

Издатель

Евгений ЗОБОВ, zobov@tourinfo.ru

Главный редактор

Федор ИВАНОВ, ivanov@tourinfo.ru

Редактор отдела внутреннего туризма

Наталья РЫБАЛЬЧЕНКО

rybalchenko@tourinfo.ru

Корреспонденты:

Дмитрий ЕРМАКОВ

Елена ЗОБОВА

Руководитель проекта TOURINFO.RU

Михаил АРХИПОВ

arhipov@tourinfo.ru

Реклама:

Наталья ТАРАБРИНА, tarabrina@tourinfo.ru

Андрей ПИНЧУК, pinchuk@tourinfo.ru

Корректура:

Нина ШЕЛУДЯКОВА

Арт-директор:

Сергей ЗНАМЕНСКИЙ

Дизайн:

Борис ТРОЕПОЛЬСКИЙ

Телефон:

(495) 234-08-30

WWW.TOURINFO.RU

Адрес: Москва, ул. Буракова, дом 27, корп. 3

Проезд: ст. м. "Шоссе Энтузиастов"

По вопросам доставки журнала

обращаться в отдел подписки

podpiska@tourinfo.ru

Учредитель: ООО "Фирма Туринфо",
регистрационный номер ПИ №ФС77-44440

Цена свободная

Отпечатано в Москве

Тираж 8500 экземпляров

© "Туринфо"

При перепечатке материалов

ссылка на "Туринфо" обязательна

Редакция журнала "Туринфо" не несет

ответственности за содержание рекламных

объявлений. Претензии по рекламе принимаются

в течение двух недель после выхода номера



...Если в начале зимы мы говорили о стойких кризисных предчувствиях, то ее вторая половина доказывает: кризис – не ощущение, мы уже в нем, это не на день. Причем в опасности сразу несколько секторов рынка. И если провал в Египте еще хоть как-то можно объяснить непроверенной, но широко растиражированной информацией об угрозе безопасности для туристов, обернувшейся много-миллионными потерями для операторов и агентств, то обвальное падение рубля обернулось провалом продаж на всех европейских направлениях. Самый стабильный и прибыльный для всех участников рынка сектор сворачивается на глазах.

Никакой демпинг в этой ситуации не поможет. На фоне крушения курса спасателями индустрии обычно выступали низкобюджетные направления – сейчас таких практически не осталось. Часть операторов уже пересматривают свои программы. Придется пересматривать их и принимающим сторонам. Только в такой точечной и скоординированной настройке и можно будет отыскать возможности пережить это непростое время. Хотелось бы, чтобы нам всем это удалось...

Федор ИВАНОВ,
главный редактор "Туринфо"

2 СОДЕРЖАНИЕ



4



14



21



25



29



32

туринфо

главная тема

- 2** **Итоги и прогнозы.**
Что было? Что будет? Чем сердце успокоится?
- 12** **Вход в «ЛАБИРИНТ»**
Оператор о летних планах

агентства

- 14** **Е-коммерция.**
Инструментарий DESK от WikiPlanet
- 18** **Почему в Сети жить хорошо?**
Ответ генерального директора Сети
Travel Business Service Рашада Мамедова
- 21** **Речные круизы.**
Заплыв-2014

Россия

- 25** **Сочи.**
Жизнь после Олимпиады

travel-гид


- 29** **Мальта.**
Весной. Хорошо.
- 32** **Финляндия.**
Праздник каждый день



Покупай
лето
со скидкой до **35%**

Акция «Раннее бронирование»! Брендвые отели по эксклюзивным ценам!

Москва колл-центр
(495) 232-10-11
www.coral.ru

Присоединяйтесь
к нам   

GROUP OF COMPANIES 

* Группа компаний ОТИ
Регистрационный номер МТ1 001376 РЕКЛАМА



Итоги зимнего сезона и прогнозы на лето обещают турбизнесу нелегкую жизнь

ДИСКОНТ КР

Несмотря на отсутствие в завершающемся зимнем сезоне большого количества «горящих» туров, по крайней мере, размах демпинга уже не тот, что 4–5 лет назад, слово «скидки» все прочнее вживается в лексикон сегодняшнего турбизнеса. Стало ли оно главным трендом текущего сезона, как это происходит и в других отраслях экономики?

Дмитрий ЕРМАКОВ

Конечно, скидки в отечественном туризме существуют со дня его основания, а тенденция к массовому «горению» путевок наметилась уже давно. Однако именно сейчас слово «скидки» стало неким символом всего происходящего в отрасли. Причины – на поверхности: инфляция растет быстрее зарплат, экономика в стране продолжает оставаться в основном сырьевой, финансовый кризис – 2008 никуда не уходил (хотя на какой-то миг могло показаться иначе), люди крепко увязли в кредитном рабстве и т.д. А путешествовать хочется.

Те, кто помоложе или поспортивнее, уже освоили прелести «Букинг.ком» и «Скайсканнера», но большинство наших сограждан до сих пор предпочитают готовые туры: кто-то – в силу традиционной консервативности русского народа, воспетой еще в басне о лежащем на полотах Илье Муромце. Другие считают, что самостоятельное оформление путевки отнимает уйму столь дорогого сейчас времени. Третьи уверены, что у туроператоров бывает дешевле.

Туроператорам же ничего не остается, кроме как конкурировать ценой с системами прямого бронирования, да еще и закладывать в итоговую цену тура падающую платежеспособность населения. А тут еще и волнения в Египте, Таиланде на Украине;

тут же сочинская Олимпиада и параллельно – стремительное падение курса рубля...

Удалось ли игрокам рынка, работая в столь агрессивной среде, успешно «закрыть» зиму? Или напротив? И что, на фоне такой суровой политико-экономической картины, готовит нам летний сезон? Сдержанную игру или ожесточенные ценовые войны за клиента?

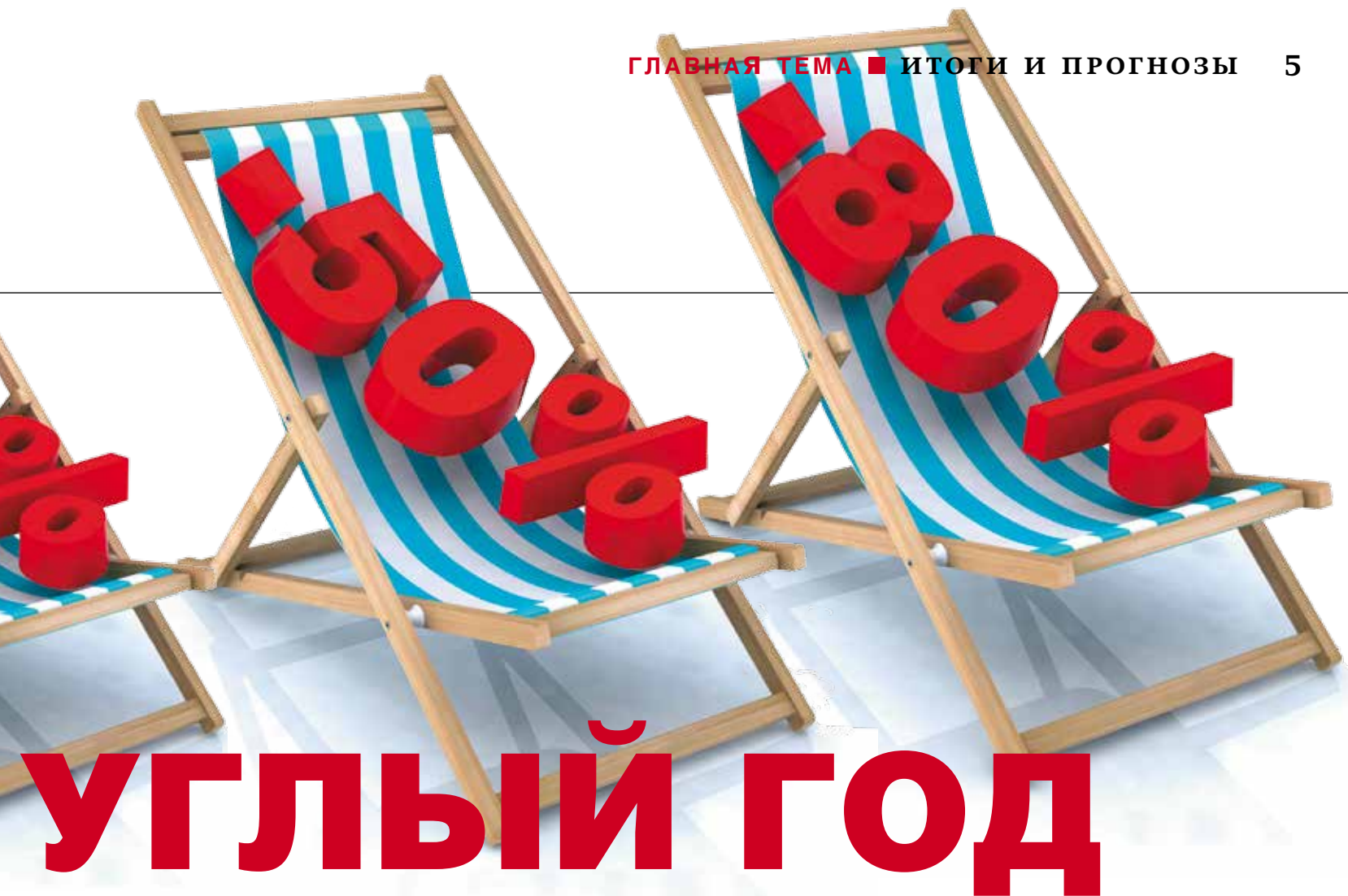
КРИЗИСНАЯ СТАТИСТИКА

Участники рынка, опрошенные «Турифо», считают, что тенденция перемещения спроса, описанная выше, в обозримом будущем останется неизменной. Так, следующий прогноз дает генеральный директор компании

«ИнтАэр» Александр Корбарум: на рынке уже возникает и будет расти число объектов размещения, тяготеющих к дешевому уровню. Они будут массово выходить на российский рынок.

Наблюдатели также отмечают падение потребительского спроса среди туристов. Например, руководитель «Русского Экспресса» Тарас Кобищанов обращает внимание на статистику «Яндекса» за 2013 год по запросам о поиске туров. Если в феврале рост по сравнению с аналогичным периодом 2012 года составил 47%, то в декабре всего 4%. Данных на начало 2014 года пока нет, однако динамика снижения продолжалась весь прошлый год. «Если продлить ее на январь, февраль, то можно понять, что





УГЛЫЙ ГОД

клиенты будут меньше искать туры, чем в прошлом году. Тенденция налицо, и она показывает динамику более явно, чем данные перевозчиков и туроператоров, – полагает Тарас Кобищанов. – Власти уже открыто говорят о стагнации, которая может привести к рецессии. Как будут реагировать операторы – уходить ли в демпинг, оптимизировать ли объемы, пока не ясно, но скоро мы это увидим».

Европейские показатели туристического бизнеса также говорят о прогрессирующем – если не доминирующем – стремлении клиента к экономии. Так, в ноябрьском отчете Euromonitor International, обнародованном на выставке World Travel Market, говорится, что Европа продолжает бороться с финансовым кризисом, с падением ВВП – и это сказывается на предпочтениях отдыхающих. Европейцы ищут более дешевые путевки, и, как следствие, нижняя планка цен становится еще ниже. По сути, идет тот же демпинг, что и в России, только в слегка более цивилизованной форме.

Плюс к тому, поскольку сама суть любого путешествия подразумевает мобильность, растет и количество бронирований через Интернет, различного рода приложения для гаджетов. Данных за 2013 год пока нет, но годом раньше, сообщает тот же источник, мировая индустрия онлайн-продаж в туризме выросла на 8,4% и достигла суммы в 524 млрд долларов. Нет сомнений, что цифры продолжают расти. Что, разумеется, отнимает хлеб у традиционных туроператоров (и опять же заставляет их снижать цены).

Туроператоры, включая мировых лидеров, этого и не скрывают. Так, у международного холдинга TUI Travel предварительные итоги зимы, сообщает FVW.com, показали падение числа бронирований на 4% и числа клиентов на 7% относительно аналогичного периода прошлого сезона.

ЗИМА СО СКИДОЧНЫМ АКЦЕНТОМ

Впрочем, на всех направлениях по-разному. Так, спрос

на отдых в Европе, судя по всему, не меняется. Общая загрузка отелей, по данным Евростата, в зимнем сезоне – 2012–2013 увеличилась всего на 0,2%, и, судя по всему, колебания сохранятся в пределах того же порядка по итогам нынешней зимы.

