уровне, правильно подготовить документы и быть готовым учиться в необычной среде, к которой, впрочем, быстро привыкаешь.

ВОСЕМЬ ПРИЧИН, ЧТОБЫ ПОЕХАТЬ УЧИТЬСЯ В ГЕРМАНИЮ

1. Отсутствие вступительных экзаменов
2. Бесплатное обучение
3. Возможность получения материальной поддержки от немецкого государства
4. Выпускники немецких вузов получают признанные дипломы общемирового уровня и занимают ведущие должности по всему миру
5. Высокое качество и широкий выбор образовательных программ
6. Возможность официально подрабатывать 120 полных дней в году с получением зарплаты в евро
7. Четко налаженная система стажировок и трудоустройства студентов и выпускников
8. Удобное расположение университетов. Студентам предоставляются прекрасные возможности для других занятий в свободное от учебы время

КАК ПОСТУПИТЬ В НЕМЕЦКИЙ УНИВЕРСИТЕТ?

А) Необходимые документы

1. Копия аттестата с заверенным переводом о получении среднего образования в школе
2. Академическая справка об обучении в российском вузе (минимум 1 год) с заверенным переводом
3. Документ о владении немецким языком. Необходимо пройти интенсивный курс обучения в Гёте-Институте до уровня B1. В последующем предстоит обучение на подготовительном языковом курсе Studienkolleg по выбранной специальности в немецком вузе.
4. Заполненный бланк заявления с просьбой о зачислении в учебное заведение Саксонии.

Б) Отправляем документы почтой

Все документы высылаются заказным письмом в компанию УНИ-АССИСТ, адрес – на сайте www.uni-assist.de.

ВЫСШАЯ ШКОЛА ЦИТТАУ/ГЁРЛИЦ

Высшая школа Циттау/Гёрлиц была открыта в 1992 г. как Университет технологии, экономики и социальной политики.

Сегодня Высшая школа состоит из шести факультетов:

- электротехники и информатики;
- управления и культурологии;
- машиностроения;
- математики и естественных наук;
- общественных наук;
- экономики и техники.

Методика обучения в университете восходит своими корнями к 500-летней традиции гуманитарно-философского образования. Здесь работают 130 профессоров и более 100 научных сотрудников. Высшая школа имеет партнерские отношения со 115 университетами в 38 странах мира, в том числе в Польше, Чехии, Великобритании, России. Благодаря этому студенты получают возможность прохождения обучения в иностранном вузе на английском языке в течение одного

“Assist” расшифровывается как Application Services for International Students. Организация создана для упрощения процесса обработки документов будущих студентов.

Подробная информация:

www.daad.ru
www.hochschulkompass.de
www.studienkollegs.de
www.uni-assist.de
 Консультации на русском языке:
go2saxony@gmail.com

Go2saxony.com – прямой представитель в России правительства Саксонии по молодежному туризму

семестра. В настоящее время здесь обучается около 3800 студентов, в том числе около 500 иностранцев из 32 стран.

Для иностранных студентов создана специальная группа, которая помогает на протяжении всей учебы. Есть также подготовительные курсы немецкого языка в городе Циттау, которые готовят будущих студентов к поступлению.

Подробная информация:

<http://www.hsztg.de>



Высшая школа Циттау/Гёрлиц



Лейпцигский университет

ДРЕЗДЕНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Дрезденский технический университет – один из 11 университетов международного уровня в Германии. Он основан в 1828 г. и относится к старейшим техническим вузам страны. Университет располагает самой сильной экспериментальной базой и занимает лидирующее положение по проводимым исследованиям. Примерно 36 500 студентов проходят учебу и практику в стенах университета, из них около 200 – из России.

Дрезденский технический университет имеет самый широкий спектр научных дисциплин в Германии. По окончании вуза выдается диплом международного образца.

Среди русских студентов популярны следующие направления:

- Экономика
- Социальные науки
- Языки
- Информатика
- Машиностроение
- Транспортное инженерное дело

Информация об учебных программах:

www.tu-dresden.de/internationales
auslaenderstudium@mailbox.tu-dresden.de

ЛЕЙПЦИГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Один из старейших университетов Германии основан в 1409 г. Лейпцигский университет имеет 14 факультетов, более 150 институтов и 144 разных учебных курсов.

В университете изучают медицину, фармацевтику, экономическую математику, ветеринарию, спортивные науки, журналистику, физику и химию. Университет предлагает широкий спектр возможностей для самореализации. Здесь обучаются около 20 000 студентов, среди них примерно 3000 иностранцев, из России – около 230 человек.



Для русских студентов особенно интересны следующие курсы:

- Bachelor of Arts (в качестве языка может быть выбран русский)
- Master of Arts (в качестве языка может быть выбран русский)
- Global Studies
- International Physics Studies Program

Контакты

aaa@uni-leipzig.de

БЕРЛИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. ГУМБОЛЬДТА

Университет дорожит достижениями и научными контактами с вузами бывшего СССР, активно привлекает зарубежных ученых и участвует в программах обмена студентами, поощряя самых достойных премиями и стипендиями.

Сейчас в вузе свыше 30 000 учащихся, из которых более 5000 человек прибыли из-за границы. Вуз предлагает в общей сложности 261 специальность на 11 факультетах, где успешно совмещают исследовательскую и преподавательскую деятельность.

Интернационализм, гуманизм и равенство, самосовершенствование – таковы основные ценности университета. Его преподаватели и руководство всячески поддерживают активных, талантливых и творческих молодых людей в учебе, а в последующем – и в трудоустройстве благодаря тесным контактам с выпускниками. Многие из них стали успешными бизнесменами и учеными.

Контакты

ulrike.spangenberg@hu-berlin.de
 Тел.: +49 30 2093 46712

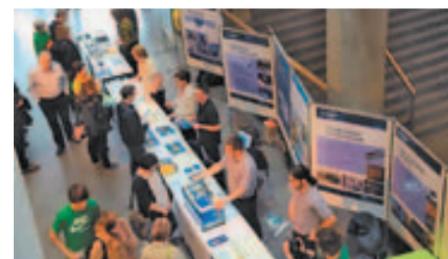


Дрезденский технический университет



© Hb3

© Andreas Schmidt



МОЛОДЕЖНЫЕ ТУРЫ. ДРЕЗДЕН, ЛЕЙПЦИГ, БЕРЛИН

С недавнего времени в линейке программ Организации по развитию туризма при правительстве Саксонии Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH/TJM|GIS появились молодежные туры. Российским партнером проекта стала московская компания Tzar Travel. Молодежные туры в Германию дают возможность увидеть именно университетскую Германию, узнать как можно больше информации об обучении в стране. Почему бы не побывать в университетах Лейпцига, Дрездена или Берлина? Это отличный шанс взглянуть на немецкое образование изнутри: пообщаться со студентами и преподавателями, прогуляться по кампусу, заглянуть в аудитории. Помимо образования, участники тура узнают много нового о немецкой культуре.

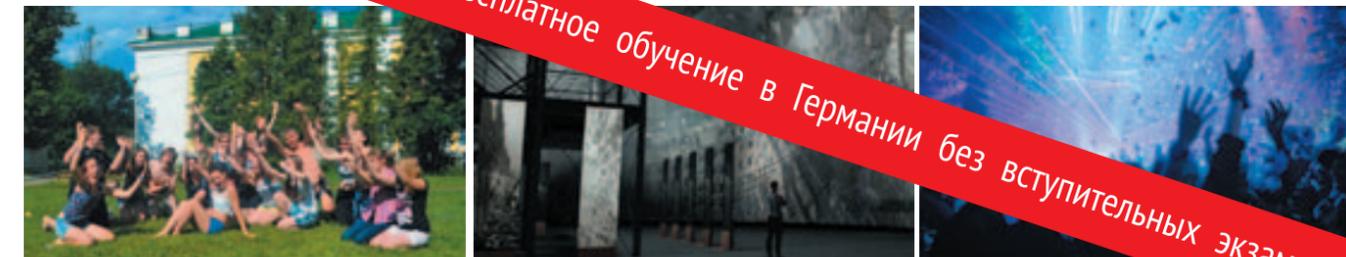
Особенности туров

- 1 Для поездок формируются исключительно молодежные группы. Возраст участников в основном от 19 до 26 лет.
- 2 Туры проводятся по специальным программам. В них предусмотрены посещения музеев, особенно интересных для студентов, завода Volkswagen, интересных кафе и клубов, размещение в отелях с ценами, приемлемыми для молодежи. Есть свободное время для самостоятельного знакомства со страной.
- 3 Посещение университетов. Участники тура получают уникальную возможность побывать в университетах, осмотреть аудитории и библиотеки, увидеть студентов и преподавателей... Пятидневный тур дает возможность посетить университеты Берлина, Лейпцига, Дрездена.
- 4 Участники молодежного тура могут пообщаться с представителями вузов и получить бланк – заявление на учебу в университете Германии.

Лейпциг. В какой ресторанчик зайти?



Бесплатное обучение в Германии без вступительных экзаменов!



ПРОГРАММЫ ТУРОВ РАЗРАБОТАНЫ СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ СТУДЕНТОВ

«Берлин – Лейпциг – Дрезден»: 5 дней/4ночи; «Берлин – Лейпциг – Берлин»: 3 дня/2 ночи; «Дрезден»: 3 дня/2 ночи. Достаточно полно атмосферу молодежной Германии можно ощутить в пятидневном туре. Короткие трехдневные поездки выходного дня дают возможность посетить Германию, не отрываясь от учебы.

410 евро

«БЕРЛИН – ЛЕЙПЦИГ – ДРЕЗДЕН»

Первый день

- Прибытие из Москвы в Берлин
- Трансфер из аэропорта в отель
- Посещение Берлинского университета им. Гумбольдта
- Посещение Freie Universität Berlin
- Свободное время
- Ночь в Берлине

Второй день

- Завтрак в отеле (включен в стоимость)
- Трансфер из Берлина в Лейпциг
- Посещение потрясающего музея-панорамы «Лейпциг 1813», посвященного «Битве народов» – грандиозному сражению под Лейпцигом в 1813 г., во время которого армия России и ее союзники нанесли решительное поражение войскам Наполеона
- Посещение Лейпцигского университета
- Ланч
- Свободное время
- Переезд в Дрезден
- Ночь в Дрездене

Третий день

- Завтрак в отеле (включен в стоимость)
- Обзорная экскурсия по Дрездену
- Посещение Дрезденской картинной галереи
- Экскурсия на завод Volkswagen
- Ночь в Дрездене

Четвертый день

- Завтрак в отеле (включен в стоимость)
- Экскурсия в Дрезденский технический университет
- Свободное время
- Посещение ночного клуба
- Ночь в Дрездене

Пятый день

- Завтрак в отеле (включен в стоимость)
- Трансфер из отеля в аэропорт Дрездена
- Перелет в Москву.

Дополнительно оплачиваются: авиабилеты, медицинская страховка, виза

230 евро

«БЕРЛИН – ЛЕЙПЦИГ – БЕРЛИН»

Первый день

- Прибытие из Москвы в Берлин
- Трансфер из аэропорта в отель
- Посещение Берлинского университета им. Гумбольдта
- Посещение Freie Universität Berlin
- Свободное время
- Ночь в Берлине

Второй день

- Завтрак в отеле (включен в стоимость)
- Трансфер из Берлина в Лейпциг
- Посещение потрясающего музея-панорамы «Лейпциг 1813», посвященного «Битве народов» – грандиозному сражению под Лейпцигом в 1813 г., во время которого армия России и ее союзники нанесли решительное поражение войскам Наполеона.
- Посещение Лейпцигского университета
- Ланч
- Свободное время
- Переезд в Дрезден
- Ночь в Дрездене

Третий день

- Завтрак в отеле (включен в стоимость)
- Трансфер из отеля в аэропорт Берлина
- Перелет в Москву

Дополнительно оплачиваются: авиабилеты, медицинская страховка, виза

Информация и бронирование

+ 7 (495) 765 54 00
info@tzartravel.ru
www.go2saxony.com

Tzar Travel – прямой представитель TJM|GIS
Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH/TJM|GIS
Организация по развитию туризма
при правительстве Саксонии

210 евро

«ДРЕЗДЕН»

Первый день

- Прибытие из Москвы в Дрезден
- Размещение в отеле
- Посещение Дрезденского технического университета
- Ланч
- Свободное время
- Ночной клуб для желающих!
- Ночь в Дрездене

Второй день

- Завтрак в отеле (включен в стоимость)
- Обзорная экскурсия по Дрездену
- Посещение галереи Старых мастеров, которую в России называют Дрезденской картинной галереей
- Свободное время
- Ночь в Дрездене

Третий день

- Завтрак в отеле (включен в стоимость)
- Трансфер из отеля в аэропорт Дрездена
- Перелет в Москву

Дополнительно оплачиваются: авиабилеты, медицинская страховка, виза



Пора за покупками? Едем в Испанию!

Все больше россиян отправляются в Европу, чтобы пополнить свой гардероб новинками из модных коллекций. И все чаще наши соотечественники выбирают для выгодного шопинга Испанию, где к удовольствию покупателей представлены лучшие международные бренды и дизайнеры, трендовая, авторская, традиционная, эксклюзивная и демократичная одежда, элитные фирмы, крупные торговые сети и модные бутики.



Разумеется, магазины и рынки есть в любом городе Испании. Однако стоит выделить четыре столицы шопинга, где покупки будут очень выгодными и интересными, а магазины порадуют широким выбором.

Безусловное первенство — за Барселоной с ее рынками, антикварными лавками, модными бутиками, торговыми центрами... Шопоголики справедливо называют Барселону одним большим магазином, где улицы — это торговые линии, а пешеходная зона протянулась на 5 км. Самые известные улицы — La Diagonal, сверкающая витринами бутиков Emporio Armani, D&G, Comptoir des Cottonniers, Loewe, Calvin Klein, Versace и Gucci, а также Passeig de Gracia с бутиками Chanel, Louis Vuitton, Dolce & Gabbana, Jimmy Choo и Rolex и магазинами «народных» марок: Zara, Mango, H&M, Calzedonia и Woman's secret.

Шопинг в столице Каталонии столь популярен, что для туристов здесь созданы специальные маршруты. Один из них — Barcelona Shopping Line — автобусный маршрут длиной 5 км. Специальные автобусы с интервалом 7–15 мин курсируют по Барселоне, делая остановки во всех топовых шоп-местах: Port Vell — Raval — Ramblas — Ribera — Barri Gotic — Placa de Catalunya — Eixample — Passeig de Gracia — Rambla de Catalunya — Avinguda Diagonal. Другой маршрут — La Roca Village Shopping Tour — предлагает провести «день моды» в торговой деревне в 45 мин езды от Барселоны. Любители дизайнерской одежды и обуви останутся довольны: здесь больше 100 магазинов известных брендов, а скидки предоставляются круглый год и достигают 60%. В планах — расширение торгового комплекса: в нем появятся 40 новых магазинов (Armani, Calvin Klein, Diesel, Guess, Purificación García, Carolina Herrera), VIP-зал, конференц-центр, офис оформления возврата НДС. На эти цели выделяется 30 млн евро.

Шопинг в Барселоне имеет и гастрономическую составляющую. Известный со времен Средневековья крупнейший продуктовый рынок La Boqueria столь популярен, что недавно городской совет принял решение частично ограничить его посещение туристами. Это настоящий рай для гурманов, и без вкусного сувенира из

La Boqueria еще никто не уходил.

Шоп-тур можно совершить и в столице Испании: к услугам туристов — микроавтобус с гидом, который проведет обзорную экскурсию по столице с посещением главных торговых районов. Гости Мадрида могут воспользоваться и «торговым пакетом»: в этом случае им предлагаются не только скидки и подарки в магазинах, но и доставка покупок в отель.

Как и во всех мировых столицах, в Мадриде есть своя «Золотая миля» — в торговом районе Саламанка сосредоточены



флагманские бутики престижных дизайнеров, таких, как Амайя Арсуага, Ганнибал Лагуна и Елена Бенарроч; есть здесь и два эксклюзивных торговых центра: Jardín de Serrano и ABC Serrano. Уникальность и гламур — неотъемлемые черты улиц Serrano, Velázquez, Goya, Ortega y Gasset и Jorge Juan, сияющих дорогами витринами Chanel, Dior, Loewe, Prada, Hermès, Jimmy Choo, Manolo Blahnik, Tiffany's и Cartier. Изысканный сервис, внимание к каждой мелочи... — и ваш шопинг станет незабываемым событием.

А если вы хотите познакомиться с испанскими новинками, то посетите Мадридскую неделю моды: ежегодно в феврале и сентябре признанные дизайнеры Кусто Барселона, Роберто Верино, Викторио и Луккино, Маноло Бланик, Дэвид Делфин и другие представляют публике последние коллекции.

«Кто не видел Севилью, тот не видел чудес» — так говорят про свой город жители столицы Андалусии. Севилья не может похвастаться многочисленными торговыми центрами, как Барселона и Мадрид, но может по праву гордиться тем, что она — родина традиционных испанских сувениров. Поэтому местные лавки, магазины и,



конечно, блошиный рынок El Jueves полны интересных вещей: это потрясающе красивая керамика, антикварные изделия, начиная от традиционного андалузского кинжала до тарелок с золотым тиснением, костюмы для любителей национального испанского танца фламенко, веера, платки, гитары... Кстати, Sevilla Card, которую можно приобрести в туристическом офисе, дает в числе прочего скидки в некоторых магазинах.

Шопинг в Сантьяго-де-Компостела имеет богатые традиции. Сувенирные лавки и ювелирные магазины, бутики известных марок и обычные магазины, крупные торговые центры и рынки... — в столице Галисии вы найдете как традиционные вещи, так и новинки моды и дизайна.

«Изиуминка» Сантьяго-де-Компостела — огромный продуктовый рынок Меркадо-де-Абастос с вековой историей. Кроме того, в Старом городе каждый день работает хиппи-рынок, где можно купить бижутерию и кожаные поделки. А на память о Сантьяго стоит приобрести местные сувениры: галисийские волынки и украшения из агата — священного камня Галисии.

Отправляться в Испанию за покупками лучше всего в сезоны распродаж: с 1 июля и до конца августа, а также сразу после Нового года и до конца февраля. Увидев на витрине слово «Rebajas» (по-испански — «распродажа»), поспешите: многие магазины сбрасывают цены до 80%. Важный нюанс: туристам из-за пределов Европейского союза при покупке на сумму свыше 90,15 евро возвращается налог на добавленную стоимость.

Екатерина Губанова

Фото: © Институт Туризма Испании (Турэспанья)

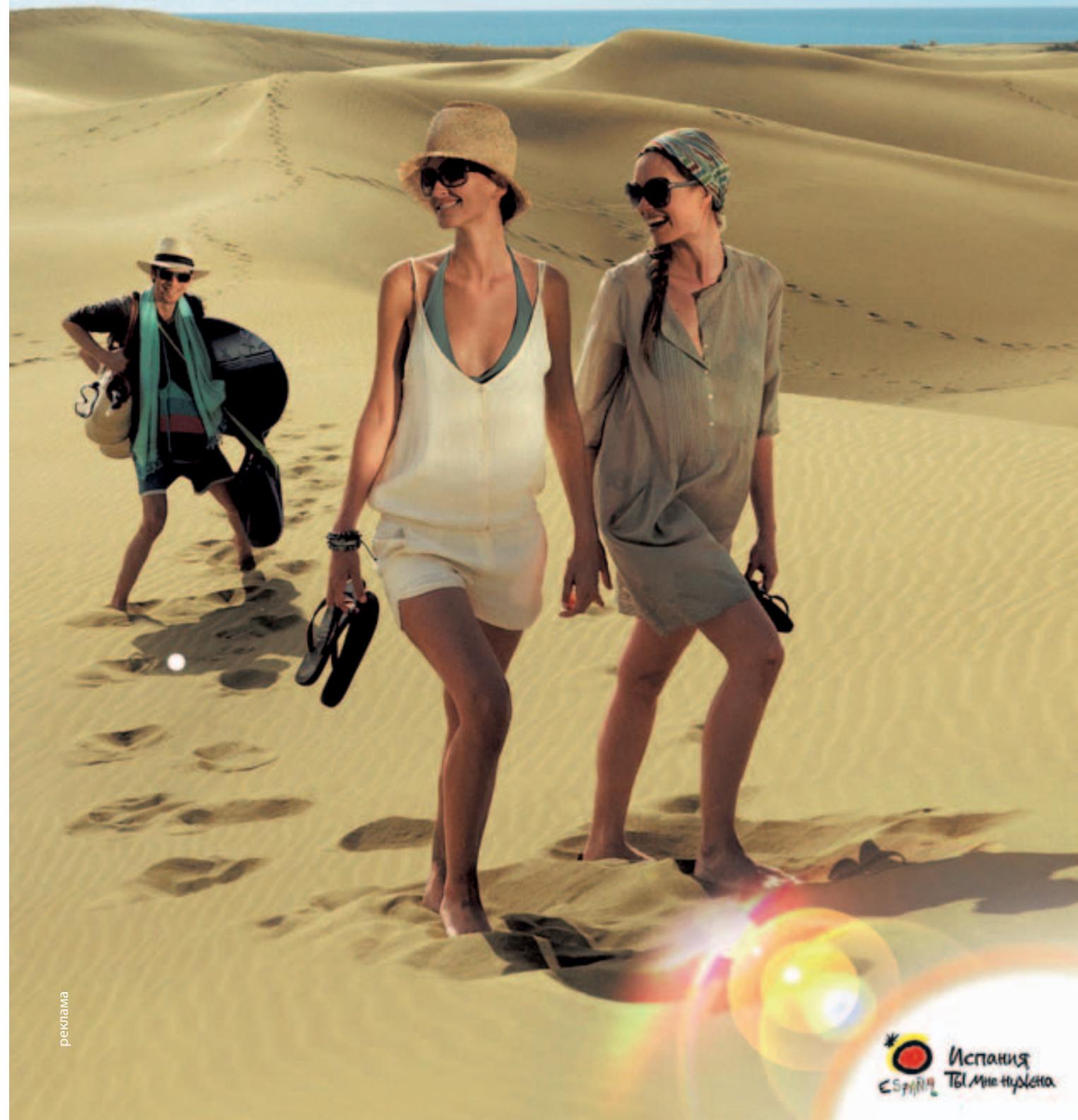
Материалы предоставлены Отделом Туризма Посольства Испании

Россия — второй по важности рынок для Испании с точки зрения туристического продукта «Покупки и шопинг» (согласно статистике Global Blue). В 2013 г. наиболее посещаемыми зонами для покупок в Испании стали: район Paseo de Gracia в Барселоне (47%), район Barrio de Salamanca в Мадриде (10,85%), район Puerto Banos в Марбелье (9,9%). Среди групп товаров наибольшим успехом среди россиян пользуются: одежда и мода (55,8%), электронные приборы и бытовые товары (14,8%), предметы для путешествий, часы и драгоценности. Согласно официальным данным Института исследований в области туризма Испании, расходы на покупки в 2013 г. составили 2 млрд 350 млн евро.



www.spain.info

* Еще один "тяжелый понедельник" зимы на Канарах.