На российском рынке, как обычно, зимой лучше продавались «недорогие» страны. Впрочем, турпакеты по экзотическим направлениям более высокого ценового сегмента порою можно было купить за сравнительно небольшие деньги. И дело не только в туроператорских СПО. Приятной особенностью сезона стало то, что авиаперевозчики не повышали стоимость рейсов – по крайней мере, так утверждают участники рынка. «Например, цена на перевозку на Кубу «Аэрофлотом» в этом году стала даже лучше, чем в прошлом», – утверждает генеральный директор ICS Travel Group Дмитрий Шевченко.

Говоря о конкретных направлениях, вряд ли можно отметить явные провалы спроса. Даже Египет, несмо-

На российском рынке, как обычно, зимой лучше продавались «недорогие» страны

Общие клиентские предпочтения остаются в целом прежними, меняется сама структура спроса



Нет сомнения, что у отечественного покупателя Карибы сейчас в тренде

тря на сложную обстановку в стране (к ней мы еще вернемся ниже), остался в фаворитах любителей пляжного отдыха. Неоднозначно оценивают разве что ОАЭ – туроператоры, работающие в более дорогом сегменте, продажами довольны, прочие же говорят о падении спроса.

Хорошие показатели на фоне слегка «просевшего» Ближнего Востока (или, возможно, благодаря ему) были зимой у Индии и Шри-Ланки. Удивительно, но туры на Гоа почти не «горели» и стоили в низкий сезон не \$500 на человека, как в прежние годы, а от \$1000. В том числе и в

регионах, откуда общий объем чартерной авиаперевозки, и не только в Индию, снова вырос. Неплохо «закрывался» и Таиланд.

Что касается ряда дорогих направлений – Сейшелы, Маврикий, игроки отмечают легкое снижение, составляющее около 5%. Разумеется, оно не катастрофично для рынка, тем более что в последние годы по этим направлениям продажи шли вверх. Мальдивы же по итогам зимы остались в фаворе, в том числе опять же за счет привлекательной цены. То же можно сказать и о набирающей популярность с каждым годом

Латинской Америке. Так, по данным местной статистики, на ряде курортов страны рост турпотока с начала текущего года составил 15%. Правда, речь идет о туристах не только из России, но нет сомнения, что у отечественного покупателя Карибы сейчас в тренде. Это подтверждает и краткий опрос турагентств, проведенный «Турифо».

Вместе с тем наличие низких цен на ряде исконно небюджетных направлений говорит о том самом падении потребительского спроса, на который обратил внимание Тарас Кобищанов из «Русского Экспресса». Виктор Леонтьев, гендиректор специализирующейся на VIP-турах, в первую очередь экзотических, компании «Ван Борк», отметил и наличие скидок на проживание в отелях, доходящих до 50%. «Это косвенные признаки снижения продаж – практически в разгар сезона выходили спецпредложения, о которых можно было только мечтать», – отмечает он.

Что касается такого популярного вида зимнего отдыха, как горные лыжи, спрос остается традиционно высоким. В первую очередь потому, что активные продажи в этом сегменте начинаются за полгода до сезона. Отметим, что вырос спрос опять же на бюджетное направление – Болгарию, причем несмотря на проблемы со снегом в начале января.

БЕЗ СЕРЕДИНЫ

Однако, если общие клиентские предпочтения остаются в целом прежними, меняется сама структура спроса. Еще прошлым летом некоторые эксперты отмечали «проседание» среднего сегмента, перемещение спроса в дешевый или дорогой сегмент. Об этом же говорилось в выступлении исполнительного директора Ассоциации туроператоров России (АТОР) Майи Ломидзе в конце января. Правда, ее наблюдения коснулись только



REGIONE DEL VENETO

Италия



ТЕРМЕ ЭУГАНЕ:
АБАНО, МОНТЕГРОТТО, ГАЛЬЦИНЬЯНО, БАТТАЛЬЯ, ТЕОЛО

Посетите нас:
21-я Московская международная выставка МИТТ-2014
«ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ» Москва, ЦВК «Экспоцентр»,
19-22 МАРТА 2014 ПАВИЛЬОН № 2, ЗАЛ 3, СТЕНД НОМЕР – D300
Приглашаем Вас посетить наш семинар:
20 МАРТА 2014, ПАВИЛЬОН № 2, ЗАЛ 1, 3 ЭТАЖ с 13.00 по 14.00

РОЗЫГРЫШ 1 ПРИЗА – 5 ДНЕЙ В СПА АБАНО И МОНТЕГРОТТО*

* С условиями розыгрыша можно ознакомиться у нашего стенда

РЕГИОН ВЕНЕТО
www.veneto.to
info: promointegrata@regione.veneto.it



ВЕНЕТО

В Венето есть все: природа, история, искусство, культура, развлечения – все это сделает ваш отдых незабываемым!

Область Венето, кажется, собрала все лучшее, что есть в Италии: фрески Джотто в Падуе, виллы Палладио в Виченце, романтические легенды в Вероне, средневековые улочки в Тревизо, а также виноградники, отменные вина, лучший ризотто в стране и конечно, незабываемую Венецию город, в котором хотя бы раз в жизни должен побывать каждый.

Доломитовые Альпы, равнины с невысокими холмами вулканического происхождения, одно из самых крупных и красивых озер Италии — Гарда, широкие песчаные пляжи все это вы сможете увидеть посетив удивительный и уникальный регион Венето, где сбываются мечты!!!



ЭУГАНСКИЕ ТЕРМЕ АБАНО И МОНТЕГРОТТО

Абано и Монтегротто Терме - это один из самых крупных спа курортов Европы, расположенный в 30 минутах езды от Венеции. 108 отелей различной категории начиная от 2-звездочных до роскошных 5-звездочных отелей класса люкс, каждый со своим собственным спа-центром. В курортной зоне находятся около 240 термальных бассейнов, 4 поля для гольфа, велосипедные дорожки, быстрая ходьба. Уникальное расположение предоставляет возможность посетить самые красивые города северной Италии, а также попробовать национальную кухню.



THERMAE ABANO MONTEGROTTO

www.abanomontegrotto.it • info@abanomontegrottosi.it





Демпинг и финансовый кризис уже давно научили клиента «охотиться за скидками»

Италии. «Российские туристы выбирают либо самые экономичные, либо самые дорогие туры в Италию, средний сектор практически не востребован», – сказала она. Но ряд экспертов предполагают, что речь идет о тренде, который распространяется и на другие направления. В чем причины – политика участников рынка или изменений клиентских предпочтений? Очевидно, обоюдная: демпинг и финансовый кризис уже давно научили клиента «охотиться за скидками», что не дает игрокам возможным поднимать цены на нижний массовый продукт даже с учетом инфляции.

«Общее настроение – в том, что все начинают экономить деньги. Это вопрос психологии. То, что сегмент дешевых туров растет в результате спада в экономике, новостью не является, – говорит Тарас Кобищанов. – Но есть изменения и в дорогом сегменте: не то чтобы эти люди боялись, что их кошелек опустеет, скорее, они не хотят в условиях кризиса тратить столько же, сколько раньше. Те, кто покупал тур за \$30 тыс., сейчас тратят \$10 тыс.

На возможность расщепления спроса указывает и еще одна особенность прошедшего зимнего сезона – спад продаж по новогодним турам. Даже в середине декабря не было проблем с поиском новогодних путевок, хотя в прошлые годы основные продажи заканчивались в ноябре. «Людям оказалось просто не по карману лететь на отдых – они не смогли купить туры, стоимость которых по сравнению с прошлыми годами не выросла. Здесь роль играют и падение потребительского спроса, и скачки валют», – говорит Тарас Кобищанов.

Зато приятной неожиданностью стал низкий сезон. Туристы с удовольствием покупали подешевевшие после новогоднего пика «туры». Нашел клиент и другие лазейки в поисках экономии. «Уже второй год как наши российские туристы стали готовы жить далеко от моря. Не стесняются селиться в «двочки». Стали востребованными чартерные билеты – за счет того, что консульства стали давать больше мультивиз. Учитывают люди и колебания валютных курсов, выгадывая даты покупки тура», – рассказывает Александр Корбарум из «ИнтАэр».

КРИЗИС РУБЛЯ

Впрочем, низкий курс рубля, скорее, сыграл свою роль для туроператоров: неопределенный баланс между зарплатой и реальной стоимостью товаров основного потребления не соответствует продажам путевок на отдых. Плохим сигналом стало и снижение интереса к раннему бронированию. Причем отмечают это даже туроператоры, имеющие дело с обеспеченным клиентом – тот же «Ван Борк». «Несколько последних лет летние продажи начинались рано за счет скидок на раннее бронирование. В этом году скидки тоже есть, но люди спешат расставаться с деньгами, и это, скорее всего, связано с курсом

рубля, – говорит Виктор Леонтьев. –

Я понимаю, если бы речь шла о дешевых турах, но мы работаем с клиентами, у которых это не последние деньги».

Отметим, однако, что в целом по рынку пока преждевременно говорить о «провалившемся» раннем бронировании летнего сезона: многие туроператоры только-только его запустили. А некоторые и вовсе отмечают, что «все путем». «Конечно, курсовые колебания сказываются на покупательской активности не лучшим образом, но у нас ранние продажи идут хорошими темпами», – утверждает Дмитрий Шевченко. Есть также мнение, что в торможении как раннего летнего, так и февральского бронирования виновата, скорее, Олимпиада, по окончании которой картина может нормализоваться. Но, поскольку этот материал сдавался в номер лишь немногим после завершения Олимпиады, эту гипотезу проверить не удалось.

К тому же к лету курс нацвалюты может прийти в равновесие. А если верить заявлению министра финансов РФ Антона Силуанова от 25 февраля, то уже пришел. Несколько ранее глава Центробанка Эльвира Набиуллина сообщила о необходимости удержания инфляции в рамках 5%. Пока что получается. Так, «Райффайзен Банк» в пресс-релизе от 19 февраля публично усомнился, что в первом полугодии произойдет ослабление рубля, способное повлечь за собой значительный всплеск инфляции. «Наоборот, как и сам ЦБ, мы считаем рубль сейчас недооцененным», – утверждает в документе.

В то же время другие цифры, приведенные в статданных ЦБ РФ, настраивают на слегка тревожный лад. Например, общий спрос физических лиц на наличную валюту за период 15 января – 15 февра-



Перевод потенциальными клиентами средств в валюту может сыграть на руку туристическому бизнесу

ля вырос на 49%. При этом со счетов, открытых в этих же банках, российские граждане сняли валюты на сумму \$5,3 млрд. Это максимальный показатель, начиная с октября 2008 года.

Перевод потенциальными клиентами средств в валюту, однако, может сыграть на руку туристическому бизнесу. «Состоятельные россияне уже давно хранят средства в мультивалютном виде: доллары, евро, рубли, – говорит генеральный директор компании «Арт-Тур» Дмитрий Арутюнов. – В таком случае, разумеется, курсовые колебания никак не отражаются на их предпочтениях при покупке туров».

Эксперты, опрошенные финансовыми изданиями, считают нынешний курс рубля справедливым (поскольку

он рыночный), но сомневаются, что это принесет пользу российской экономике. Единственный явный плюс – может вырасти спрос на товары отечественного производства. Что в туризме уже началось: туроператоры, работающие с внутренним продуктом, отмечают заметный рост продаж по российской «горнолыжке». Причем еще до Олимпиады. А глава Ростуризма Александр Радьков в январе отметил, что резкое падение курса рубля по отношению к мировым валютам может привести к росту популярности российских курортов.

БОЛЕВЫЕ ТОЧКИ

Кроме экономических коллизий, туристический рынок в этом году сильно страдает от

потрясений политических. В первую очередь это коснулось Египта и Таиланда. Во вторую – Украины. Причем если зимнее Закарпатье туроператор может заменить, к примеру, Словакией или Польшей, то к лету вопрос крымских курортов встанет очень остро. Отметим, что на момент сдачи номера в печать именно Крым стал основным рубежом противостояния на Украине. И, как бы смело и дико это ни звучало, но нельзя полностью исключать, что к лету полуостров может стать российским. Что, однако, вряд ли спасет турпоток: политические волнения на полуострове быстро не схлынут при любом раскладе. Так что, как минимум, обильной денежной «жаты» с Крыма этим летом туроператоры не снимут. Как

максимум, сезон там и вовсе провалится.

Картина по Египту вроде бы более ясная, но лишь немногим более радостная. Напомним, в ноябрьском номере за 2013 год «Турифо» сообщало, что спрос на туры в Страну пирамид после свержения президента Мухаммеда Мурси стал восстанавливаться. Однако 16 февраля на Синае был взорван автобус с корейскими туристами, 5 человек погибло. Исламистская группировка «Ансар Бейт аль-Макдис», взявшая на себя ответственность за теракт, потребовала от всех туристов до 20 февраля покинуть Египет.