реклама

Испания
ESPAÑA TBI Мадрид

Круиз с пасхальной «изюминкой»

Компания St. Peter Line продолжает привлекать туристов новыми программами. Один из апрельских круизов на пароме «Принцесса Анастасия» был посвящен пасхальным традициям Финляндии, Швеции и Эстонии: и на борту, и на берегу туристов ожидало немало вкусного и познавательного с пасхальной «изюминкой».



Финляндия: Huvää Päsiäistä!

Если вы хотите познакомиться с историей и традициями страны Суоми за пару-тройку часов, то лучшим выбором во время остановки парома в Хельсинки будет Национальный музей Финляндии: здесь представлено всё-всё финское с исторических времен. В этот музей интересно прийти всей семьей — третий этаж отдан в распоряжение юных гостей: в мастерской «Винти» дети могут смолоть зерна, построить домик из бревен или кирпичей, сплести коврик и посидеть на царском троне...

Весной в музее проводят пасхальные экскурсии (в том числе для русскоязычных групп), посвященные традициям празднования Воскресения Христова. Вы узнаете, что накануне Пасхи финны украшают дома вербой и цветами и разжигают костры, дабы отогнать нечистую силу. С наступлением Пасхи зло считается побежденным. «Даже солнце танцует от радости», — говорят финны, встречая в Светлое воскресенье восход. А главное событие праздника — театральный крестный ход Via Crucis по центру Хельсинки: посмотреть на него собираются тысячи жителей и гостей столицы.

Финское пасхальное угощение — яйца, кулич, пасха и мямми, сладкий ржаной пирог с солодом. Дети лакомятся шоколадными кроликами и яйцами. Для изготовления шоколадных пасхальных яиц (в настоящей скорлупе!) производители сладостей запасают около 2,5 млн пустых скорлупок. Через маленькую дырочку в скорлупу заливают шоколад, а отверстие заделывают белой сахарной глазурью. От настоящего не отличишь! Такие подарки на Пасху в Финляндии делали вручную еще в XIX веке.

В пасхальные каникулы особенно интересно посетить столичные храмы: Успенский собор, лютеранскую церковь Св. Иоанна, церковь «Темпелиаукио», которую называют еще «церковь в скале». Кстати, в Финляндии лютеране и православные говорят друг другу: «Huvää Päsiäistä!» («Светлой Пасхи!») в один и тот же день по григорианскому календарю.

Швеция: Glad Påsk!

Во время остановки в шведской столице можно познакомиться со всей Швецией, и это не преувеличение. Дело в том, что в Стокгольме еще в 1891 г. открылся Скансен — первый в мире музей под открытым

небом, представляющий всю Швецию в миниатюре. В огромном красивом парке собраны более 160 домов и усадеб разных веков со всех концов страны: здесь можно провести целый день и, ориентируясь по карте, которую вам дадут вместе с билетом, совершить познавательное путешествие от усадьбы южной провинции Скане до саамского стана на севере Швеции. По пути — оценить труды ремесленников, сделать передышку в кафе или ресторанах, прокатиться на старинных каруселях, заглянуть в зоопарк... и стать участником какого-нибудь события.

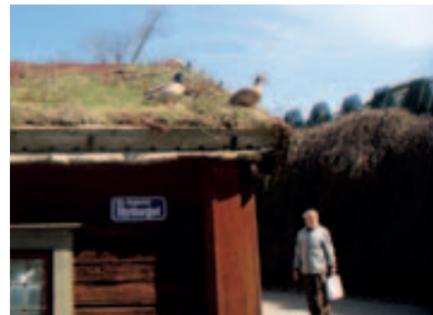
В пасхальную неделю в Скансене шумно, весело и вкусно: дети наряжаются колдунами, взрослые пугают ведьм, стреляя в воздух и разжигая костры, все учатся украшать дом, дарят друг другу рисунки с надписью «Glad Påsk!» («Счастливой Пасхи!») и картонные или пластиковые яйца, наполненные сладостями...

Пасха в Швеции — семейный праздник, который встречают за семейным столом. Пасхальный обед радует изобилием. На «шведском столе» — яйца, сельдь, лосось в маринаде «грав», сосиски, тефтели, запеканка «Искушение Янсона» из анчоусов, картофеля, лука и сливок, стейк из молодого барашка, пасхальный лимонад, настоек...

Кстати, во время круиза шеф-повар парома Константин Бакалов провел мастер-класс по приготовлению закуски из лосося: надо красиво разложить на блюде зеленый салат, лимон, соус, ломтик рыбы, превращенный в изящную розочку, — и вкусная закуска готова! А секрет вкуса в том, что рыба должна быть «правильной»: ее нужно правильно ловить, хранить и перерабатывать — так, как это делают в российской компании «Эко-Фиш», считает ее генеральный директор Денис Никандров.

Дотошные шведы подсчитали: в течение пасхальной недели они съедают около 2000 тонн яиц, а во время пасхального обеда — около 6 млн яиц в час! Кроме того, в Пасху шведы съедают 1500 тонн маринованной сельди и 6000 тонн конфет — больше, чем в какой-либо другой праздник. В целом на пасхальные продукты шведы тратят около 7 млрд крон.

Каждый год к Пасхе Стокгольм в буквальном смысле расцветает. Повсюду



ярко-желтые нарциссы, березки, украшенные разноцветными перышками, и цветущая сакура — розовое великолепие шведской весны. Недаром этот праздник символизирует ее начало.

Эстония: Head ülestõusmispüha!

Остановка в Таллине может удивить: вместо шумных столичных удовольствий вы погрузитесь в тихую сельскую жизнь старой доброй Эстонии — всего в 15 минутах езды от центра города находится музей под открытым небом. Садитесь в повозку (лошадки Аморос и Елбрус рады прокатить всех желающих!) и отправляйтесь в увлекательную поездку по дюжине хуторов, представляющих разные уголки страны, от Сетумаа до Сааремаа.

Избы, амбары, мельницы, часовня Сутлепа, молеельный дом рыбаков, школа Куйе многое поведают вам о жизни хуторян в XVIII—XX веках. В мастерских можно постичь азы ремесленных наук, в лавке Лау купить предметы рукоделия, а в придорожной корчме Колу узнать, чем были сыты в прежние времена мельник или кузнец, а заодно приятно посидеть.

Конечно, жизнь хуторян была наполнена не только трудами и заботами, любили они и зажигательные гулянья. Поэтому гости музея могут стать участниками самых разных праздников. В апреле здесь традиционно проходит Пасхально-весенняя ярмарка — с вкусными угощениями и веселыми играми...

Пасху в Эстонии называют праздником весенним, яичным, качельным — с ней связано множество традиций. Эстонцы выращивают травку в горшках на подоконниках и украшают ей праздничный стол. Члены семьи и друзья соревнуются в разбивании яиц: каждый берет по яйцу и тот, кому удастся разбить скорлупу яйца соперника, сохранив собственное яйцо целым, побеждает и получает в награду яйцо проигравшего. А чтобы год прошел успешно, в старину на Пасху начинали качаться на качелях: деревенские парни ставили в живописном месте качели, а девушки приносили им в подарок собственноручно сплетенные ленты и разрисованные яйца. Сегодня к старым обычаям добавились новые — на ярмарке гости покупают экологически чистые продукты и саженцы, но все по-прежнему желают друг другу: «Head ülestõusmispüha, или Счастливой Пасхи!»

Сергей Березин

Свадьба в Таиланде: экзотика побеждает

Свадебные туры в зарубежные страны давно завоевали популярность у российских туристов. Провести брачную церемонию в необычных условиях — что может быть привлекательнее? Спрос растет, предложение — тоже. Появились туры не только для молодоженов, но и для пар со стажом, которые свой семейный юбилей хотят сделать нерадовым событием.



На петербургском туристическом рынке особое место занимают свадьбы в Королевстве Таиланд. Интерес к ним объясняется просто: наши туристы давно полюбили эту далекую экзотическую страну за ее вечное лето, атмосферу гостеприимства, отменный сервис и умение тайцев удивить гостя. Решение сыграть там свадьбу зачастую связано с ожиданием не похожего ни на что праздника. Плюс к этому — безвизовый режим для россиян и стоимость «брачных» туров (от экономварианта до vip-пакета).

В Таиланде первое по популярности место делят буддийская церемония и классическая европейская свадьба, проведенная на пляже.

Буддизм — основная религия тайцев, и даже если пара не придерживается буддийских убеждений, свадебная церемония, проведенная монахами в янтарных одеждах, запомнится. Известно, что до того, как вступить на путь просветления, Будда был женат. Возможно, поэтому буддийские монахи с охотой принимают участие в свадебных церемониях...

В культуре Таиланда, кроме буддизма, смешалось много верований. Поэтому молодожены за \$2 тыс. получают весьма экзотический «коктейль». В стоимость церемонии может быть включен «выкуп», который должен заплатить жених за свою суженую при проходе через «серебряные» и «золотые» ворота дома, где его ждет любовь. Пять буддийских монахов отвечают за то, чтобы и в будущую жизнь влюбленные были вместе. Сама церемония проста и возвышенна: монахи надевают на молодоженов гирлянды, поливают их руки водой и желают счастливой совместной жизни.

Всего за \$600—700 можно заказать церемонию в буддийском храме с благословением монахов и подношениями, а пакет, включающий и храмовую церемонию, и пляжную, вместе с трансфером, услугами фотографа и переводчика обойдется в сумму от \$1700. Аналогичный пакет с ужином на двоих и ночью в бунгало на острове будет стоить уже более \$2 тыс.

Все — на пляж

Пляжную церемонию свадебного торжества можно заказать как на пляже курорта (как правило, на острове Пхукет), так и на пляже маленького необитаемого островка. Второй вид церемонии дороже, так как он включает в себя трансфер до островка и брачную ночь в бунгало.

Для тех, кто хочет «сразу все», есть предложения, включающие и традиционные церемонии, и костюмированные шоу, и прогулки на слонах, и пляжную церемонию, и фуршет, и пакет в SPA-отеле на двоих. Такие предложения стоят выше \$3 тыс. и не включают проживание и перелет.

Среди экзотических вариантов — свадьба верхом на слонах в пышных лесах Северного Таиланда или на яхте в Андаманском море или Сиамском заливе. Многие пары выбирают восхождение на скалистый утес и обмен кольцами на высоте 20 метров над уровнем моря. Так проходят свадьбы, например, на Райлей в провинции Краби. Скалолазание, кстати, становится все более популярным направлением отдыха в Таиланде.

Кроме скалолазания увлекательными занятиями для молодой пары могут быть подводное плавание и снорклинг, например, на островах Симхан и Сунн. Здесь удивительные рыбы всех цветов радуги и живописные коралловые рифы, здесь можно поплавать вместе с черепахами, поиграть с дельфинами и понаблюдать за гигантской китовой акулой, если не хватает адреналина.



В Транге рядом с пляжем Пак Менг на протяжении 15 лет проводятся свадебные церемонии под водой: для этого здесь оформлен настоящий подводный лагерь. На глубине 10 метров влюбленные пары получают свои брачные свидетельства, целуют друг друга под водой в окружении сотен красивейших рыб.

Некоторые пары предпочитают более активный отдых на природе, нежели ленивый медовый месяц на пляже или SPA-путешествие. Близость к природе открывает уникальные возможности для тесного знакомства с множеством волшебных существ, населяющих тайскую землю. Можно выбрать свой способ исследования страны, используя плот, байдарку, горный велосипед или собственные ноги. Увлекательное путешествие по пещерам и водопадам будет обеспечено.

Экзотика по-тайски

Кроме разнообразных церемоний, в Таиланде молодоженам предложат большое количество свадебных традиций и ритуалов, проведение которых обойдется недорого, но запомнится надолго. Есть, например, такая церемония — Лой Кратонг. Новобрачные запускают по реке или морю кораблики — «гнезда» из банановых листьев, цветов, свечек и благоволий. Считается, что, если кораблики-кратонги не утонули при погружении, а уплыли и скрылись с глаз, супруги будут любить друг друга всю жизнь.

Другой тайской свадебной традицией является Хум Фей — запуск летающей «фонарика счастья» из бумаги с горящей сердцевиной. Хум Фей принято проводить на закате солнца или после него: взлетая, фонарик светится и догорает в темном небе. Пока он не догорел, нужно загадать желание. Тайцы уверены, что желание непременно исполнится.

Внимание к мелочам

Обычно в каждом отеле Таиланда — свой особый подход к организации свадебного торжества и свой пакет услуг для брачной церемонии. Помпезное торжество в роскошном зале, или уединенная церемония под тихий аккомпанемент волн на пляже, освещенном светом факелов, или празднество в лесной хижине среди джунглей — не важно, менеджмент отелей приложит все усилия, чтобы событие было неповторимым.

Что касается инфраструктуры свадебного туризма, то находящийся недалеко от столицы Таиланда (в провинции Накхон Патхом) отель-курорт Rose Garden Country Resort предлагает пакет для свадьбы и медового месяца «Семь дней в раю». В него включены традиционные тайские костюмы, церемония прибытия жениха верхом на слоне и медовый месяц на прекрасном пляже в Краби.

В Laguna Phuket парам предоставляется возможность посадить свое дерево любви, которое будет расти и цвести долгие годы, как и их супружеский союз. А отель Club Andaman предоставит паре специальный трехколесный свадебный экипаж в тайском стиле, на котором можно начать свое первое семейное путешествие.

Знатки утверждают, что Таиланд — идеальное место для того, чтобы связать себя узами брака с любимым человеком. Будет ли это грандиозное торжество или небольшая свадебная церемония, организация такого события будет выполнена на высоком уровне и сервис будет безупречным. Внимание к деталям, которое отличает культуру Таиланда, делает любую свадьбу неповторимой.

Елена Муковозова

Свадьба на Мальте: красивые традиции

«Восхитительный день и восхитительный месяц. После нашей свадьбы мы влюбились в Мальту». «Спасибо, что порекомендовали свадьбу именно на Мальте. Я влюбилась в этот остров! И влюбилась в замок, в котором была организована церемония». «Из моих рекомендаций – Мальта как место проведения свадебного путешествия просто чудесна»... Так считают наши молодожены, сыгравшие свадьбу на «медовом» острове.

Согласно древней легенде, нимфа Калипсо не смогла удержать на острове Гозо Одиссея, стремившегося вернуться в Итаку к своей Пенелопе. А сегодня влюбленные со всего мира специально приезжают на Мальту, чтобы связать себя узами Гименя, которые не смогут разорвать никакие превратности судьбы.

Приверженность семейным ценностям сами мальтийцы считают одной из лучших черт национального характера. Сексуальная революция на Мальте произошла совсем недавно: только в 2011 г., после общенародного референдума, в котором приняли участие 72% населения страны, парламент принял закон о разводе. В 2014-м страна легализовала и однополые браки...

А в давние времена на Мальте родители не всегда советовались с дочерью, выбирая для нее мужа: когда они решали, что пришло время выдать дочь замуж, то вывешивали на стене дома на крючке горшок с конфетами. Мужчина, заметивший горшок, отправлял к ее родителям свата. Если все складывалось удачно и приданое устраивало, то он посылал девушке свою любимую рыбу с золотым колечком во рту. И наступало время обручения: в присутствии родителей с той и другой стороны невеста получала колечко как символ верности, а жених – украшенный кружевами носовой платок. Спустя полгода молодожены шли к алтарю, в сопровождении музыкантов и певцов, восхвалявших новый союз. По возвращении из церкви молодых осыпали зерном, орехами и лепестками цветов. В соответствии с традициями невеста выходила к гостям и садилась рядом с мужем лишь в конце свадебного застолья (она обедала в отдельной комнате, а гости складывали на ее колени подарки). Через 8 дней после свадьбы молодая жена оставляла дом своего отца...

Сегодня в стране, 95% населения которой католики, к браку относятся, как правило, серьезно. Жениться в возрасте до 30 лет не принято, помолвка объявляется за полгода до свадьбы, а подготовка к торжественному событию занимает не менее 2 лет. Ведь для мальтийцев свадьба как феста: гуляет на ней от 300 до 1000 гостей, а обходится она в целое состояние! Правда, идеальным свадебным подарком считаются деньги, а кроме того, молодоженов поддерживает правительство, предоставляя налоговый вычет со свадебных затрат.

Мальтийские свадебные традиции во многом позаимствованы из британской культуры, поэтому появление жениха с невестой, их родителей и друзей происходит торжественным образом и по строго заведенному порядку. Присутствие «the best man», друга со стороны жениха, и «maid of honor», подружки со стороны невесты, на свадьбе обязательно. В обязанности свидетеля входит хранение колец до церемонии и исполнение роли тамады на банкете, а свидетельница отвечает за соблюдение свадебного этикета и,



конечно, помогает невесте в разных мелочах до, во время и после церемонии. Свадебный банкет проводится в фуршетном стиле. К концу приема по особому сценарию разыгрывается появление многоярусного свадебного торта, который жених и невеста разрезают на кусочки по количеству гостей.

Современная мальтийская свадьба практически не отличается от традиционных европейских торжеств, но все больше молодоженов из разных стран выбирают именно «медовый» остров – не только для медового месяца или символической свадебной церемонии на пляже или в стиле мальтийских рыцарей, но и для официальной регистрации брака и венчания в церкви. Тем более что браки, заключенные на Мальте по всем правилам, признаются юридически в европейских странах (в том числе и в России), а необходимые формальности можно легко урегулировать заранее.

Многочисленные специализированные компании готовы организовать свадьбу «под ключ». Отели регулярно проводят акции для новобрачных, например «свадебный уик-энд», когда для молодоженов декорируются лучшие номера и формируются специальные «свадебные команды», готовые обеспечить на высшем уровне проведение торжеств с учетом индивидуальных пожеланий клиентов. В пакет услуг, как правило, входят персональный менеджер, стилист, специалист по макияжу и прическе, фотограф, предусмотрены и такие «мелочи», как букет невесты и свадебный торт.

Если говорить о таинстве венчания, то на Мальте – 365 церквей, от скромных деревенских часовен до роскошных соборов. Большинство из них католические, но обвенчаться на Мальте могут и представители других конфессий, к примеру, православные россияне – в храме Дамасской Божией Матери в Валлетте, где действует русский православный приход святого апостола Павла. Но венчания недостаточно – требуется регистрация брака в ЗАГСе Валлетты, однако приезжать туда необязательно: чиновник прибудет сам в назначенное место.

Что касается места проведения свадебной церемонии, то и здесь выбор велик. Для любителей пышных торжеств – банкетные залы роскошных «пятизвездников» и изысканные дворцы эпохи барокко. Для романтиков – исторические сады и старинные замки. Для любителей природы – причудливые ландшафты и сельские поместья острова Гозо, где можно сыграть деревенскую свадьбу. И для всех новобрачных – красивые набережные и пляжи с незабываемыми восходами и закатами...

Свадебное путешествие на Мальте начнется сразу после торжества – или с прогулки в старинной карете «кароццин» по узким улочкам Валлетты, или с выхода в Большую гавань на традиционной мальтийской лодке «дайса», или с поездки на шикарном лимузине. И продолжится – на увлекательных экскурсиях, деревенских фестах, красочных фестивалях, шумных ночных дискотеках и в тихих уединенных гаванях – всё зависит от воображения и пожеланий молодоженов...

«Мы с мужем остались в полном восторге. А еще мужу настолько понравилось все, что он поддержал мою идею обновить клятвы в подобной церемонии на нашу пятую годовщину». «Супер-мега-крутая пляжная свадьба. На память помимо самых лучших воспоминаний остались классные фотки». «Не перестаем с улыбками вспоминать нашу свадьбу и пересматривать фотографии, всё было просто великолепно». «Всё было очень круто, а фотографии – просто бомба»...

У вас скоро свадьба? Сыграйте ее на Мальте!

Елена Попова



БОЛЬШЕ УВИДЕТЬ



БОЛЬШЕ СДЕЛАТЬ

- ✦ Легко добраться
- ✦ Исключительный выбор мест размещения
- ✦ Солнце 300 дней в году
- ✦ Столица Валлетта - объект культурного наследия ЮНЕСКО и культурная столица Европы 2018
- ✦ о. Гозо - неэксплуатированный рай
- ✦ Безопасный отдых
- ✦ Кристально чистое Средиземное море

Лето начинается на Мальте!



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

МАЛЬТА туры от 30000 руб.
с 21 июня перелет AIR MALTA

экскурсии на
О. СИЦИЛИЯ
ОСТРОВА ГОЗО
и КОМИНО
КРУИЗЫ ИЗ ВАЛЕТТЫ
дайвинг
богатая экскурсионная программа

ОБУЧЕНИЕ В ШКОЛАХ НА МАЛЬТЕ
10 языковых школ помогают обучать
АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ ДЕТЕЙ от 8 лет и до...
ДЕТСКИЕ ЛЕТНИЕ ЛАГЕРЯ



Мальта - не просто отдых!
MALTA IS MORE
www.visitmalta.com



Турпоток в Средиземноморье обещает «похудеть»

На фоне ряда негативных причин выездной турпоток из Петербурга по основным средиземноморским направлениям в сезоне 2015-го явно окажется изрядно «похудевшим». Однако часть операторов видит в этом свои плюсы: похоже, что нынешним летом туров за «копейки» уже не будет и организаторы поездок даже в этих условиях сумеют заработать.

Общую рыночную ситуацию характеризует, к примеру, отказ базового перевозчика «Пулково», авиакомпании «Россия», от эксплуатации трех дальнемагистральных лайнеров Boeing 767-300, ранее задействованных и на выполнении рейсов в Средиземноморье (в частности, в Израиль). В компании не скрывают, что решение напрямую связано с ситуацией на рынке: этот тип самолетов оказался наименее эффективен с точки зрения экономики. Держат нос по ветру и в Air Malta: только недавно компания собиралась летать в Питер весь сезон и на регулярной основе, а теперь решила сделать рейс чартерным и выполнять полеты менее 2 месяцев, с конца июня по начало августа.