Этого, разумеется, не произошло, и, более того, туроператоры утверждали лишь о единичных случаях отказа от поездок. Но через несколь-



Новинка!

Сардиния

в 2014 году - итальянский остров САРДИНИЯ !!!

Авиaperезовка:

Прямые чартерные рейсы из Москвы:
Юг острова – а/п Кальяри (среда и суббота, 2 раза в неделю)
с конца мая по середину октября

Фирменный сервис: представители TEZ TOUR
на курортах, гиды во всех базовых отелях.



Суперновинка! Кипр

в 2014 году - остров КИПР !!!

Авиaperезовка:

из Москвы - а/к iFly еженедельно, начиная с майских праздников и с июня 4 раза в неделю по 2, 5, 6, 7 дням до октября 2014 года.
региональные программы из Питера, Екатеринбурга, Самары, а также из Белоруссии, Украины и Прибалтики.

Эксклюзивы от TEZ TOUR:

Бесплатная кипрская SIM-карта всем туристам по прилету!

Еще одной интригой остается Сардиния, куда выходят одновременно два крупных игрока – ТЕЗ Тур и «Пегас Туристик»



ко дней исполнительный директор АТОР Майя Ломидзе заявила, что количество бронирований турпоездов в Египет в российских туркомпаниях снизилось, как минимум, на 80%. «Некоторые туроператоры говорят, что не было вообще ни одной заявки, у других есть единичные заявки на дальнейшие даты, с марта», – сказала она. Впрочем, тут же отметив, что даже такое резкое снижение ни о чем не говорит, и как только ситуация успокоится, количество бронирований восстановится.

Неделей позже в АТОР поступило заявление министра туризма Египта Хишама Зазу, где требования террористов названы, по сути, «уткой»: они были опубликованы в Twitter, откуда и разошлись в СМИ, однако у группировки нет аккаунтов в соцсетях. Турпоток постепенно стал восстанавливаться, но, как говорится, осадок остался. К тому же политическую ситуацию в Египте вряд ли можно назвать стабильной. Курорты охраняются, и местные власти это подчеркивают, но тень террора на Египет уже пала. И это не «залетные» акулы в Шарм-эль-Шейхе: радикальные исламисты, похоже, останутся в регионе надолго.

Впрочем, российские туристы настолько любят Египет, что им и Красное море по колено, да и теракты, увы, случаются в России не реже. Наши соотечественники – да и не только они – готовы ехать в Шарм и Хургаду даже в период волнений. «Египет – это потрясающее направление, и после временной остановки осенью он снова «стартанул». Ожидания других стран, что египетский клиент окажется у них, не оправдались, программа ожила. Правда, потребитель хочет ее в дотационном варианте», – отмечает Александр Корбарум. Нет сомнения, что так произойдет и на сей раз, после теракта. Но лишь в

случае, если не будет новых терактов.

Что же касается Таиланда, – волнения, которые случаются уже несколько раз за последние годы, не выходят далеко за рамки города Бангкока. А он редко является конечной или основной целью для туристов, летящих на курорты. Кроме того, многие рейсы из России прибывают не в столицу Сиам, а на Пхукет. Туроператоры, работающие с индивидуальными турами, стали предупреждать клиентов, чтобы те воздержались от Бангкока: использовали его только для пересадки с рейса на рейс или вовсе летели в другие аэропорты страны. Тем более что МИД и Ростуризм дали в январе и повторили в феврале «настоятельную рекомендацию» воздерживаться от посещения Бангкока. Туроператоры, однако, программу скорректировали лишь незначительно. Некоторое перемещение спроса на другие страны Юго-Восточной Азии произошло, но все же большинство туристов, планировавших отправиться в Таиланд, своих планов не поменяли.

ПО-РУССКИ ЖАРКОЕ ЛЕТО

Прогнозы на лето пока предварительные: полетные программы в окончательном виде будут опубликованы по традиции к мартовским профильным выставкам в Москве. И, скорее всего, будут скорректированы. Но уже очевидно главное: тренд на рост объемов продолжается, хотя главные ценовые войны уже как пару лет сместились из Москвы в регионы.

Главной интригой сезона станет Турция, где дебютант прошлого года – «Библио Глобус» планирует увеличить свои объемы в 2,5 раза. Кроме того, на направление выходит туроператор «Лабиринт». Этот игрок вообще ведет себя весьма амбициозно, «заходя» в летнем сезоне еще и в Испанию,

в которой тоже может стать горячо: прирастет полетная программа из разных городов России как в Барселону, так и на Майорку.

Еще одной интригой остается Сардиния, куда выходят одновременно два крупных игрока – ТЕЗ Тур и «Пегас Туристик» (второй – после годичного перерыва). Насколько комфортно это переживет направление, не перегруженное отельной базой и никогда не бывшее вотчиной массового туризма, покажет сезон. Однако, напомним, «Пегас» свою программу в прошлый раз приостановил.

Впрочем, главным прорывом «Пегаса» в сезоне станет другое гораздо более массовое направление – Болгария. Туроператор уже заявил программы из 16 (!) городов России. Одновременно программы в страну открывает другой гигант – Coral Travel. Учитывая, что на направлении уже укрепилась «Библио-Глобус», а ветераны болгарского туризма в лице «Солвекс», ICS и «Балкан Экспресс» вряд ли захотят сдавать позиции, битва предстоит нешуточная. Есть и мнение, что не все участники выйдут из нее после лета «живыми».

Однако мнение остается лишь мнением. Ряду игроков греческого направления тоже многократно пророчили крах, однако все главные герои пока в строю. И, подобно Гераклу, готовы крепко биться с конкурентами. Возможность для этого будет – уже который год греческие объемы тоже растут. Поговаривают, что снова на 20–30%.

И все же вряд ли демпинг захлестнет туристический рынок полностью. Стремительно дешевеющие отели и курорты с соответствующим контингентом теряют популярность более взыскательных слоев населения в первую очередь в Москве. Поэтому, собственно говоря, борьба за массового туриста и смещается в регионы – столица и в некоторой,



Турагентствам приходится терпеть любую политику туроператоров

хотя и гораздо меньшей, степени Петербург уже «наелись» Анталией и Шармом. «Растет спрос на настоящие путешествия, в том числе сложные, дальние и комбинированные туры. Наши клиенты стали более пристально мониторить выгодные скидки, но и не отказались от своих привязанностей в части качественного отдыха, – утверждает Дмитрий Арутюнов. – Растет спрос и на качественную перевозку, и «наземку» из регионов. Думаю, это все будет актуально и летом».

ТУРИЗМ ПО ДАРВИНУ

Разумеется, жесткий демпинг в нынешнем году не прекратится. Возможно, в Москве его и стало меньше прежнего (хотя опыт показывает, что реальный объем «горения» в условиях, когда многие

туроператоры не публикуют свою финансовую отчетность, посчитать невозможно), но в регионах и Петербурге прошлое лето было горячим. И если туристы от низких цен выиграют, то агентам придется побороться за хлеб.

Как следствие, турагентствам приходится терпеть любую политику туроператоров, лишь бы сохранить хоть какой-то минимальный доход. Вот один из примеров: от турагента, который по понятным причинам пожелал остаться незамеченным. Ряд туроператоров, по его словам (подтвержденным другими участниками розницы), выставляет наценки на уже оплаченные туры «задним числом». Бывает и так, что цены «в системе» не соответствуют стоимости реальных бронирований. Но турагенты

вынуждены продавать туры таких игроков из-за более низких по сравнению с конкурентами цен. «Приходится терять комиссию и даже порой оставаться в минусе, чтобы не терять клиента. Откажемся от «демпингистов» – останемся у разбитого корыта. Бардак в российском туризме был всегда, как и демпинг, но рынок не улучшается, а, наоборот, деградирует», – делится агент.

Возможно, начало работы недавно созданного «Альянса туристических агентств» (АТА), который собирается разработать стандарты сервиса и турпродуктов, призванные стать знаком качества деятельности турагентств де-факто, и изменит ситуацию, поможет рознице жить лучше. Но вряд ли это произойдет за один год. Когда-то Российский союз туринду-

стрии (РСТ) и его предшественница РАТА (Российская ассоциация турагентов, куда на самом деле входили и туроператоры), созданная при участии «Турифо», во многом способствовали росту турбизнеса как явления в России. Но сейчас другие времена. И РСТ, и в большей степени АТОР имеют определенный вес при обсуждении законодательных изменений в туризме, помогают в распространении важной и оперативной информации через СМИ, но назвать их реальными координаторами отрасли не совсем верно.

Поэтому остается лишь ждать, кого из участников рынка горнило кризиса закалит, а кого опалит. Или сожжет. Дарвиновские законы эволюции, как к ним не относиться, справедливы и в отношении туризма. ■

Лучшее признание в любви – подарить полёт.

Насладитесь великолепным сервисом на борту в романтическом путешествии по Европе с Austrian Airlines.

www.austrian.com

Найдите авиабилеты с Miles & More. Информация и бронирование по тел. 8 (800) 995 0 995, на сайте www.austrian.com и в Вашем туристическом агентстве. Стоимость перелета туда-обратно включает в себя все налоги и сборы. Количество мест ограничено. Применяются ограничения по тарифам.

ВХОД В «ЛАБИРИНТ»

Компания «ЛАБИРИНТ» – наверное, самый закрытый туроператор России. Редко в СМИ увидишь какую-то единую информацию о нем за исключением сообщений о новом продукте. Эта закрытость порождает множество слухов, которые генерируют недоброжелатели. Недоброжелателей хватает: «ЛАБИРИНТ» за последние 5–6 лет превратился в одного из крупнейших операторов на рынке, без рекламы и дополнительных финансовых опор.

Сейчас «ЛАБИРИНТ» готовится к летнему сезону. Специалисты компании рассказали нам, чем планируется подтвердить статус самой оригинальной и одной из самых успешных компаний на рынке.



Сотельной цепочкой MITSIS связана одна из самых громких акций, проводимая оператором – MITSIS PATRIOT. По условиям акции турист, который 2 раза и более выбирал проживание в отелях сети MITSIS, получает в подарок 7 ночей проживания в одном из отелей сети. Использовать приз можно в апреле 2014 года.

Идею акции предложил сам Константинос Митсис. Известнейший греческий отельер так прокомментировал свою идею: «Мне очень приятно, что наши гости возвращаются в отели сети. Это говорит о том, что у меня получилось главное – создать не один хороший отель, а создать стандарт, создать страну Митсис. Ведь не важно, на какой остров Греции Вы приедете, чтобы провести отпуск. Все острова разные, но везде есть греческая античная история, везде есть море, везде

есть наше традиционное греческое гостеприимство. Так и с отелями – все разные, но их объединяет одна идея. И очень приятно, что эта идея нравится нашим гостям».

За первые три месяца 2014 года туроператор «ЛАБИРИНТ» открыл уже три направления.

Открытие и работа с Испанией были доверены специалисту, который имеет опыт стартапов-направлений в компании «ЛАБИРИНТ», – Елене Александровне Бовиной, несколько лет назад открывшей ОАЭ и достигшей весомых успехов в своей работе. Елена Александровна работает с Испанией более 18 лет. Принимающей компанией стала «VIAJES TERRAMAR TOUR, S.L.». Это оператор, который предъявляет наиболее жесткие требования к проведению экскурсий в стране, к набору гидов. Кроме того, компания имеет большой опыт в проведении

семинаров и конференций, организации отдыха спортивных и детских групп.

В Чехии партнером является компания VIZAVI TRAVEL. Это одна из старейших компаний страны, работающих на приеме российских туристов; имеет офисы в Праге и Карловых Варах, штат сотрудников с опытом работы в туризме –15–20 лет. VIZAVI TRAVEL, кроме предоставления традиционных услуг (лечение, экскурсионные туры), имеет большой опыт в организации VIP- и индивидуальных экскурсионных туров, конгрессов и семинаров, тематических поездок, сборов для спортсменок и спортивных команд, участия в выставках и конференциях. Предлагаются пакеты с вылетом как из Москвы, так и из регионов России. Авиаперевозчик – компания «Чешские авиалинии».

В Турции принимающей компанией туристов «ЛАБИ-

РИНТА» стал «ОДЕОН Турс», который на турецком рынке работает уже 22 года. Это один из лидеров на протяжении многих лет по объемам принятых туристов в Турции. Перелет в Анталию осуществляется на рейсах компании «Оренбургские авиалинии» и «Уральские авиалинии» из Москвы, на нескольких авиакомпаниях из 20 регионов России. Кроме Анталии в спектр предложений входят такие курорты, как Алания, Белек, Кемер, Сиде.