Примерно таков же и туристический тренд сезона 2015 г.: по причине изменения спроса операторы делают выбор в пользу только тех программ, которые способны быть финансово эффективными даже в сложившейся ситуации.

Ложка оптимизма в бочке негатива

Несмотря на позитивные перемены апреля, общий диагноз выездного сезона 2015-го пока остается малоутешительным: возврат к объемам прошлого года представляется чем-то из области невероятного.

Да, положительные сдвиги

есть. В апреле, к примеру, как в онлайн, так и в обычных офисах продаж зафиксирован значительный рост интереса к турам за рубеж. «Яндекс», OneTwoTrip и крупные игроки офлайна фиксируют рост продаж на летние месяцы на 15–20%, отмечая особый интерес клиентов к поездкам в страны Средиземноморья. Аналогичный тренд отмечают и в АТОР по данным ассоциации, практически по всем значимым для российского рынка средиземноморским направлениям накануне майских выходных зафиксирован рост объема запросов на 10–40%. Однако при этом в АТОР отмечают, что в целом по рынку общий объем запросов на выездной отдых все равно примерно на треть ниже, чем годом ранее.

Причины? Только очевидных, по крайней мере, четыре. Первая — уровень покупательского спроса. «Потребительский индекс Иванова», рассчитанный в апреле 2015-го аналитиками Sberbank Investment Research, показал: 23% россиян планируют сократить расходы на отпуск. И людей вполне можно понять: в условиях, когда реальные доходы стали заметно ниже, чем-то надо жертвовать. А поскольку отказаться от зарубежного отдыха гораздо проще, чем от расходов на питание, выбор заранее предопределен.

Вторая — курс валют. Да,

за период с января по апрель 2015-го рубль, вопреки цене на нефть, отыграл у доллара и евро больше 20% стоимости, а сами валюты почти сравнялись в цене. Но есть ли уверенность в том, что он если уж не продолжит свой рост, то хотя бы останется на достигнутых позициях? Нет.

Третья — ситуация вокруг Украины. Если, дай бог, отосительное перемирие в этой стране продержится до июня, когда могут быть отменены санкции против России, их ликвидация (или даже ослабление) может сыграть в судьбе выездного сезона весьма существенную роль. А если ситуация окажется обратной?

Четвертая — неопределенность с перспективами сезона, обусловленная провалом раннего бронирования, отсутствием глубины продаж и тягой туристов к самостоятельной организации поездок. По разным оценкам, сокращение объемов продаж по акциям раннего бронирования составляет от 60 до 90%, а подавляющее большинство пакетов и сейчас продается «с колес» на глубину в 2–3 недели. Что превращает перспективное планирование полетных программ на сезон в гадание на кофейной гуще и, соответственно, обуславливает тягу туроператоров к крайне осторожному ценообразованию и предпочтению регулярных рейсов.

Не говоря уже про то, что в этом сезоне настойчиво «не рекомендован» выезд за рубеж большей части прежних постоянных клиентов (именно эту причину, к примеру, называли в качестве одной из основных при крахе «Невы»), а многие туристы решили попробовать на вкус отдых в собственной стране.

В этих условиях конкуренция стран Средиземноморья за российского туриста становится еще более жесткой и вполне вероятно, что турпоток будет перераспределяться в пользу тех, кто предложит лучшее соотношение цены и качества.

Очевидно, что в первую очередь это должны быть такие страны Средиземного моря, как Турция и Греция: они в наибольшей степени зависимы от приезда россиян и получают от этого значительные прибыли. Поскольку эти страны наиболее удалены от Западной Европы и к тому же чаще других предлагают отдых по иллюзорной россиянами системе «все включено», именно они, скорее всего, и могут рассчитывать на минимальное снижение турпотока из РФ.

«Основные направления летнего зарубежного отдыха наверняка останутся те же, что и раньше: Турция, Греция, Кипр, — полагает глава петербургского представительства компании «Росс-Тур» Дмитрий Мазаников. — Явный рост интереса клиентов к отдыху заметен, но сказать, каковы будут объемы и программы в сезон, затруднительно. «В целом по рынку планируем сохранить объемы прошлого года, — констатирует PR-специалист компании Apex Tour Елена Кокоева. — Исходя из рыночной ситуации и покупательской способности, возможно, даже увеличим поток на стандартные 30%». Вероятность роста объемов она объясняет тем, что в феврале в качестве основного перевозчика Apex Tour стартовала чартерная авиакомпания Azur Air с современным парком «боингов». «Собственная авиакомпания дает нам возможность формировать турпродукт по максимально комфортной для клиента цене», — отмечает она.

В целом же ситуацию на

выездном рынке на старте сезона в Петербурге вполне можно проиллюстрировать на примере одного из самых востребованных в городе направлений — Греции. Правда весьма сурова: в Северной столице летние программы в Грецию на сезон 2015-го как по объемам, так и по разнообразию направлений оказались практически вдвое меньшими, чем год назад.

Факты? В 2014-м накануне выездного сезона (а он, как правило, начинается в Питере с конца апреля) отдых в Греции предлагался по 13 направлениям, количество еженедельных рейсов в разгар сезона превышало 80, а число мест на лайнерах приближалось к отметке в 14 тыс. в неделю. Что сейчас? Количество вылетов резко уменьшилось, лайнеры стали поменьше, аппетиты операторов поубавились... В результате в сезон 2015-го «в живых» из 13 греческих направлений в Питере осталось только 7, число рейсов немногим превышает 40, а мест на лайнерах — около 7 тыс. в неделю. Не будет в этом году прямых чартеров из Питера в Кефалонию и Кавалу, в Ханью и Каламату, в Араксос и на Самос. А останутся только проверенные временем Афины и Салоники, а также Родос, Кос, Корфу, Ираклион и Закинф. Причем если московские эксперты снижение «оборотов» на греческом направлении в нынешнем сезоне оценивают всего в 15–20%, то в Питере оно обещает «просесть» куда сильнее. Почему?

Первая причина — оставшиеся на рынке операторы пока не готовы заполнить лакуну, образованную уходом «Версы», «Солвекс-Турне» и «Невы», которые в Петербурге «держали» не менее 60% рынка туров в Грецию. Вторая — игроки рынка из-за провала раннего бронирования и низкой глубины продаж, не имея возможности верно оценить перспективы, действуют максимально осторожно.

Увы, но практически те же тенденции, что по Греции, можно отметить и по большей части представленных в Петербурге средиземноморских направлений. Нюансы по ним есть, но в целом лето 2015-го обещает быть нервным... Вместе с тем многие эксперты отмечают: по причине снижения курса валюты интерес к отдыху за рубежом в последнее время растет. Например, директор представительства ICS Travel Group в Петербурге Ирина Паздерина говорит, что «клиенты все чаще интересу-

ются возможностями зарубежного отдыха, но пока больше спрашивают туры с отправлением в ближайшее время: прежней глубины продаж почти нет». По ее словам, туры на лето в основном приобретают те, кто намерен отдыхать (сам или отправляя на отдых семью) длительное время (3 недели и больше). «Некоторый спад, конечно, будет, но на ситуацию можно смотреть и с другой стороны, — говорит генеральный директор компании «Арт-Тревел» Мария Ушакова. — Люди, которые финансово готовы поехать на отдых, все равно поедут: продажи на май и июнь это подтверждают. А от того, что не будет избытка по перевозке, и рынок в целом, и операторы только выиграют».

Что же ждет отдельные средиземноморские направления?

Турция

В течение первого квартала, по данным TUROFED (Ассоциация отельеров Турции), количество российских туристов в стране снизилось на 26%. И, скорее всего, тенденция спада в объеме 25–30% сохранится весь сезон: для турецкой экономики это означает потерю, как минимум, \$2 млрд.

Турецкая сторона подтвердила: с 1 апреля по 31 мая 2015 г. власти страны будут платить по \$6 тыс. за каждый чартерный рейс, осуществляющий перевозку туристов из РФ. Оплачивать чартеры, по данным TURSAB (Ассоциация туроператоров Турции), она готова при загрузке рейса в объеме не менее 100 человек. К тому же на турецком направлении в сезоне 2015-го ожидается и жесткая конкурентная борьба — кроме заведомо известных, на него возвращается Natalie Tours.

По оценке TUROB (Ассоциация отельеров и инвесторов Турции), «российские туристы в этом году поедут по принципу last minute» и к тому же станут оказывать предпочтение более экономичным вариантам отдыха. Отель категорией ниже, поменьше экскурсий и трат на развлечения...

«Наша полетная программа в турецкие Анталию и Даламан расширилась до 35 городов, — констатирует Елена Кокоева из Apex Tour. — При этом скидки от отельеров, компенсации для чартеров и спад курса валют способствуют оживлению интереса и росту продаж».

Как считает Дмитрий Мазаников, Турция останется лидером летнего спроса. «По опыту наших продаж и исходя из общения с коллегами, вижу, что Турция, особенно в послед-

нее время, хорошо продается, — говорит он. — Объяснить это можно как привычкой к отдыху в этой стране, так и достаточно хорошим соотношением цены и качества. Во всяком случае, на ближайшее время большая часть туров в эту страну продана и спрос на них есть».

Греция

Оценки на сезон 2015-го по российскому турпотoku разнообразны: одни эксперты его снижение оценивают в объеме до 50%, другие — в гораздо меньших объемах. «Раннее бронирование по Греции оказалось практически провальным», — констатирует ситуацию генеральный директор компании «Пантеон» Анатолий Гаркушин. При этом он полагает, что наибольший спад ожидает сегмент дешевых туров: продажи в нем «просели» примерно вдвое больше, чем в дорогом.

Вместе с тем в Северной столице «греческий» сезон ожидают с большим оптимизмом. Например, руководитель петербургского представительства туроператора Ambotis Holidays Светлана Нестерова констатирует: объемы продаж растут с каждым днем и есть основания полагать, что результаты лета окажутся хорошими. «Главное — поддер-

живать оптимальное соотношение спроса и предложения, а также выводить на рынок качественный турпродукт, — считает она. — В этом отношении у нас есть преимущество, поскольку свои программы мы строим с использованием только регулярной перевозки и заранее полностью обеспечиваем их качественным наземным сопровождением».

Не склонна драматизировать ситуацию и руководитель петербургского представительства компании «Музенидист Тревел» Елена Нецецкая. «Сейчас интерес к турам в Грецию явно растет, это ощущается даже по последним дням акции раннего бронирования, — говорит она. — Уверена, что клиенты в Грецию этим летом обязательно полетят и конкуренции с другими странами Средиземноморья не опасаются: Греция традиционно предлагает очень широкий выбор направлений отдыха, близка россиянам по православному духу и чрезвычайно гостеприимна».

Испания

Падение российского турпотока на испанские курорты в сезоне 2015-го эксперты оценивают в объеме от 30 до 50%. По данным Министерства ин-

ПЛЯЖИ ИТАЛИИ ЗОВУТ

Искья, Капри, Сорренто, Амальфи, Римини, Риччоне, Милано Маритима, Лидо ди Езоло, Санремо, Аlassio, Диано Марина

Сицилия, Сардиния, Апулия, Калабрия

Термальные курорты

Отдых на озерах

ПРЯМОЙ ПЕРЕЛЕТ:
СПб - Неаполь - по средам
СПб - Римини - по субботам

ИТАЛИЯ

ЭКСПУРСИОННЫЕ ТУРЫ ПО ГОРОДАМ ИСКУССТВ



АГЕНТСТВО ПУТЕШЕСТВИЙ
18 лет в туризме

Санкт-Петербург,
Невский пр., 30, оф. 3.4
+7 (812) 449-0890
449-0893

Бронирование на сайте:
www.rossita-travel.com

Галина Папанова



ТРАНСПОРТ И ТУРИЗМ
БАЛТИЙСКАЯ ЗВЕЗДА

ИЗРАИЛЬ

Мы знаем и любим Израиль с 1993 года!

БОЛГАРИЯ

АЛТАЙ

БАЙКАЛ

Санкт-Петербург,
ул. Блохина, 9,
Бизнес-центр
«Кронверк»,
пом. 101, 501

+7 (812) 448-0608, 943-5731
tour@baltzvezda.spb.ru
avia@baltzvezda.spb.ru
www.baltzvezda.spb.ru

→ дустрии, энергетики и туризма Испании, в первом квартале на фоне роста въездного турпотока на 5,3% его российский часть «просела» почти на 25%.

Эксперты отмечают, что, скорее всего, в этом сезоне спрос со стороны россиян сместится в более дешевый сегмент туров, а наибольшие потери понесут самые популярные у них курорты. Вместе с тем местные власти и отельеры не слишком стараются завлечь россиян скидками и бонусами, поскольку Испания традиционно интересна и соседям по ЕС (Британии, Франции, Германии и т. д.). В частности, за три первых месяца 2015 г. в Испании побывало 2,1 млн британцев (+9,5%) и 1,65 млн немцев (+1,2%). Увы, но «наших» в этой стране в течение всего года набирается около миллиона... Но российская и испанская стороны уверены: «дорогой» турист из нашей страны в Испанию (включая и Канарские острова) все равно поедет.

«Что касается Испании, тут ситуация неоднозначная, — констатирует Дмитрий Мазаников. — Скорее всего, не слишком высокий спрос на туры в эту страну объясняется даже не курсом евро или какими-то другими объектив-

ными факторами, а психологической неопределенностью, царящей в умах потенциальных клиентов. Многие просто еще не определились, стоит ли покупать туры в Испанию сейчас, отложить ли это на потом и как вообще себя вести в сложившейся ситуации. Остается надеяться на отложенный спрос, однако, как будет развиваться «испанская» ситуация, сказать действительно сложно».

Вместе с тем **генеральный директор компании Good Time Николай Букреев** констатирует: сейчас ситуация все же заметно лучше, чем была еще месяц назад. «Появилась уверенность в том, что сезон пройдет лучше, чем предполагалось ранее, поскольку клиенты начали активно бронировать туры, — отмечает он. — Увеличилась и глубина продаж: уже есть бронирования и на июнь, и на июль. Спрос имеется практически по всем испанским направлениям, но лучше продаются туры туда, куда есть бюджетная перевозка на лайнерах Vueling. Например, на новое для Петербурга направление в Малагу. В целом опасения, что сезон по Испании будет почти провальным, уходят. Спад, конечно, будет, но не такой, как ожидалось».

И действительно: новый рейс Vueling в Малагу — одна из принципиальных новинок сезона 2015-го. Компания намерена осуществлять прямые регулярные рейсы из «Пулкова» с начала мая до конца октября на лайнерах Airbus A320 (180 мест). Кроме того, перевозчик продолжит программу полетов в Аликанте и Барселону, наращивая объемы: в 2014-м компания обслужила на линиях между Петербургом и городами Испании около 63 тыс. человек (на 70,5% больше, чем в 2013-м).

Кипр

В 2014 г. поток российских туристов на Кипр вырос. Однако лишь на 5% вместо ожидаемых 15%. А в сезон 2015-го предполагается спад еще на 15%.

При этом **маркетинг-менеджер Кипрской организации по туризму Мария Михайлова** не склонна драматизировать ситуацию и считает, что «рост в 5% с учетом политической и экономической ситуации можно считать приемлемым результатом». Начало этого года показало, что «не так страшен черт»: в марте 2015-го, по данным Кипрской статистической службы, число туристов из России сократилось всего на 3,4%: это дает ди-

ректору Кипрской ассоциации отельеров Вассосу Киланису заявлять о том, что «ситуация не такая уж и плохая, какой мы ее видели в начале года».

К тому же киприоты намерены компенсировать спад российского турпотока за счет других въездных рынков. Вместе с тем на острове Афродиты понимают, какие потери их ждут: по оценке заместителя председателя совета директоров Кипрского агентства развития инвестиций Христоса Мавреллиса, сокращение российского турпотока на 100 тыс. человек означает недополучение экономики Кипра 100 млн евро.

По мнению директора петербургского представительства ICS Travel Group Ирины Паздерной, за счет использования регулярной перевозки стоимость туров на Кипр в этом сезоне довольно высока и направлению будет достаточно сложно конкурировать за считанные деньги туриста с более экономичными соседями по региону. «При этом с вылетом из Москвы тур на Кипр может оказаться заметно ниже по стоимости», — констатирует она.

Согласна с коллегой и **заместитель генерального директора компании «Матрёшка-Тур» Наталья Борulyко**: по ее

мнению, сложности с приобретением недорогой перевозки — основная проблема этого сезона по Кипру. «Спрос на отдых на Кипре по-прежнему есть, особенно он сохраняется среди постоянных клиентов, — констатирует она. — Однако стоимость перелета на регулярных рейсах «Аэрофлота» вынуждает нас искать альтернативы: в частности, есть возможность организовать перелет с использованием рейсов Международных Авиалиний Украины через Киев или Finnair через Хельсинки».

Италия

По данным Национального агентства по туризму Италии (ENIT), по итогам 2014 г. турпоток из России в Италию вырос на 3% и достиг 747 тыс. человек.

Как заявил во время проведения МИТТ-2015 глава представительства ENIT в Москве Доменико ди Сальво, «итальянский турбизнес, несмотря на кризис, рассчитывает на рост турпотока из России в 2015 г.». В том числе и благодаря Ди Сальво признает, что «из-за сложной экономической ситуации россияне отказываются от поездок в нашу страну: Италия пользуется все меньшей популярностью у россиян».

Ситуация с выездом в Италию из России, особенно в Петербурге, в сезоне 2015-го будет весьма сложной. Одна из важнейших причин — отказ от чартерных полетных программ и снятие целой серии рейсов. Посольство Италии уже официально сообщило об отзыве разрешения у авиакомпании Air One SpA на осуществление рейсов из Петербурга в Катанию и Верону. Фактически из курортных направлений в Петербурге остаются только Римини и Неаполь. Да и то всего по одному рейсу в неделю...

«В этом есть свои преимущества, поскольку создается своего рода дефицит перевозки и тем самым можно избежать «горения» направления, — считает директор петербургского представительства ICS Travel Group Ирина Паздерина. — Главная задача — согласовать спрос с предложением».

Не склонны драматизировать обстановку и в PAC GROUP. «Ситуация с прода-

жами показывает повышение покупательской активности в сравнении с зимой: например, значительно выросли продажи по тарифу «Раннее бронирование», — констатирует **Надежда Найдис, руководитель отдела рекламы и PR компании PAC GROUP**. — Поэтому мы максимально сохранили полетную программу из Москвы: летим в Римини по средам и субботам, в Триест, Геную, Неаполь, Верону, Катанию и Кальяри — по субботам, а в Пизу, Ольбио и Рим — по воскресеньям. Что касается регионов, то этим летом летим в Римини из Екатеринбурга, Краснодара, Ростова и Петербурга по субботам». По ее оценке, зафиксирован хороший спрос на итальянские объекты размещения, где будет реализовываться проект семейного отдыха «ПАК Ленд»: Grand Hotel Michelacci 4* и M Glamour Hotel 4* в регионе Габичче (перелет до Римини), а также клубный отель Club Valtur Parco Torre Chia 4* на Сардинии (перелет до Кальяри). «В этих отелях для туристов действует специальная акция «Дети отдыхают бесплатно», что делает этот продукт еще более привлекательным», — замечает Надежда Найдис.

«По причине значительно сокращения объемов перевозки рейсы стали хорошо заполняться: насколько мне известно, места на рейс в Римини в Петербурге уже проданы даже на первую половину июня, — отмечает **руководитель Агентства путешествий «РОССИТА» Галина Гамаева**. — Больше всего расстраивает тот факт, что из Петербурга в сезоне 2015-го не будет ни одного прямого рейса на Сицилию: спрос на этом направлении есть, а вот рейсов — нет».

Солидарна с коллегой и генеральный директор компании «Арт-Тревел» Мария Ушакова. «Благодаря появлению регулярного рейса в Неаполь компании Meridiana в Петербурге не только расширились возможности отдыха в Италии — операторам удалось получить цены на перелет, которые заметно (и в лучшую сторону) отличаются от предлагаемых другими перевозчиками на направлениях в Рим и Милан, — говорит она. — В результате для нынешних условий перевозка достаточно сбалансирована, спрос на итальянском направлении есть (на Римини все продано, как минимум, до середины июня) и появилась возможность не просто реализовывать туры, но и зарабатывать». По оценке этого эксперта, в целом объемы сезона →



Вся ИТАЛИЯ

- **Экскурсионные туры по городам искусств**
- **Отдых на море:** Побережье Одиссея, Римская Ривьера Искья, Капри, Сорренто, Амальфи Римини, Риччоне, Милано Мариттима Лидо ди Езоло, Линьяно Санремо, Алассио, Диано Марина Вьяреджо, Форте дей Марми СИЦИЛИЯ, САРДИНИЯ, АПУЛИЯ, КАЛАБРИЯ
- **Термы и SPA, шопинг-туры**
- **Отдых на озерах**

РОССИЯ и страны СНГ

- **Санаторно-курортный отдых:** Сочи, Беларусь
- **Экскурсионные туры по России**
- **Пляжный отдых:** Сочи, Абхазия, Крым, Грузия
- **Отдых с детьми:** Беларусь, Крым, Сочи
- **Прием в Санкт-Петербурге**

ВЕНГРИЯ

ГЕРМАНИЯ

ИЗРАИЛЬ

АНГЛИЯ

ПОРТУГАЛИЯ

МАЛЬТА

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

WWW.ART-TRAVEL.RU



XXIII МЕЖДУНАРОДНАЯ ТУРИСТСКАЯ ВЫСТАВКА

INWETEX

CIS TRAVEL MARKET

8-10 октября 2015

Санкт-Петербург • ВК Ленэкспо

При поддержке



Ваш путеводитель по рынку туризма

Организаторы



РЕСТАК 25 НОВАЯ ИСТОРИЯ. НОВЫЕ СОБЫТИЯ

www.travelexhibition.ru

www.vk.com/inwetex

→ 2015-го по Италии, конечно, будут ниже, чем раньше, но при этом итоги лета могут оказаться даже лучше.

Израиль

Наряду с Турцией, из множества стран Средиземноморья Израиль оказался наиболее заинтересован в российских туристах и выразил готовность доплачивать за их приезд: Министрство туризма Израиля официально сообщило, что за каждого привезенного из РФ путешественника организаторам выплатят 45 евро.