Специалисты считают, что теперь турфирма «ЛАБИРИНТ» немного изменит свой облик. Если раньше компания занималась несколькими популярными направлениями и множеством второстепенных в качестве направлений для индивидуального туризма, то теперь веса уравниваются – популярных направлений станет больше, и «ЛАБИРИНТ» выйдет на следующий глобальный виток развития.

На момент публикации этого номера, скорее всего, также будут открыты Хорватия, Черногория и Словения.

7 апреля 2014 года на греческом острове Родос состоится первый в истории тур «Большая Греческая Свадьба». В отеле MITSIS ALILA соберутся супружеские пары. Кто-то для того, чтобы провести свадьбу в самом красивом отеле Греции, а кто-то для того, чтобы в мельчайших подробностях вспомнить и повторить день своего бракосочетания. Главное условие – дамы должны одеть белое свадебное платье.

В рамках «Большой Греческой Свадьбы» состоится фотосессия, будут предоставлены букеты невестам, отель MITSIS ALILA всем участникам дарит SPA-услуги, накрывает праздничный свадебный ужин. Украшением и центральным событием всего мероприятия станет парад невест.

Доплата за участие в Большой свадебной церемонии

Теперь весы уравниваются – популярных направлений в «ЛАБИРИНТЕ» станет больше



не требуется: необходимо забронировать стандартный пакет с проживанием в отеле MITSIS ALILA в период проведения мероприятия.

Туроператор «ЛАБИРИНТ» создал уникальный тур в Грецию – «Православный семейный клуб». Программа включает: посещение святынь острова Крит, богатую экскурсионную программу, вечер греческих традиций, встречи с православными деятелями и многое другое.

Турфирма «ЛАБИРИНТ» является единственным оператором, который получил благословение Священного синода на создание и проведение программ паломнического туризма.

Принципиальное отличие Православного семейного клуба от обычных паломнических туров в том, что здесь в приоритет ставится клубная система. Участники тура вместе обсуждают, смотрят, учатся, удивляются и интересно отдыхают на самом красивом острове Греции – Крите! Стоит отметить, что цена на тур, насыщенный экскурсиями и тематическими мероприятиями, не отличается от аналогичных простых программ отдыха в Греции.

Продолжается регистрация на Греческий форум – 2014. Уже получено более 700 заявок на участие в мероприятии от турагентств России.

«ЛАБИРИНТ» постепенно раскрывает тайны программы предстоящего мероприятия. Например, главная конференция Греческого форума пройдет в афинском концерт-холле «Мегарон», крупнейшем культурном центре Греции. Кроме того, специально для участников мероприятия в один из вечеров состоится вечер бузуки – любимейшее и популярнейшее развлечение в Греции.

Греческий форум – 2014 пройдет в столице Греции, Афинах, с 23 по 27 апреля 2014 года.

ТАКОГО ЕЩЕ НЕ БЫЛО!

Туроператор "ЛАБИРИНТ" проводит беспрецедентную акцию! 100 человек бесплатно отправятся в Грецию весной 2014 года! Эти люди - семьи с приемными детьми.

«Однажды мы приехали поздравлять с Новым годом одну очень интересную семью. Это был так называемый семейный детский дом, то есть двое родителей сделали воспитание детей своим делом, своей работой: они забирали ребят из детских домов и строили большую дружную семью. Мне было тогда лет 12, я был воспитанником театральной студии, и мы приехали сюда, чтобы подарить детям праздник. Помню, как не хотелось ехать – были новогодние каникулы, ехать надо было далеко, но отказаться от подобных мероприятий было нельзя. Также ярко помню, как потом не хотелось уезжать – я подружился с детьми, проникся этой атмосферой общей радости, общих эмоций. Потрясающее чувство. Несмотря на сложности окружающих 90-х, люди делали добро, не оглядываясь по сторонам, на трудности и моду на шальные деньги. Поэтому акция нашей компании – мой шанс поучаствовать в большом добром деле».

Александр Васильев,
специалист отдела маркетинга и рекламы

«На вершине пирамиды стоят дети, потому что дети – это то, ради чего мы живем. Не все это понимают, и я не сразу понял. Это то, куда мы передаем свое «я» или пытаемся передать, хотя бы частично. Потому что жизнь недолговечна, а что мы оставим после себя? Золотые унитазы? Они никому не нужны. Кучи денег? Они тоже далеко не принципиальны. А вот дети – это наше все. Это главное».

Сергей Михайлов,
исполнительный директор

«Мир жесток. К сожалению, людей, готовых воспитывать приемных детей, становится с каждым днем все

меньше и меньше. Я считаю, что они, эти герои, заслуживают серьезную поддержку от государства. Такими людьми восхищаешься – они не боятся трудностей, они делают деток счастливыми, дарят им любовь, заботу, тепло, ведь это самое важное для всех! Далеко не каждый сейчас пойдет на это. Для таких людей эта поездка – самый минимум, что мы можем сделать, но мы сделаем это со всей любовью, чтобы дети получили незабываемые впечатления!»

Рузана Хасанова,
специалист
отдела бронирования

«Этих детей изначально лишили радости и счастья быть с их биологическими родителями. В силу разных причин. А те люди, что их берут в свои семьи, дают им второй шанс. Второй шанс получить счастье, второй шанс на настоящее детство. К сожалению, не все могут позволить себе такие поездки. Поэтому данная акция очень четкая. Четкая в том плане, что и родители, и дети могут увидеть другую жизнь, другую страну, насладиться морем и солнцем. Узнают об этом не по картинкам или по фильмам. Это очень важная акция».

Максим Рачков,
специалист
отдела Испании

«Я хочу тысячу раз подписаться под словами Дмитрия Медведева, которые в тексте приветствия были направлены участникам Форума приемных семей: «Вы по зову сердца взяли на себя ответственность за воспитание детей, оставшихся без родителей. Стали по-настоящему родными для приемных ребят. Хочу поблагодарить всех вас за это». Премьер-министр прав. А теперь я по

зову своего сердца хочу реализовать эту акцию и показать наш мир тем, кто не может за этот просмотр заплатить. И я уверена, у нас все получится».

Татьяна Зотова,
коммерческий
директор

Турфирма «ЛАБИРИНТ» говорит об акции с большой радостью. Отправить 100 человек в Грецию бесплатно стало главной темой обсуждения как внутри компании, так и в некоторых СМИ. Эти люди – семьи, которые усыновили детей из детских домов.

Вместе с группой едут пять педагогов, которые будут учить детей творчеству, самому прекрасному занятию на свете! Участников ждут уроки танцев, пения, театрального искусства и многое другое!

Отель, в котором будут проживать участники акции, – один из отелей знаменитой греческой цепочки MITSIS. Эти отели позиционируются именно как гостиницы для семейного отдыха. Так что слова «семья» здесь умножается и возводится в абсолют. Специально для этой акции в отель придут аниматоры спецпроекта Club SALUT!, чтобы участники забыли, что такое скука!

К акции уже присоединились партнеры туроператора. Экскурсионную программу прорабатывает с учетом всех нюансов компания LeGrand – одна из крупнейших компаний, занимающихся приемом туристов в Греции.

Авиакомпания Aegean Airlines, узнав о проведении акции, приняла решение стать ее спонсором.

Организаторы акции уверены, что с такой поддержкой все пройдет замечательно, и главная цель – подарить детям впечатления от прекрасной Греции – реализуется в полной мере!



Система онлайн-бронирования российского туризма WikiPlanet
 www.wikiplanet.ru
 Телефон: 8-800-333-94-54
 по вопросам установки DESK от WikiPlanet: gold@bigway.ru

WikiPlanet DESK – уникальный инструмент автоматизации и увеличения продаж малого гостиничного бизнеса



Инструментарий DESK от WikiPlanet является на данный момент одной из лучших электронных систем управления гостиничными объектами с малым и средним номерным фондом. Программа проста в установке и освоении, не требует больших вложений или обучения, при этом значительно упрощает работу административного персонала и предоставляет объектам дополнительный канал продаж. Основатель проекта WikiPlanet, **Сергей Маревский**, рассказал «Туринфо» о том, чего хотят малые и средние гостиничные объекты и как их потребности и желания реализуются в инструментарии WikiPlanet DESK.

Сергей ДЕМЕНТЬЕВ

– *Сергей, несколько слов о самой компании – как и когда появился проект WikiPlanet?*
 – Проект WikiPlanet появился в 2011 году. Сейчас это крупнейший в России онлайн-сервис бронирования домов отдыха, санаториев, туристических баз и организованных туров по России. Уникальность проекта в том, что на WikiPlanet представлен исключительно российский туризм и отдых. У нас также самая большая контентная база – сейчас на WikiPlanet представлено более 4 тыс. объектов размещения по всей стране и более 1 тыс.

готовых туристических программ.

Идея создания подобного сервиса родилась у меня в туре по Камчатке, во время которого, в очередной раз наблюдая полную информационную изоляцию и децентрализацию российского туризма, я убедился в необходимости создания первого онлайн-агентства по внутреннему туризму в России.

– *В чем вы видите особенности и преимущества WikiPlanet DESK? В чем главные отличия программы от разработок конкурентов?*

– Прежде всего несколько слов о том, что такое WikiPlanet DESK. Это ком-

плексное программное решение для малых и средних объектов гостиничного бизнеса. Специалисты WikiPlanet разработали программу с учетом потребностей российских объектов с малым и средним номерным фондом: санаториев, пансионатов, рыболовных и охотничьих баз, баз отдыха, гостевых домов и мини-отелей. Программа преследует две основные цели. Во-первых, автоматизировать и информатизировать управление объектом размещения - всю отчетность, учет, бухгалтерию, - и сделать бизнес объекта более прозрачным, простым, быстрым. Во-вторых, увеличить объем продаж за

счет предоставления нового канала продаж, подключения к самой большой базе объектов размещения по России от WikiPlanet. Одним из главных отличий WikiPlanet DESK от существующих систем автоматизации и увеличения объемов продаж является заложенный на аппаратном уровне демократизм – DESK не ставит жестких условий по минимальному квотированию мест, т. е. не указывает объектам, сколько номеров выставлять на продажу в «онлайне». Мы не понаслышке знаем, что многие российские объекты не могут себе позволить простой номеров. WikiPlanet DESK разработан специально для работы на

DESK не ставит жестких условий по минимальному квотированию мест, т.е. не указывает объектам, сколько номеров выставлять на продажу в «онлайне»

средних и малых объектах размещения. Каждый из них сам определяет, когда и сколько номеров он выставляет на продажу через WikiPlanet. Особенности и преимущества также сполна могут оценить наши партнеры, которые уже работают с DESK от WikiPlanet. Наш аналитический отдел, опираясь на пожелания региональных партнеров, вывел и формализовал основные требования к программе, которую хотят видеть и использовать специалисты отрасли. Мы заложили в DESK от WikiPlanet то, что необходимо объектам – удобный, без излишеств функционал, который преследует две основные цели: управлять (гостиничным бизнесом) и продавать (предоставлять дополнительный канал продаж). Мы предлагаем отрасли гостеприимства простой в обращении инструментарий, позволяющий выйти на рынок и продавать в режиме реального времени объектам, которым не нужны «тяжелые» отраслевые АСУ, а постоянное присутствие на рынке является жизненно необходимым.

– А как работаем DESK от WikiPlanet?

Вкратце работа с WikiPlanet DESK для объекта – это автоматизация и информатизация вашего туристического объекта, полностью открытый, прозрачный документооборот. Дополнительный канал продаж через самую большую контентную базу проекта WikiPlanet ведет к увеличению объемов продаж и доходности. Прямые продажи через сайт объекта с помощью DESK означают, что объект не платит никаких комиссий за продажи с помощью нашего инструментария. С помощью WikiPlanet DESK мы «сводим» двух основных заинтересованных – туристов и владельцев туробъектов. WikiPlanet.ru является необходимой и тем и другим площадкой, витриной, если

хотите, которая их объединяет. Благодаря DESK те, кто хочет продать (владельцы объектов, организаторы туров), имеют возможность выставлять свои предложения. А их потенциальные клиенты могут забронировать и приобрести турпродукт в режиме «онлайн» на сайте www.wikiplanet.ru, быстро, удобно.

– Какие у вашей системы технические требования?

– Для начала работы с WikiPlanet DESK не требуется никаких специальных знаний или дополнительного программного обеспечения. Установить копию программы на рабочий компьютер может обычный пользователь. Отличительной особенностью WikiPlanet DESK является возможность работать также в режиме оффлайн и с неограниченным числом мест. Разумеется, онлайн-режим предоставляет более широкие возможности – так, благодаря синхронизации данных через Интернет, все сотрудники, осуществляющие работу с объектом, практически мгновенно видят самую актуальную информацию о заполненности номерного фонда. Работа с объектом из нескольких мест позволяет администраторам на местах точно и оперативно получать информацию о проданных номерах, что уменьшает количество ошибок в их работе. При этом менеджеры, управляющие объектом, получают обратную связь о заселении гостей и оплате номеров, а также точную информацию о проданных дополнительных услугах. Автоматическая синхронизация данных позволяет существенно экономить время административного персонала вашего бизнеса, что ведет к снижению себестоимости бронирования. Отдельно стоит отметить, что WikiPlanet DESK позволяет управляющему персоналу работать с несколькими объектами

размещения, что также позволяет снижать себестоимость одного бронирования. WikiPlanet DESK не требует постоянного наличия сети Интернет.

– В чем заключается конкретная выгода для агентств и объектов размещения?

– Начнем с того, что практически все объекты имеют свои прямые договоры с туристическими агентствами. Это до сих пор одна из ключевых сил в мире туристических продаж в сегменте B2B. Для того чтобы выйти на рынок туристических услуг, любому объекту необходим представитель или продавец этих услуг. Представителями в данном случае чаще всего являются агенты и туроператоры. Выгода в том, что WikiPlanet DESK не вмешивается в отношения, сложившиеся между партнерами. Мы также не ставим жестких рамок по сотрудничеству. WikiPlanet предлагает объекту установить и начать пользоваться программой DESK и подключить к ней своего агента, при этом продолжая работать по собственным договорам. Устанавливая WikiPlanet DESK, вы упрощаете работу себе и агенту, который сможет видеть остатки вашего номерного фонда в режиме «онлайн» и соответственно продавать, продавать, продавать. Со своей стороны

WikiPlanet предлагает агенту значительное расширение географии турпродуктов, с которыми он может работать за счет уже подключенных объектов размещения и наработанной WikiPlanet базы. На наш взгляд, это очень современное и достаточно выгодное предложение. Итак, работа с WikiPlanet DESK для объекта – это возможность осуществлять бронирования в электронном виде, не тратя на это драгоценное время. Агентам станет выгодно продавать именно ваш объект. В случае наличия сформированной агентской сети при использовании WikiPlanet DESK в учете номерного фонда агент получает удобный интерфейс для онлайн-бронирования. Агенту выгодно продавать именно ваш объект, так как на это он тратит значительно меньше ресурсов и времени, что способствует расширению агентской сети и позволяет заметно сократить затраты на ее обслуживание. Работа агентов и администрации объектов в единой системе учета и контроля позволяет снизить процент ошибок при оформлении брони. При этом ни у агентов, ни у объекта не возникнет никаких дополнительных затрат: агенты будут работать по имеющимся договорам, на существующих условиях. Это просто, выгодно и требует минимальных усилий с обеих сторон. ■



IX МЕЖДУНАРОДНАЯ ТУРИСТСКАЯ ВЫСТАВКА

ИНТУРМ

15-18 МАРТА МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»

Время работы

выставки:

15-17 марта

10:00–18:00

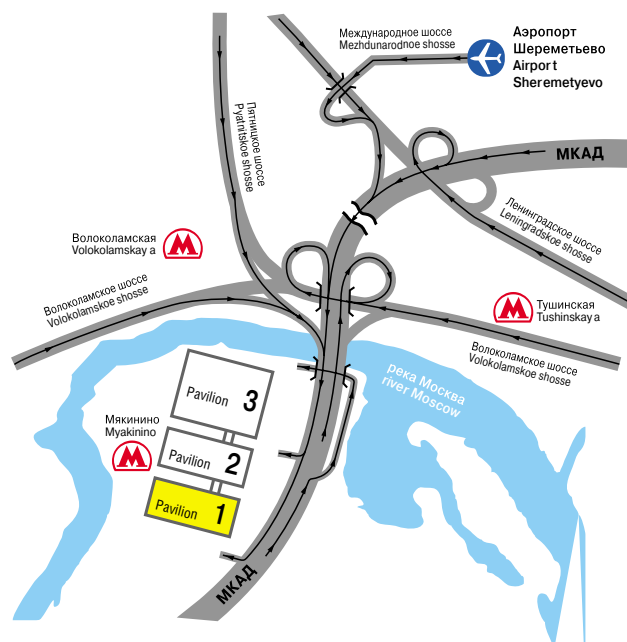
18 марта

10:00–16:00



Спланируйте свою работу на выставке “Интурмаркет” заранее.

- 1 Для экономии вашего времени при посещении выставки зарегистрируйтесь на сайте www.itmexpo.ru, получите электронный билет и обменяйте его на именной бейдж на стойке экспресс-регистрации.
- 2 Изучите насыщенную деловую программу “Интурмаркета”, составьте свой план рабочих встреч на выставке.
- 3 Возьмите свои визитки и обязательно... хорошее настроение!
- 4 Самый быстрый способ добраться до выставки – на метро, ст. “Мякинино”.



ОФИЦИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА



Министерство культуры
Российской Федерации



Федеральное
агентство
по туризму



Комитет по туризму
и гостиничному хозяйству
города Москвы

СТРАНА-ПАРТНЕР
ВЫСТАВКИ



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ
ПАРТНЕР



Алтайский край

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ
ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАРТНЕР



RUSSIAN TRAVEL GUIDE



UNWTO OMT ЮНВТО



АТОР



МИНСТРОМ
ДИПЛОМАТИИ
РОССИИ

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ
НОВОСТНОЙ ПАРТНЕР



ТУРИЗМ

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ
ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАРТНЕР



profi:travel

ОФИЦИАЛЬНЫЙ БАНК
ВЫСТАВКИ



Alfa-Bank

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР
ПО РАЗМЕЩЕНИЮ УЧАСТНИКОВ
ВЫСТАВКИ



ACADEMSERVICE

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ
ИНТЕРНЕТ-ПАРТНЕР



ИНТЕРНЕТ-ПАРТНЕР

ОРГАНИЗАТОР
ВЫСТАВКИ



экспотур

Участие в выставке -

залог вашего успеха

ЛАРЖЕТ

**ПРИМИТЕ УЧАСТИЕ В ГЛАВНЫХ БИЗНЕС-МЕРОПРИЯТИЯХ,
ОРГАНИЗОВАННЫХ СОВМЕСТНО С ВЕДУЩИМИ ЭКСПЕРТАМИ ОТРАСЛИ**

15 МАРТА

- День Египта (страна-партнер выставки)
- Обучающий семинар российско-грузинского туристического клуба
- Обучающий семинар компании «БРИЗ ЛАЙН»
- Правление Российского союза туриндустрии
- Презентации турпродукта Египта и Болгарии
- Презентации туристических возможностей города Москвы и Свердловской области
- Пресс-конференция участников соглашения «Великая Волга» и презентации проектов речных круизов
- Авторский семинар А. Преображенского
- II круизный саммит «Атлантис Лайн»
- Российско-итальянская конференция «Малые города – шаг навстречу»
- Презентация Межрегиональной программы «Настоящая Россия»

16 МАРТА

- День Алтайского края (Генеральный партнер выставки)
- Всероссийское совещание по актуальным вопросам развития сферы туризма
- Обучающий семинар от «Корал Тревел»
- Обучающий курс для турагентств от «Альфа Банка»
- Семинар «Профессиональные загадки от Ирины Тюриной»
- Презентация «Отдых у берегов Балтийского моря»
- Презентация турпродукта Китая
- Авторский семинар Сергея Ватутина
- Конференция по паломническому туризму
- Конференция Ассоциации ТИЦ

17 МАРТА

- Обучающий семинар Всемирной туристской организации (UNWTO) и Ростуризма «IT-технологии и инновационные маркетинговые инструменты в современной туриндустрии»
- Презентация турпродукта Республики Беларусь
- Образование в туризме. «Как найти работу своей мечты?»
- Мастер-класс «Правовое обеспечение различных видов туризма»
- Международный отельный форум Russia Friendly
- Академия медицинского туризма
- Семинар «Америка становится ближе»
- Круглый стол «Современные технологии социального туризма»
- Круглый стол по вопросам развития детского и юношеского туризма

СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ
ВЫСТАВКИ



МЕДИА-ПАРТНЕРЫ



ОФИЦИАЛЬНЫЕ ПЕРЕВОЗЧИКИ



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР
ДЕЛОВОЙ ПРОГРАММЫ



EVENT-ПАРТНЕР



IT-ПАРТНЕР



ПРАВОВОЙ ПАРТНЕР
ВЫСТАВКИ



ОРГАНИЗАТОР
ПОЧТОВОЙ СЛУЖБЫ



ПАРТНЕР
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ
ПРОЕКТОВ



ОФИЦИАЛЬНАЯ
КЕЙТЕРИНГОВАЯ
КОМПАНИЯ



ОФИЦИАЛЬНАЯ
ВОДА ВЫСТАВКИ



РЕКЛАМНЫЙ
ПАРТНЕР



**Travel Business Service –
это надежность и оперативность!**



Сеть TBS: поддержка агентств, защита клиентов



– Когда операторы говорят о независимых агентских сетях, чувствуется их двойное к вам отношение. С одной стороны, их не могут не радовать объемы продаж, которые дают сети, с другой – вечное недовольство требованиями эксклюзивных условий и скидок, скидок, скидок...

– Думаю, что это очень прямой и упрощенный подход к современному состоянию на рынке. Сейчас и крупные агентства, не входящие в сети, имеют от операторов такие же скидки, как и мы. Но дело, на мой взгляд, в другом. Конечно, наш центр бронирования, один из лучших, я считаю, в отрасли, имеет право требовать от операторов и особых условий, и гарантий. Но операторы почему-то не хотят замечать главного: смотрите, сегодня Сеть TBS работает более чем с 600 агентствами. Большая их часть – это небольшие компании, зачастую только-только начинающие свой путь в бизнесе. Им постоянно требуется поддержка: и финансовая, и организационная, и кадровая. И они могут быть уверены, что сотрудничая с TBS, они такую поддержку получат.

О принципах развития независимой агентской сети мы беседуем с генеральным директором управляющей компании TBS **Рашадом Мамедовым**.

– А если конкретно, в чем заключается такая поддержка?

– Давайте последовательно. Про наш центр бронирования мы уже начали говорить. Все агентства, работающие с TBS, отмечают, насколько комфортными являются условия сотрудничества с нами. Это и скорость принятия и подтверждения заявок, и гарантии их выполнения операторами, а также скидок и комиссионных, и возможность оперативной связи с нашими менеджерами для решения возникающих у агентств и их клиентов вопросов.

Далее юридическая поддержка. И здесь мы говорим не только о конфликтных ситуациях, для решения которых у небольших агентств просто нет достаточных опыта и средств. В таких случаях мы можем предоставлять участникам нашей сети и консультационную помощь, а при необходимости и квалифицированных юристов. Но Сеть TBS еще и член Альянса Туристических Агентств (АТА), принимающий участие в разработке унифицированного договора «агентство–клиент», которым теперь могут пользоваться все компании, входящие в нашу сеть. Сейчас участники АТА занимаются подготовкой такого же унифицированного договора «оператор–агентство», и я очень надеюсь, что в ближайшее время этот согласованный договор также будет доступен членам нашей сети.

Следующий вопрос – кадровый. Все знают, как слож-

но обстоят дела в отрасли с квалифицированным персоналом, особенно для небольших агентств. В рамках Сети TBS мы открыли школу менеджмента, в которой мы готовим специалистов для турфирм практически «с нуля». Для нас важно, чтобы TBS и агентства разговаривали друг с другом на одном языке, это значительно упрощает и ускоряет все бизнес-процессы и дает уверенность клиентам, что они имеют дело с профессионалами.

Немаловажная составляющая бизнеса – финансовая. Если мы чувствуем потенциал даже у небольшого или начинающего агентства, мы готовы предоставлять им средства для развития и оборотные, и путем вхождения в капитал компании. Это не благотворительность – это подтверждение готовности TBS быть полноценным партнером агентств – членов сети.

– Мы говорили сейчас в основном о принципах, на которых строятся отношения TBS с входящими в сеть агентствами. Но главным показателем успешности и агентств, и сети в целом является их отношение к клиентам, уровень их поддержки, индекс возвратности...