Правда, при этом компенсации могут быть предоставлены только юридическим лицам (например, туроператорам), которые организуют международные рейсы в аэропорт Овда в период с 6 октября 2015 г. до 22 апреля 2016 г. И с условием, что компания организует не менее 16 рейсов туда и обратно: заявку можно подать вплоть до 15 июня 2015 г. Вместе с тем и в Израиле, и в России признают: если за первую половину 2014 г. рост турпотока из РФ составил 20–30% (по сравнению с 2013 г.), то затем он пошел на спад и «откатился» на величину до 40%. А поскольку россияне для израильского турбизнеса одна из наиболее важных категорий клиентов

(по количеству они совсем немного уступают гостям из США), власти страны прилагают усилия для их привлечения.

Так, во время проведения МИТТ-2015 глава Министрства туризма Израиля Амир Халеви заявил, что «мы считываем вложить средства в масштабную маркетинговую кампанию для России», а руководитель департамента Министрства туризма Израиля в РФ и СНГ Ксения Кобякова подтвердила, что средств на нее выделено больше, чем в 2014-м. К тому же для того, чтобы нарастить «просевший» турпоток, израильская сторона инициировала переговоры с целым рядом крупных российских туроператоров.

Вместе с тем, по оценке **директора компании «ИТТА» Михаила Росмана**, по объективным причинам (в первую очередь из-за спада покупательной способности россиян) объем турпотока в Израиль в последнее время снизился примерно на 30%. «Никаких проблем с отдыхом на средиземноморском побережье Израиля нет: отличное море, высокий уровень сервиса, гостеприимная для россиян среда, широкие возможности для экскурсионных программ, — говорит он. — Трудности есть в России:

не знаешь, что еще завтра придумают власти и как сложится рыночная ситуация. Однако уверен, что у Израиля имеется свой турист и вряд ли на его выбор могут повлиять предложения по организации отдыха в Турции или на Кипре».

«Возможно, объем продаж на Израиль и упал по сравнению с прошлым годом, но это одно из самых популярных весенних направлений и в этом году, — считает **директор по туризму компании «Балтийская Звезда» Юлия Макарова**. — Увеличился поток индивидуальных туристов, очень возросли продажи такого направления, как Мертвое море: многие отели давали хорошие скидки».

Что касается проблем, то, по ее мнению, развитию направления мешает то, что на рынке осталась одна авиакомпания (против трех осенью), в связи с чем возросла цена авиабилета. А для клиентов класса VIP устарела отельная база: в последние годы в этом сегменте было построено всего несколько отелей.

«Помимо традиционных экскурсионных туров и туров на отдых, в этом году мы стали особенно развивать такое направление, как лечение в Израиле серьезных заболеваний в многопрофильных клиниках, — говорит Юлия Макарова. — Заключили прямые договоры с клиниками, в которых могут помочь любому пациенту независимо от профиля заболевания. Это очень трудоемкое направление, но, когда возвращается выздоровевший пациент, — испытываешь огромное удовлетворение».

Тунис

Весьма важны россияне и для Туниса: по экспертной оценке, в целом за 2014-й страну посетили около 6 млн туристов из-за рубежа, которые обеспечили

7% ее ВВП. И гости из РФ уже традиционно составляют среди них существенную часть.

Однако и на этом направлении зафиксирован спад: по данным экспертов, по итогам 2014 г. российский турпоток в Тунис по разным причинам упал, как минимум, на 7–10%. И хотя местные туристические власти рассчитывают на его восстановление, экономическая ситуация в РФ этому не способствует. А тут еще и теракт, изрядно подпортивший имидж страны... В этой связи эксперты уверены, что пока говорить о возвращении былых объемов рано.

По словам **руководителя пресс-службы НТК «Интурист» Марии Конабеевой**, прежний турпоток в Тунис в настоящее время перераспределяется — в том числе и в пользу активно продвигающей себя на российском рынке Турции. Вместе с тем она полагает, что «фанаты направления в любом случае останутся ему верны».

Не совсем согласны с этим мнением **специалисты компании «Экспресс Тур»**. По их оценке, спрос на Тунис начался с опозданием, как и на все направления, в связи с неопределенностью с курсом валют, но уже сейчас можно смело сказать, что спрос уравнивается с предложением, которое сократилось более чем на 50% по сравнению с прошлым сезоном. Что, с одной стороны, резко уменьшает провозные емкости, а с другой — дает возможность заполнять их и реализовывать туры с выгодой. «Во всяком случае, вероятность появления билетов на самолет по 4 тыс. руб. в обе стороны, как это бывало на некоторых средиземноморских направлениях в прошлые годы, в сезоне 2015-го крайне низка», — замечают в компании «Экспресс Тур».

Владимир Сергачев

Выезд граждан РФ в страны Средиземноморья (тыс. чел.)

Страна	2010	2011	2012	2013	2014
Турция	3011,6	3260,1	3334,7	4108,2	4380,5
Греция	484,7	710,3	834,3	1388,7	1214,8
Кипр	272,9	380,2	477,1	668,2	708,3
Тунис	190,7	153,7	226,2	303,7	269,4
Италия	583,3	734,2	794,3	1038,8	1056,1
Испания	517,7	785,8	990,6	1270,4	1195,9
Израиль	283,1	335,9	339,0	395,3	386,6

По данным Росстата и Пограничной службы ФСБ РФ

Таиланд для увлеченных

Возникновение туристической индустрии в Таиланде связано с вьетнамской войной: многие солдаты американской армии предпочитали проводить отпуск в этой мирной стране с ее прекрасными пляжами и улыбчивыми жителями. К моменту вывода войск из Вьетнама рыбацкая деревушка Паттайя уже располагала множеством гостиниц, баров, ювелирных лавок и массажных салонов. В это же время открылись турагентства, организующие экскурсии по ближайшим достопримечательностям. С тех пор Таиланд стал для путешественников из США и Европы одной из самых востребованных стран Азии.



Во времена Советского Союза в Таиланд могли попасть исключительно работники МИДа и родственники высокопоставленных партийных функционеров. Однако положение дел решительно изменилось после падения железного занавеса. В Таиланд стали приезжать «челноки» — первые торговцы пореформенной России. В основном они отоваривались джинсами и рубашками на рынке Во Вае Market в Бангкоке. Кроме того, в Таиланд поселились некоторые наши сограждане, сбжавшие от российской нищеты или даже искавшие на краю света спасения от преследовавших их бандитов.

Русские же туристы начали осваивать Таиланд только в середине девяностых. Тогда же обозначился и так называемый «русский сезон», который длится с ноября по март. Связано это с тем, что зимой, когда в России холодно, в Таиланде стоит прекрасная солнечная погода, а вот в марте — апреле столбик термометра на морских курортах поднимается выше 35°C. Летом и в сентябре в Таиланде часто идут тропические ливни, которые мешают полноценному отдыху.

Первые туры в страну оказались доступны многим россиянам. В основном их покупали люди, быстро и успешно освоившие профессию бизнесмена. Для них, как, впрочем, и для тех, кто по финансовым причинам не мог отправиться в путешествие, Таиланд, благодаря фильму «Эммануэль», ассоциировался со свободной любовью. Поэтому на отдых сюда часто ездили большими мужскими компаниями.

Еще все знали, что в Таиланде есть знаменитые шоу трансвеститов «Тиффани» и «Альказар» и что операций по изменению пола здесь выполняется больше, чем в любой другой стране. Действительно, начиная с 1972 г., когда была сделана первая подобная операция, число транссексуалов в стране неуклонно растет. Ежегодно среди них проводится конкурс красоты «Мисс Вселенная Тиффани», который традиционно транслирует тайское национальное телевидение. Местные гиды по-разному объясняют обстоятельства того, что их родина стала центром этой экстравагантной субкультуры. Говорят и о дешевизне этих специфических медицинских услуг, и о желании юношей найти свое место на более широком рынке секс-индустрии, и о повсеместно воспринятых в стране нормах буддийской философии, признающей за человеком право выбрать себе именно тот жизненный путь, который ему наиболее подходит. Все перечисленное, конечно, имеет место, но все же не дает полного понимания причины существования данного феномена. Видимо, дело еще в присутствии в менталитете тайцев необычайной толерантности к проявлениям окружающего мира. Стран с населением, исповедующим Буддизм, немало, но только в Таиланде можно услышать рассказ девушки о том, что парень, с которым у нее

был роман, сделал операцию и теперь они стали очень близкими друзьями. Причем эта история излагается спокойным, даже немного веселым тоном, как будто речь идет об обычной житейской ситуации...

Возвращаясь к туристическим поездкам в Таиланд из России, надо сказать, что в нулевые годы ситуация изменилась. В связи с тем что доходы наших сограждан начали расти, Юго-Восточная Азия оказалась в числе массовых направлений. Курорты Таиланда стали местом семейного отдыха с детьми. Но они, как, впрочем, и все курорты на свете, не дают представления о жизни и культуре страны. В связи с этим Управление по туризму Таиланда поставило задачу привлечь туристов в северные провинции.

В декабре 2014 г. во втором по величине городе страны и в главном центре северной части Таиланда — Чиангмае прошла выставка The Chiang Mai & The North Travel Mart, на которой были продемонстрированы возможности 120 туроператоров, работающих в этом регионе. В выставке также принимали участие партнеры местных туроператоров из Евросоюза и многих стран Юго-Восточной Азии.

В том, что Северный Таиланд — перспективное направление, можно было убедиться на улицах Чиангмая, наблюдая довольных путешественников, приехавших сюда со всех концов света. Но, к сожалению, пока только особо увлеченные, можно сказать, избранные российские туристы решают отправиться в эти края.

Уже освоившихся здесь европейцев Северный Таиланд привлекает прежде всего сохранившимися и поддерживаемыми

древними традициями. Достаточно сказать, что каждый молодой человек или девушка по окончании школы на два месяца становится послушником буддийского монастыря и на протяжении этого времени выполняет все установленные каноном ограничения, а их около трехсот. Подобная практика окончательно закрепляет те буддийские нормы поведения, которые ранее были воспитаны в них семьей. Местные жители доброжелательны, улыбчивы, они никогда не повышают голос и искренне удивятся, если кто-то повысит голос на них. Если в делах у тайцев что-то не ладится, то они без лишнего слов пытаются исправить положение, а если исправить не удастся, то быстро с этим примирятся. Так как в буддизме одной из самых негативных черт характера считается желание навязать какому-либо вещь или мнение другому человеку, то торговцы никогда не пристанут к покупателю. Они будут стоять и терпеливо ждать, пока тот сам к ним подойдет. Поэтому знаменитый огромный ночной рынок в Чиангмае погружен в абсолютную, даже немного пугающую тишину.

Чиангмай является одним из старейших городов Таиланда. Основанный в 1296 г. в окруженной горами плодородной долине реки Пинг, он очень быстро стал крупным экономическим и культурным центром. А с XIV по XVI в. Чиангмай был столицей обширного королевства под названием Ланна, которое в переводе означало «миллион рисовых полей». В городе сохранилась древняя планировка. Центр, имеющий форму квадрата, обнесен красной крепостной стеной. Правда, из-за культурных наслоений она стала настолько низкой, что кажется немного игрушечной.