– Не будет большим открытием, если скажу, что агентства – главный гарант выполнения всех договоренностей с клиентом. Чтобы там не говорили про финансовые гарантии операторов, мы все знаем, что в кризисных ситуациях (а мы

за последнее время видели немало крушений операторских компаний) именно агентства несут на себе основное бремя компенсаций туристам. Со всеми своими проблемами: задержки рейсов, овербукинг, несоответствие номера заказанному, клиент в конце концов опять обращается в агентство.

Вот почему мы сейчас начали беспрецедентную по российским меркам программу поддержки наших туристов: на массовых направлениях – Турция, Греция, Египет, Испания; в тех отелях, которые являются базовыми для Сети TBS, будут работать наши представители. Это и непосредственные сотрудники TBS, и работники отелей, с которыми мы заключаем соглашения, и работники туристической той или иной страны. Их задача в отличие от представителей операторов – не ввязывать туриста в дополнительные расходы, а следить за выполнением клиентских договоров и оперативное решение возникающих проблем. Это может быть связано и с размещением, и со здоровьем, и с питанием – да мало ли что может случиться в чужой стране!

– То, что эта программа затратная по сути, не вызывает сомнений. Каким образом могут окупиться такие вложения? И не создает ли эта ситуация конфликта с операторами?

– Считайте, что таким образом мы посылаем сигнал всему рынку – и операторам, и агентствам, и туристам. TBS – это сеть, ориентированная на клиента, мы хотим, чтобы нас ценили за хорошо сделанную работу, за нашу заботу и поддержку, чтобы люди возвращались в наши агентства.

Travel Business Service – это высокий уровень сервиса!



НАША КОМПАНИЯ

Сеть Агентств Путешествий (САП) – TBS организованная по принципу франчайзинга.
Организована 1 декабря 2013 года.

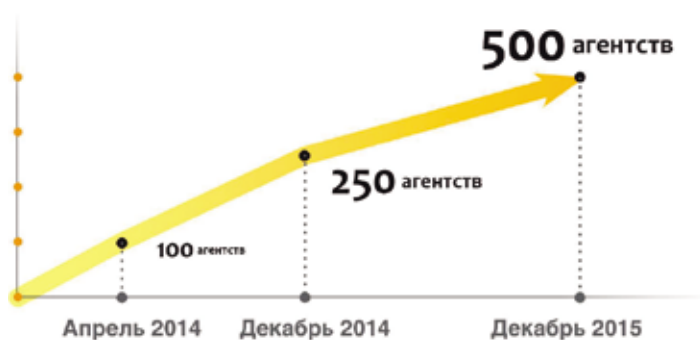
НАША ЦЕЛЬ

Создание современной агентской франчайзинговой мультибрендовой сетевой структуры – лидера агентской среды в России к 2015 году.

КАК МЫ ЭТОГО ДОСТИГНЕМ?

С ООО TBS как с центром бронирования уже успешно работают более 300 агентств по России. Продвижение франчайзинговой САП TBS будет минимальным по затратам времени и максимальным по масштабу и технологичности. ООО TBS – член правления Альянса Туристических Агентств РФ и входит в число восьми лидеров агентского рынка РФ! Именно мы формируем цивилизованный и безопасный для клиентов и операторов агентский рынок в России.

ДИНАМИКА РОСТА



НАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА

Возможность выбора из действительно лучших предложений, которые вы можете предпочесть сами или воспользоваться нашими ежедневными предложениями.



Повышенная комиссия

Более чем от 90 туроператоров



Рекламная поддержка, включая тиражи рекламной продукции, выпускаемой нами и операторами-партнерами



Информационная поддержка

Наш сайт, поисковая система на сайте, информация о вас в СМИ, информационных каналах партнеров и др.



Call-центр с рекламным телефоном



ЭКСКЛЮЗИВ



Только в Сети TBS!

Отсутствие обязательств по выполнению планов от туроператоров!

Только для франчайзи Сети TBS:

Представительство офисов на сайте www.ruspo.ru (статистика до 100 000 посещений в день) в разделе ГДЕ КУПИТЬ? Сайт группы компаний TBS, признан на IT-workshop в ноябре 2013 г. «Самым популярным» во внеконкурсном голосовании и занял 3-е место в номинации «За инновационное IT-решение в туризме». Каждому франчайзи, имеющему свой сайт, – установка поисковика туров от ruSPO, оформленного в брендовом стиле TBS!



Travel Business Service – это индивидуальный подход к каждому турагентству!



СИСТЕМА БЕЗОПАСНОСТИ ДЛЯ АГЕНТСТВА

- Юридическое сопровождение перед клиентами и операторами
- Внешняя защита вашего бизнеса отделом безопасности УК Сети
- Компенсация вашим клиентам агентского вознаграждения в случае банкротства операторов, урегулирование денежных потерь и отношений с операторами
- Досудебные консультации и обслуживание

ВЫГОДА

- Брендбук с примерами использования в локальной рекламе элементов бренда и корпоративная книга (свод правил, руководство по ведению бизнеса турагентства Сети) в электронном виде
- Один тренинг для директоров офисов
- Фирменное оформление офиса продаж с компенсацией расходов + стартовый набор ПОС-материалов
- Два рекламных тура для сотрудников офиса в первое полугодие работы

УСЛОВИЯ

- 1 Ежемесячная сервисная плата за использование бренда, маркетинговое и рекламное сопровождение:
Москва – 300 долл. США
Московская обл. – 150 долл. США
Санкт-Петербург – 200 долл. США
Регионы – 100 долл. США
- 2 Вступительный взнос равен шести ежемесячным платежам по регионам и не подлежит возврату в случае

одностороннего расторжения агентством Договора лицензирования

ГАРАНТИИ

- 1 Срок договора — 4 года.
- 2 Рекламный бюджет УК САП TBS – не менее 1 млн долл. США в год.
- 3 Комиссия от операторов – не менее 11–14% (согласно приложению к Договору лицензирования).
- 4 Франшиза – территориальная исключительность.

КАК НАЧАТЬ РАБОТАТЬ С TRAVEL BUSINESS SERVICE?

- 1 Заполните регистрационную форму на нашем сайте www.travel-bs.ru.
- 2 После отправки регистрационной формы вам на электронную почту (указанную при регистрации) придут логин и пароль для входа в систему и автоматически сгенерированный договор для подписания.
- 4 Отсканируйте первую и последнюю страницу договора и вышлите их на e-mail: fin@travelbs.ru.
- 5 Оригинал договора привезите или отправьте по адресу: 127018 г. Москва, ул. Октябрьская, 36.

www.travel-bs.ru

Наш адрес: 127018 г. Москва, ул. Октябрьская, 36
Телефон +7 (495) 783 17 25. Факс: +7 (495) 689 64 59
Бесплатный телефон для региональных агентств:
8-800-700-61-66



Куда приплывет круизная отрасль в 2014 году

Накануне мартовских выставок, на которых операторы покажут, что изменилось в их программах на навигацию 2014 года за зиму, «Туринфо» анализирует события межнавигационного сезона и делает свои выводы.

Михаил АРХИПОВ

ВЕСНА ПОКАЖЕТ, КТО, ГДЕ И ЧТО ДЕЛАЛ

Чем ближе на календаре приход весны, тем не только удлиняется световой день, но и прибавляется работы компаниям, связанным с рынком речных круизов. Этот рынок выездного туризма круглогодично оживлен, а речная круизная отрасль играет, как раньше российские футболисты, по графику «весна-осень». И переходить на новый формат не собирается, хотя погодные настроения и температурные колебания минувшей зимы очень соблазнительны.

Традиционное зимнее затишье, наступающее в конце года, сходит на нет в конце февраля: клиенты оживают и начинают подбирать варианты на летний отдых, стараясь успеть за скидками, а самим компаниям нужно готовиться к мартовским презентационным выставкам. На них операторы покажут, что готовы предложить рынку в новом сезоне, а заодно станет ясно, как прошла зима для них, что изменилось.

ОЛИМПИЙСКИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ

Начнем с приятного. Как известно, Олимпийские игры в Сочи прошли успешно как в организационном плане, так и в командных соревнованиях. Что же дает стране успешное проведение Олимпиады?

С одной стороны, Олимпиада пошла туризму на пользу.

Популярность страны, к которой в течение двух недель было приковано внимание всего мира, безусловно, увеличится. Операторы въездного туризма уже ведут подсчет будущей выручки. А что даст это круизным компаниям из числа тех, чей рынок ориентирован на обслуживание групп иностранных туристов в круизах по России?

У них есть хорошие перспективы на увеличение числа принимаемых туристов, считают эксперты. Среди таких компаний «Мостурфлот», «Водоход», «Ортодокс», «Гранд Серкл Круиз Лайн» и «Viking River Cruises». Если компании грамотно воспользуются сложившейся ситуацией, то в будущем могут рассчитывать на увеличение зарубежной клиентуры, поток которой неуклонно снижается из года в год. На фоне кризисных течений на внутреннем круизном рынке компаниям это было бы очень кстати.

Как рассказал Андрей Смолин, коммерческий директор компании «Водоход», операторы, работающие с иностранными туристами, действительно ждут роста продаж в этом сегменте. «Конечно, на продажах в текущем сезоне это никак не скажется, поскольку основные продажи путевок на навигацию 2014 года на наших основных рынках (Германия, Франция, США и Канада) уже закончены. Возможно, в этом году еще подтянутся туристы из ряда европейских стран, например из Испании или Турции. Но зато на будущий год мы уже видим рост числа продаж по сравнению



РЕЧНЫЕ КРУИЗЫ

2004 - 2014
10
лет
Речные круизы

Приглашаем посетить наш
стенд на выставке МИТТ-2014
павильон № 1, стенд А 203

- 26 комфортабельных четырехпалубных теплоходов
- Круизы от 3 до 23 дней
- Более 50-ти городов России
- Скоростной и прогулочный флот



Москва • Санкт-Петербург • Нижний Новгород • Самара • Казань

Интернет-магазин круизов

Скидка 2% частным лицам при он-лайн оплате



ЧАСТНЫМ ЛИЦАМ

ЕДИНЫЙ ЦЕНТР БРОНИРОВАНИЯ КРУИЗОВ
8-800-555-0505

WWW.VODOHOD.COM

Звонки из любой точки России бесплатны

Реестровый номер туроператора MBT № 002057

АГЕНТСТВАМ

Москва: +7 (495) 223-9608 • Санкт-Петербург: +7 (812) 740-5859

Нижний Новгород: +7 (831) 461-8032 • Самара: +7 (846) 310-6263

Казань: +7 (843) 231-8330

с прошлыми годами. Так что Олимпиада стала хорошим «локомотивом» по продвижению въездного туризма в Россию», – считает он.

Заместитель генерального директора компании «Мостурфлот» Светлана Гончарова более осторожно оценивает олимпийские перспективы. «В этом году мы не ждем увеличения на этом направлении. Что же касается навигации 2015 года, то мы, конечно, ожидаем роста турпотока, но каким он будет, сейчас сказать сложно. Ведь кроме Олимпиады на интерес к стране влияет множество факторов как экономических в нашей стране и в мире, так и социальных», – заявила она.

ДРУГАЯ СТОРОНА ОЛИМПИЙСКОЙ МЕДАЛИ

А что представляет собой другая сторона олимпийской медали? Ведь Игры – это серьезная нагрузка на экономику страны. Поэтому любые негативные явления в экономике приведут к росту цен, что для круизной отрасли – самое критичное.

«Да, мы ждем роста цен. К сожалению, экономика нашей страны носит сырьевой характер, нацеленный на импорт, и цены на все напрямую связаны с курсом валют. Будут падать рубль и расти евро и доллар – будут расти цены и на все составляющие круизного продукта. А это и заработные платы, и топливо, и продукты, и экскурсионное обслуживание. Повышение цен будет не одномоментным, а постепенным, но оно обязательно будет», – считает Андрей Смолин из «Водохода».

«Мы осенью прошлого года были вынуждены провести индексацию цен на круизы нашей компании. До этого момента мы три года удерживали их, не повышая. Скорее всего, следует

ожидать еще одного повышения, к осени этого года станет ясна финансовая перспектива на следующую навигацию, и цены, видимо, придется снова пересматривать», – продолжает Андрей Смолин.

«В принципе российские круизы могут оказаться в выигрыше из-за роста доллара и евро. Но чисто теоретически. На практике рост если и будет, то небольшой. Цена на топливо пока не растет, но что будет к навигации, предсказать пока сложно. Основной рост – это зарплаты экипажей судов, экскурсионное обслуживание, услуги портов, продукты питания», – комментирует ситуацию Александр Соснин из «Инфофлота».

«На фоне роста курса валют растут и цены на зарубежные круизы, а цены на российские остаются прежними, по крайней мере, наша компания пока их повышать не собирается, поэтому российский рынок круизов сейчас выглядит более перспективно», – считает Светлана Гончарова из «Мостурфлота». При этом она добавляет, что рост цен происходит по объективным глобальным экономическим причинам, а не искусственным условиям, и изменить это пока невозможно.

«Конечная цена на круизы будет расти. В течение двух лет круизные компании из-за кризиса на рынке сдерживали рост цен, некоторые работали в убыток. Так работать дальше невозможно», – считает Александр Соснин.

СТАЯЛ ПРОШЛОГОДНИЙ СНЕГ

Прошедшая зима оказалась на редкость теплой и бесснежной. Любители зимнего отдыха с лыжами и коньками остались неудовлетворенны. Но еще больше недовольны такой зимой представители тех круизных компаний,

РЕЧНЫЕ КРУИЗЫ

• аренда теплоходов • речные прогулки • банкеты • корпоративы



КРУИЗНАЯ
МОСТУРФЛОТ
КОМПАНИЯ

Приглашаем посетить
наш стенд на выставке
МИТТ-2014
павильон №1,
стенд А311

реестровый номер
туроператора
МВТ №011152

- Собственный современный комфортабельный флот крупного речного оператора-судовладельца
- Разнообразные круизы от 2 до 20 дней, в том числе уникальные эксклюзивные маршруты
- Более 100 различных направлений и множество регионов
- Насыщенные экскурсионные программы и туры по выбору
- Гибкие цены от уровня "эконом" до класса "люкс/премиум" и круизов уровня "пять звезд"
- Высочайший уровень комфорта, сервиса и услуг на борту
- Профессионализм персонала и высокий уровень безопасности



Путешествуйте
с удовольствием!

интернет-магазин
ОН-ЛАЙН
бронирование

(495) 220170222

www.mosturflot.ru

чьи маршруты в будущую навигацию завязаны на круизах по Оке и Белой. На этих реках, где совершается в навигацию порядка 30 круизов, возможно, будут проблемы с уровнем воды, что скажется и на выполнении круизов.

Впрочем, представители компаний просят не паниковать заранее, уповая на то, что ничто так не сложно предсказать, как погоду. «Настолько заранее прогнозы глубин делать сложно. Но мы по опыту прошлых навигаций планируем Оку только до начала июня, а Белую – на конец июня», – говорит Александр Соснин из «Инфофлота».

«Погоду предсказать невозможно, надо смотреть только по факту ближе к рейсам. Что зима была малоснежная – это еще не приговор. Будут дожди – будет уровень реки», – заявила Светлана Гончарова из компании «Мостурфлот». При этом она напоминала, что и при достаточном уровне воды на Оке есть проблемы с движением судов, как это было осенью 2013 года.

НОВОСТИ КОМПАНИЙ

Что же до самих компаний, то к началу нового сезона они подошли почти без перемен. Плохих новостей не было – это уже хорошо. Напомним, что прошлая навигация стала последней сразу для двух таких круизных компаний, как «Русская пароходная компания на паях» и «Альба».

Компания «Водоход» заявляет о готовности к началу сезона, все заявленные круизы состоятся. «Перспективы сезона пока обозначить сложно, мы ждем мартовских выставок и первых майских рейсов, после которых можно будет представить себе перспективы этого года. Есть надежда, что все будет не так плохо, как в два последних года», – говорит Андрей Смолин из «Водохода».

Три судна компании в этом году в работу не выйдут – они проходят модернизацию и ремонт. Как пояснил Андрей Смолин, такое решение продиктовано тем, что компания постаралась максимально взвешено подойти к формированию расписания на эту навигацию и ограничить объем предложения для того, чтобы не «размывать» загрузку.

Приятный сюрприз ожидает туристов, выбравших суда компании «Мостурфлот». Как рассказала Светлана Гончарова, в этом году компания запускает кардинально новый проект для своих туристов по информационно-экскурсионной тематике. «30 апреля открывают навигацию два теплохода нашей компании – «Михаил Булгаков» и «Александр Грин». Туристы этих рейсов смогут первыми оценить новые интерактивные медиагиды, которые разработала наша компания. На выдаваемых пассажирам планшетах записана информация о самых интересных экскурсионных объектах с привязкой к местности. Поэтому туристы смогут в любом месте и в любое время узнать, что находится в том месте, где проходит судно.

В целом предстоящий сезон Светлана Гончарова оценивает как очень перспективный, и если каких-либо катаклизмов не произойдет, то он будет лучшим, чем за все последние годы. «Мы видим заметное повышение интереса к круизам. На часть рейсов продано уже 60–80 процентов мест, а на некоторые круизы и 90–100 процентов. Мы предполагаем, что те туристы, которые в прошлом году не успели купить круизы со скидками, решили в этом году не тянуть и приобрести все заранее», – поясняет она.

Из самых заметных событий можно отметить запуск

Таким образом, в будущую навигацию на речных круизных маршрутах будет работать более 90 единиц флота от 26 компаний



нового проекта «Солнечный город» у компании «Инфофлот» и информацию о том, что многострадальный теплоход «Шлиссельбург», доставивший в навигацию 2013 года немало головной боли как самой круизной отрасли, так и туристам, нашел новых хозяев, название и сменил регион работы.

Суть проекта «Солнечный город» в следующем. Стандарты круиза на теплоходе, который будет работать под этим брендом (а это трехпалубное судно «Юрий Никулин»), будут отличаться от круизных стандартов компании «Инфофлот», которые она применяет на других своих судах. Отличаться будет в пользу

большей демократичности цены путевки.

Что же до нового этапа в работе теплохода «Шлиссельбург», то там пока больше разговоров, чем конкретики. Еще осенью, одновременно с информацией о том, что обманутые туристы, у которых сорвались круизы на этом судне так и не получили денег, появилась информация о продаже судна. После Нового года была запущена информация, что теплоход в эту навигацию будет работать под новым названием, совершая круизы по Белому морю из Архангельска на Соловецкие острова. Многие из туристов уже проявили интерес к новым круизам, но представители отрасли

пока сомневаются, что они состоятся.

Из других новостей можно отметить возвращение на столичный круизный рынок судов компании «Цезарь-Трэвэл», работавших последние годы в Поволжье.

Также есть серьезные изменения и в далекой Якутии, где на реке Лене работает два комфортабельных теплохода австрийской постройки. Один из них – «Михаил Светлов» – принадлежал компании «Алроса», а другой – «Демьян Бедный» – **Ленскому пароходству**.

Два года назад компания «Алроса» приняла решение избавиться от всех дочерних структур, не связанных

с профильным бизнесом компании. В итоге теплоход «Михаил Светлов» за 80 млн рублей был продан Ленскому пароходству. Как считают эксперты, есть серьезные опасения, что эксплуатацию сразу двух судов пароходство не вытянет.

Флотилия компании **Viking River Cruise** пополнится новым судном – после глобальной реконструкции в эксплуатацию вводится новый теплоход «Викинг Акун» (до 2013 года «Маршал Кошевой», компания «Ортодокс»).

Таким образом, в будущую навигацию на речных круизных маршрутах будет работать более 90 единиц флота от 26 компаний. ■



Есть ли жизнь после Олимпиады?

Мы великолепно провели Олимпиаду. Амбициозно! Безопасно! Комфортно! Совершенно гениально заявив на открытии культурные, литературные, музыкальные, духовные ценности России, зрелищным образом ответив на вопрос: зачем сюда ехать! Олимпиада – это наша гиперPR-акция. Все заинтересованы, заинтригованы, уже хотят. Эффектный эпиграф к нашей дальнейшей активности. Осталось понять, следует ли после эпиграфа столь же яркое динамичное повествование.

Наталья РЫБАЛЬЧЕНКО
Фото Владислав Новый

ОТ СОЧИ ОЛИМПИЙСКОГО К ТУРИСТИЧЕСКОМУ?

На развитие инфраструктуры Сочи было потрачено

более 1,5 трлн рублей. Благодаря этому город получил современную инфраструктуру, энергообеспечение. Кроме того, было построено порядка 20 тыс. гостиничных номеров, реконструировано 18 здравниц,

возведено 4 горнолыжных курорта.

При этом Сочи сильно изменился. Город стал по-настоящему безбарьерной средой, что важно для инвалидов-колясочников. Значительно расширен морской

порт, и теперь город может стать одним из объектов крупного туризма. По мнению Юрия Барзыкина, председателя комитета, вице-президента Российского союза туристической индустрии: «...Импульс, который дала Олимпиада, нужно усиливать. Теперь необходимо заполнить объем, наладить системную работу». Частично Олимпиаду оправдали. На нее было продано более миллиона билетов. Осталось понять, что делать дальше.

«Настало время для бизнеса! Но многое зависит сейчас от механизмов государственно-частного партнерства», – говорит Юрий Барзыкин. Сергей Корнеев, заместитель

Сочи может спозиционировать себя как многопрофильный курорт - игорный, морской, бальнеологический



генерального директора АНО «Транспортная дирекция Олимпийских игр» рассказал, что Олимпиада прежде всего показала, что мы умеем принимать и обслуживать гостей. Например, аэропорт Сочи в состоянии принять большие объемы туристов. На следующий день после завершения Олимпиады аэропорт обслужил 20 тысяч пассажиров днем и 10 тысяч пассажиров за ночь, а также 300 тонн багажа. По мнению Сергея Шпилько, председателя Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы, мы великолепно справились с Олимпийским проектом. Теперь наша цель справиться с туристической задачей. По его мнению, нужно подтянуть все силы, чтобы вдохнуть жизнь в существующую инфраструктуру. Для этого у нас

есть 36 миллионов внутренних потребителей.

Поэтому сейчас важно начать активно создавать интегрированные продукты: санаторное лечение, пляжный отдых, спорт, горные лыжи.

Однако на данный момент ситуация вызывает озабоченность. В доолимпийское время загруженность гостиниц составляла 60% (при этом они были убыточными). Олимпиада добавила еще 20 тысяч номеров, которые обслуживались волонтерами.

МАЦЕСТА ИЛИ ЛАС-ВЕГАС?

Благодаря Олимпиаде Сочи стал модным массовым курортом, «нафаршированным» западными гостиничными сетями с их же управляющими компаниями. Проблема любого курорта состоит в том, чтобы ответить на

вопрос: зачем туда ехать? В советское время ответ был понятен. Это была всесоюзная здравница, самый знаменитый курорт страны. В Сочи ехали сливки общества. Но когда открылись границы, то сливки планомерно перетекли в Майами, на Ямайку и прочие мировые курорты. Теперь самое время привлечь эту аудиторию обратно, не упустив момент.

«Сочи может спозиционировать себя как многопрофильный курорт – игорный, морской, бальнеологический», – считает Юрий Барзыкин. Хотя, возможно, стоит продолжать спортивную историю, акцентируя на уникальном расположении спорт-объектов.

Где еще в мире можно найти такие масштабные спортивные сооружения практически на берегу моря и у подножия

гор? Параллельно необходимо развивать молодежный и детский сегмент. Возможны организации спортивных лагерей, по завершении которых ребенок мог научиться плавать или кататься на коньках, лыжах. Возможна оздоровительная школа.

НАЧИНКА КУРОРТА, ИЛИ ГДЕ ВЗЯТЬ ИЗЮМА ДЛЯ ОЛИМПИЙСКОЙ БУЛОЧКИ

Владимир Синявин, директор Черноморско-Балтийской круизной компании предлагает возродить Крымско-Кавказские круизы. Его компания наладила маршрут Новороссийск – Ялта – Одесса – Севастополь – Сочи – Новороссийск и только в этом году сумела обслужить 5 тыс. пассажиров. Сергей Корнеев не сомневается, что порт Сочи интересен американ-



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТУРОПЕРАТОР

алеан

ОТДЫХ И ЛЕЧЕНИЕ
В РОССИИ, АБХАЗИИ,
ПРИБАЛТИКЕ, БЕЛАРУСИ,
И ДРУГИХ СТРАНАХ СНГ

- КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ
- КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ • АБХАЗИЯ
- АЗЕРБАЙДЖАН • ГРУЗИЯ

- КМВ • ПОДМОСКОВЬЕ • СРЕДНЯЯ ПОЛОСА
- БАШКИРИЯ • БЕЛОКУРИХА • АЗЕРБАЙДЖАН
- БЕЛАРУСЬ • ГРУЗИЯ • ПРИБАЛТИКА

- САНКТ-ПЕТЕРБУРГ • МОСКВА
- ЗОЛОТОЕ КОЛЬЦО • КАЗАНЬ • АРМЕНИЯ
- ПРИБАЛТИКА • УЗБЕКИСТАН

- АЛТАЙ • БАЙКАЛ • КАМЧАТКА • КАРЕЛИЯ
- УРАЛ

- КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ • ВАЛДАЙ • КАРЕЛИЯ
- ПОДМОСКОВЬЕ

+7 (495) 2-300-300
WWW.ALEAN.RU

ПЛЯЖНЫЙ ОТДЫХ

ЛЕЧЕНИЕ

ЭКСПЕРСИОННЫЕ ТУРЫ

АКТИВНЫЕ ТУРЫ

ДЕТСКИЙ ОТДЫХ

Важно, чтобы муниципалитеты создавали точки туристической активности, а туроператоры собирали их в маршруты



ским круизным компаниям. Вопрос лишь в том, останутся ли они, и чем будут занимать туристов? Такой изюминкой могли бы стать декорации к закрытию и открытию игр. Но, по мнению Владимира Синявина, этого мало.