В Чиангмае насчитывается около ста буддийских культовых комплексов. Согласно тайской архитектурной традиции, главный храм строится в форме резного терема с двускатной крышей. Рядом обычно высится золотистая ступа — конусообразная постройка, в основании которой при строительстве закладывается какая-либо священная для буддистов реликвия. Ступы по внешнему виду в Таиланде также отличаются от аналогичных сооружений в других частях Азии: они поднимаются вверх не плавно, а высокими ступенями.

Так как Чиангмай был столицей средневекового государства, то и храмы в нем сохранились древние и потому особо почитаемые во всей стране. Один из них — Пхра Синг расположен в самом центре города, внутри крепостной стены. Здесь, в главном храме этого духовного центра, находится самая почитаемая в Северном Таиланде статуя Будды (1400 г.), а окружающие его ступы украшены изображениями из сцен повседневного быта жителей королевства Ланна.

Другой известный храмовый комплекс — Дой Сутеп возвышается в пригороде Чиангмая на вершине одноименной горы. По легенде, в XIV в. правитель →

ТУНИС

Спецены на отели с ТАЛАССО!

БОЛГАРИЯ
ЧЕРНОГОРИЯ

КРЫМ • СОЧИ • ТУРЦИЯ
из Санкт-Петербурга

EXPRESS TOURS — ВАШ НАДЕЖНЫЙ ПАРТНЕР!

EXPRESS tours

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

GRANDexpress

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



→ Ланна решил построить для частицы праха Будды новое святилище. Определить место для строительства выпала честь белому слону. Слон медленно пошел в сторону горы Дой Сутхеп, а за ним на расстоянии следовал сам король со свитой. Их путь был долгим и утомительным. Наконец, белый гигант остановился, протрубил три раза, опустился на колени и умер. На этом самом месте и построили храм. Еще недавно паломники добирались до храма по тропам через джунгли. Теперь к Дой Сутхепу ведет асфальтированная дорога, а последние несколько метров вверх можно подняться по каменной лестнице или даже на лифте. Кроме изящных бело-золотых зданий, святилище поражает многочисленными скульптурными изображениями Будды и огромным количеством мелодично звенящих колокольчиков. В Дой Сутхепе каждый посетитель, даже не буддист, может принять благословение, приносящее жизненное благополучие. Надо лишь встать на колени перед монахом и сложить руки в ритуальной просьбе. А монах в свою очередь из специального сосуда окропит страждущего освященной водой. Однако даже здесь никуда не деться от современного мира с его технологиями. Так, в перерывах между ритуальными действиями священнослужитель может вынуть из-под своего оранжевого одеяния айфон последней модели и мельком взглянуть на экран.

Из Чиангмая местные турфирмы организуют 2–3-дневные экскурсии по самой северной из 77 провинций Таиланда – Чианграй. По пути туристы посещают слоновью ферму и могут покатаются на этих громадных животных по джунглям. Здесь же устраивают шоу, самым запоминающимся номером которого является написание слонами акварельных пейзажей. Можно только удивляться, насколько быстры и точны движения этих удивительных «художников». Дрессировщики только успевают подавать в их хобот кисти с нужной краской. Хотя если слонам доверяют выбирать место для святилищ, то само собой разумеется, что они в состоянии создать настоящие произведения искусства. После представления желающие могут приобрести любую из созданных на их глазах картин.

Дорога, ведущая на север, проходит между невысокими, густо поросшими лесом горами. Это регион страны, который можно без преувеличения назвать горным. В нескольких километрах от Чианграя, главного города провинции, стоит один из самых знаменитых и необычных храмов Таиланда – Ват Ронг Кхун. Он единственный из всех культовых буддийских сооружений белого цвета и еще к тому же со-

встроенной по всему фасаду мозаикой из зеркал. От этого под ярким тропическим солнцем вокруг храма образуется почти неземное ослепительное сияние.

Идея создания белоснежного здания принадлежит известному в Таиланде художнику Халермхаи Коситпипату. Кроме того, он финансирует начавшееся в 1997 г. строительство из средств, вырученных от продажи собственных картин. Поэтому Халермхаи Коситпипат никак не связан с волей и вкусами спонсоров. Это исключительно его проект. Он сам продумывает каждую его деталь, чтобы традиционное буддийское искусство гармонично сочеталось с современными дизайнерскими решениями.

Храм окружает пруд с белыми рыбками. Мост, ведущий к нему, по мысли автора, олицетворяет цикл перерождений на пути к достижению нирваны. Круг с клыками перед мостом символизирует устье мифологической реки Раху, представляя круги ада и страданий, а рядом внизу из глади пруда поднимаются взывающие к пощаде руки грешников синюшного цвета. Внутреннее убранство храма, контрастируя с его белым сверкающим фасадом, решено в золотистых тонах. В центре – алтарь Будды, а на стенах изображены животные, символизирующие четыре главные стихии: слон, стоящий на земле, вынырывающая из-под воды змея, крылья лебедя, представляющие ветер, и грива льва, символизирующая огонь. Рядом с главным храмом на площади около трех гектаров в том же стиле сейчас возводится целый культурно-медитативный городок. Уже построены часовня, пагода, картинная галерея и монастырь. Есть также лавки, продающие изделия традиционных народных промыслов, и вегетарианские кафе.

Обычно туристические группы в Чианграе не задерживаются. Хотя в нем, так же как и в Чиангмае, немало средневековых храмов, в том числе древнейший в стране храм Ват Пра Тхат Чхомтхонг (XII в.). Главной целью путешественников является равнина, граничащая с Мьянмой и Лаосом. В недавнем прошлом она была печально известна всему миру как «Золотой треугольник». Второе слово этого названия объяснялось той формой, которую представляет собой долина, а первое – тем, что ее климат и почва оказались наиболее благоприятными для выращивания опиумного мака. Поэтому неудивительно, что именно здесь в середине XX в. возникла слаженная и разветвленная система производства и торговли наркотиками. Почти 50 тыс. человек обеспечивали



транзит и сбыт криминального товара. Возглавлял это «призрачное государство» Кхун Са, который к тому же представлял себя революционером, борющимся за свободу и социальное равенство с помощью вырученных за наркотики денег. Но ничто не длится вечно. Тайскому правительству удалось ликвидировать анклав, а его глава до конца жизни вынужден был скрываться от международных спецслужб.

Теперь об этих бурных событиях напоминает лишь единственный в мире музей опиума. В залах с использованием современных мультимедийных технологий демонстрируются история производства этого наркотика и последствия от его употребления. Музей стоит на берегу крупнейшей не только в Индокитае, но и в мире реки Меконг. Здесь ее течение плавное и величественно. Желающие могут совершить круиз на лодках по тайным маршрутам наркоторговцев.

В Северном Таиланде существует много примет и обычаев. Так, например, считается, что для улучшения своей кармы необходимо купить на рынке птичку и выпустить ее из клетки на волю. Таким образом ты спасешь живое существо и, следовательно, дашь новую жизнь. Еще есть идущая из Китая традиция отпускать в небо бумажные фонарики и загадывать желание. Желаний у людей всегда много, и поэтому фонарики в небе можно увидеть довольно часто. Нашей группе тоже предоставили возможность вместе с фонариками поднять ввысь собственные мечты. Конечно, у каждого они были свои, но было еще и общее желание, чтобы туристическая индустрия, несмотря на трудности, продолжала развиваться и такие самобытные и яркие уголки мира, как Северный Таиланд, стали популярными у наших соотечественников.

Борис Кричевский
Благодарим Московский офис ТАТ за организацию поездки

По данным Туристического управления Таиланда, в 2014 г. страну посетили 1,6 млн россиян, что на 8% меньше, чем годом ранее. «В 2015 г. мы ставим перед собой цель увеличить доходы от российского направления на 14%, а турпоток – на 9% по сравнению с прошлым годом. Несмотря на то что российская экономика столкнулась с определенными трудностями, мы продолжаем нашу маркетинговую активность в России в прежнем режиме», – сообщил глава ТАТ Таватчай Арунык.

Для Таиланда российское направление является вторым по доходности после Китая. «Русские туристы в среднем тратят у нас ежедневно \$143 на человека. Обычно они покупают десятидневные пакетные туры, которые обходятся в \$1,2–1,5 тыс. на каждого. Россия для нас одна из шести стран, поставляющих более миллиона туристов ежегодно», – подчеркнул Таватчай Арунык. В этом году Туристическое управление Таиланда намерено сконцентрировать свои усилия в России на работе с «высокодоходным сегментом, а также с нишевыми рынками».

RATA-news

Тб workshop

ТУРБИЗНЕС

Приглашаем к участию в осенней серии workshop «Турбизнес»

7–11 сентября

21–25 сентября

28 сентября–2 октября

6–9 октября

13–16 октября

20–21 октября

22–23 октября

26–29 октября

29–30 октября

Тольятти – Ульяновск – Пенза – Саратов – Волгоград

Екатеринбург – Уфа – Самара – Казань – Н.Новгород

Ростов-на-Дону – Краснодар – Ставрополь – Пятигорск

Пермь – Челябинск – Тюмень – Сургут

Омск – Новосибирск – Красноярск – Иркутск

Владивосток  – Хабаровск 

Астана – Алма-Ата

Мурманск – Архангельск – С.-Петербург* – Калининград

Минск – Витебск 

СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ:

РОССИЯ – 17 тыс. руб. (за один город)**,

СНГ – 19 тыс. руб. (за один город)

В стоимость участия входят: предоставление рабочего места (с табличкой и бейджи), рекламная кампания в журнале «Турбизнес», приглашение профессиональных посетителей, организация подъездных трансферов для посетителей (в некоторых городах), размещение информации в полноцветном каталоге workshop и на сайте «Турбизнес», экскурсионное обслуживание по программе.

** Скидки на участие предоставляются индивидуально при бронировании не менее 10 городов

БОНУС УЧАСТНИКАМ:

- бесплатное размещение информации о компании в журнале «Турбизнес» (1/6 полосы с логотипом компании).

Дополнительно предлагаем:

- участие в бизнес-завтраках в рамках проведения workshop,
- доставку материалов к рабочему месту в российские города (48 руб./кг.),
- пакеты обслуживания (от 6 тыс. руб. в российских городах, включая трансферы по программе, обеды и проживание, СНГ – от 10 тыс. руб. в одном городе),
- размещение рекламы в каталоге workshop (от 6 тыс. руб.),
- заочное участие в workshop (Россия – 8,5 тыс. руб., СНГ – 10 тыс. руб.),
- организация индивидуальных презентаций, роуд-шоу, конференций различной сложности в городах России и СНГ.

Отдел workshop «Турбизнес»:

Кристина Сивова k.sivova@tourbus.ru, Евгения Шуманская e.shumanskaya@tourbus.ru

Дополнительная информация по тел.: (495) 723-72-72 www.tb-workshop.ru, www.tourbus.ru



WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» – БОЛЕЕ 380 МЕРОПРИЯТИЙ В 50 ГОРОДАХ РОССИИ И СНГ С 1998 ГОДА

* Мероприятие пройдет в формате бизнес-завтрака

Окунитесь в мир Тайнесс!*

*Туристическое Управление Таиланда
Московский офис
info@tourismthailand.ru*

* *Тайнесс - понятие, объединяющее в себе культуру и образ жизни тайского народа.*

Бангкок



Ко Чанг



Самуи



Паттайя



Пхукет



Канчанабури



Available on the
App Store

GET IT ON
Google play