По словам Сергея Корнеева, заместителя генерального директора АНО «Транспортная дирекция Олимпийских игр», у Сочи есть большой потенциал для объединения старого, нового, природного. На данный момент этот потенциал не востребован. Горы – более понятная цель, но с ними тоже проблема. Нет единого skipass. На европейских курортах эту проблему решали 15 лет. Вопрос: сколько потребуется времени нашему руководству, чтобы это решить. Еще один источник развития – это экологический туризм. В качестве примера и эксперимента Сергей Корнеев предлагает развивать Сочинский дендрарий, к которому на данный момент даже дорога заросла.

«Событийный туризм мог бы стать важным двигателем курорта», – говорит Сергей Павлович Шпилько.

Можно было бы развивать концертно-фестивальные площадки. При этом важно было бы не только отыграть ключевые события, но и равномерно распределить их в течение года.

При этом важно не забывать про Анапу и КавМин-Воды, закольцовывая их в единое информационно-событийное поле.

ЦЕНА НА ТУРПРОДУКТ

«Нужно в первую очередь понять, какую ставить цену на финальный продукт», – говорит Сергей Корнеев. Он считает, что если в ближайшее время не появится адекватного ценового предложения, то уже завтра все купят Турцию, так как люди сейчас привыкли заранее бронировать туры. Отельному бизнесу Сочи очевидно не хватает динамичности. Например,

только в одной гостинице «Омега» – сотни номеров! До сих пор не ясно, за сколько отельеры будут отдавать эти номера? При этом они попадают в прямую зависимость от цены на Турцию или, например, Абхазию, в которой можно жить в малом отеле за 500 рублей в сутки. «Получается, что для того, чтобы цена была конкурентной, она должна не превышать 1000 рублей. Пойдут ли на это гостиницы? Или предпочтут простой?» – продолжает Сергей Корнеев.

Теннадий Котов из компании «Астравел» говорит о том, что сейчас для туроператоров нет возможности продавать Сочи, так как те еще не выставили цены. При этом у города нет анонсированного плана мероприятий. «По идее мы должны были иметь план событий за год, чтобы сейчас уже ими торговать и в том числе готовить турпакеты к мартовским туристическим выставкам», – сетует Теннадий Котов.

ЖИЗНЬ ПОСЛЕ ЖИЗНИ, ИЛИ ЧТО МОЖНО ИЗМЕНИТЬ

Дмитрий Амуниц, заместитель руководителя Федерального агентства по туризму, рассказал о том, что сейчас важно сделать единый управляющий орган, целью которого будет обеспечение оборота туристов. Ключевая проблема заключается в том, что на данный момент нет ответственного за использование, продвижение туристического продукта и повышение качества услуг. Важно, чтобы муниципалитеты создавали точки туристической активности, а туроператоры собирали их в маршруты, прорабатывая логистику. Параллельно Ростуризм планирует запустить единую информационную систему, объединяющую все происходящие процессы.

Сергей Корнеев говорит о том, что Олимпийские игры создали для Сочи хороший информационный фон, который нужно максимально использовать для продвижения турпродуктов. «Если не создать турпродукт для Сочи сегодня, завтра будет поздно», – предупредил он. При этом вспоминается положительный пример 300-летия Санкт-Петербурга, после которого туристический поток на следующий год вырос на 20%.

Отдельно поднимался вопрос с визами: «Сегодня туристы привыкли жить в безвизовом пространстве, поэтому для привлечения иностранных клиентов необходимо смягчать визовый контроль», – Сергей Корнеев.

Юрий Барзыкин упомянул о том, что необходимо воспитывать обслуживающий персонал, внедряя международный опыт по обучению, а также готовить инструкторов спортивного туризма. Также необходима и системная работа с авиа- и ж/д перевозчиками. ■

■ МАЛЬТА ■ ФИНЛЯНДИЯ



Весенний цветок Средиземноморья

В последние годы на отечественном туррынке Мальта стала по-настоящему всесезонным направлением. Но весной она особенно красива. В то время когда в России еще лежит снег, архипелаг уже радуется гостей сочным разнотравьем и теплым солнцем. Комфортная температура делает доступным весь спектр развлечений, которые здесь можно найти.

Лучше всего о росте турпотока на Мальту в весенний период говорит статистика. По словам директора офиса по туризму Мальты в России Энтони Каруаны, с января по август 2013 года общий рост турпотока на Мальту составил 9%. Страну посетили около 1 млн 100 тыс. человек, а прирост по России составил 20%. Что же привлекает наших туристов на архипелаг весной?

Сергей ДЕМЕНЬЕВ

ЧЕМ ЗАНЯТЬСЯ

Весна – прекрасное время для любых экскурсий и инсентив- и МІСЕ-программ, обучения. В марте и апреле

дневная температура держится на комфортной отметке +18-22° С. В мае средняя температура воздуха уже +24° С, а солнце светит больше 10 часов в день. В это время в море уже можно купаться. При этом отсутствие летней жары благоприятно

сказывается на результатах изучения английского языка и на деловой активности.

Российская весна на Мальте – прекрасное время для дайвинга. Температура воды у острова не опускается ниже 14–18° С, а многочисленные бухты позволяют и в непо-

году найти защищенные от волнения места для погружений. Чистота воды и хорошая видимость – важные критерии для подводного плавания. При благоприятной погоде подводная видимость составляет около 30–50 м на глубине в 20–30 метров. Важно, что благодаря отличной экологической обстановке в местных водах можно увидеть самых редких представителей подводной фауны, которые уже не встречаются или очень редки в других районах Средиземноморья. На архипелаге имеется прекрасная база для экотуризма: множество живописных деревень, изрезанная береговая линия, холмы, долины, часовни. Самый широкий спектр вариантов однодневных прогулок можно найти у местных экосообществ и гидов. Туристы, которые не ищут активного отдыха, а хотят набраться сил, могут остановиться в спа-гостиницах. Цены в это время везде очень

Сегодня Мальта является одним из самых безопасных направлений в мире



привлекательные. Помимо всего, Мальта все активнее реализует свой потенциал как направление выходного дня. И вообще как дестинация для непродолжительных поездок.

ЧТО ПОСМОТРЕТЬ

Мягкая весенняя погода на Мальте идеально подходит для экскурсий по многочисленным памятникам истории. Самым древним из них уже не менее 5 тыс. лет, что возводит их в ранг одних из самых древних на Земле. О великой цивилизации прошлого рассказывают такие замечательные памятники архитектуры, как Хаджар-Им и Джгантия на острове Гозо, а также подземные катакомбы гипогей Халь-Сафлини. Знаменитые легенды древности тоже оставили свой след в перечне местных экскурсий. Так, по преданию, именно на втором по величине острове мальтийского архипелага – Гозо, а тогда – Огигии, нимфа Калипсо держала в плену Одиссея, исполняя ему песни на арфе. Сегодня здесь

открыто несколько хороших музеев – в Цитадели Виктория, мощной крепости, возведенной рыцарями для защиты от набегов турок и североафриканских пиратов. А с вершины холма, на котором она возвышается, можно увидеть Сицилию, до которой всего 90 км. Церковь Богоматери Та Пину можно назвать одной из красивейших на всем Мальтийском архипелаге. И конечно же множество мальтийских достопримечательностей связано с рыцарями – тамплиерами. Все началось в 1530 году, когда Карл Пятый передал остров Рыцарям Святого Иоанна, у которых тогда не было постоянного дома. В течение следующих столетий рыцари существенно изменили облик Мальты. В частности, именно ими был основан город Валлетта. Это памятник позднего ренессанса, способный выдержать любое нападение. Здесь есть множество замечательных исторических монументов, но его жемчужиной, безусловно, является собор Святого Иоанна.

ГДЕ ОТДОХНУТЬ

Весной у наших туристов наиболее популярны такие курорты, как Слима, Сент-Джулианс и Аура. Слима – самая фешенебельная на Мальте курортная зона. Она находится на северо-востоке острова, в гавани Марсамшетт. Здесь есть гостиницы на любой вкус – от пяти- до двухзвездочных, а также пансионы, апартаменты и студенческие резиденции. Впрочем, вполне возможно, что популярность Сент-Джулианс даже превосходит Слиму, ведь, помимо обычных атрибутов туристического городка (отели, рестораны и т.п.) один из районов города, так называемая Мекка развлечений, – Пачевиль (Paceville). А еще Сент-Джулианс – это рай для гурманов. Тут расположены лучшие рестораны, в том числе хорошо известные San Giuliano, Baggasuda и др. Аура – город-курорт входит в основную туристическую зону Мальты вместе с курортом Буджиба. Живописные песчаные и скалистые пляжи Ауры также все более популярнее у гостей из России. Днем здесь работает множество аттракционов, аквапарк, здесь можно отлично понырять с аквалангом или маской. Кроме того, в Ауре находится огромное количество высококлассных комфортабельных отелей. В то же время это тихое место, где все направлено на спокойный семейный отдых. На курортах Буджиба и Сент-Полс Бей меньше туристов, тише, спокойнее. И здесь также имеются отличные песчаные пляжи. Это важно для маленьких детей, которые еще не умеют плавать. Свой кусочек песчаного пляжа есть и у отеля Intercontinental в Сент-Джулиансе. А в отеле Westin Драгопага работает хороший детский клуб. Здесь можно на несколько часов оставить детей под присмотром

аниматоров. Валлетта также привлекает россиян как столица и исторический центр. Здесь много гостиниц «с изюминкой», например, с особым историческим интерьером. Зачастую отели открываются в старинных дворцах. Так что здесь можно ощутить настоящий дух истории. В 2018 году Мальта будет культурной столицей Европы. И это тоже стимулирует рост интереса к ней.

АРХИПЕЛАГ ДЛЯ ДЕТЕЙ

Сегодня Мальта является одним из самых безопасных направлений в мире. Это позволяет отпускать сюда детей на обучение и отдых со спокойным сердцем. Старейшие и крупнейшие языковые школы Мальты работают круглый год, и, кстати, именно межсезонье многие считают лучшим для изучения языка временем: меньше студентов и туристов, море не отвлекает ребят от занятий, а цены заметно ниже. Немаловажно и то, что местные отели постоянно расширяют спектр услуг для привлечения семей с детьми. Это детские клубы, развлекательные программы, дополнительные услуги для детей в гостиницах. По сути, на Мальте созданы прекрасные условия для семейного отдыха: море и солнце, развитая инфраструктура, познавательные экскурсии, есть аквапарк и детский тематический парк. Кроме того, в большинстве мальтийских отелей бесплатное размещение детей в возрасте до 12 лет в номере с родителями. В период всех, в том числе и весенних, школьных каникул на Мальте работают детские лагеря. Детей везут сюда подучить английский язык, а заодно и отдохнуть всей семьей. У некоторых отечественных туроператоров сегмент туристов, которые едут на архипелаг с детьми, приходится не менее 30%. **Т**

БОЛЬШЕ УВИДЕТЬ

БОЛЬШЕ СДЕЛАТЬ

БОЛЬШЕ ВСПОМНИТЬ

Мальтийское Управление по Туризму рекомендует:

ICS TRAVEL GROUP МВЗ 000786
М «ТУЛЬСКАЯ»
(495) 748-7074 (мн.) www.icstrvl.ru

ВАНД ИНТЕРНЕШНЛ ТУР МТ1 000500
М «ТВЕРСКАЯ»
(495) 780-3661 www.vand.ru

ДИАЛОГ МТЗ 001243
М «КРАСНОПРЕСНЕНСКАЯ»
(495) 730-2022 (мн.) www.maltaresort.ru

ИНСАЙТ-ЛИНГВА МТЗ 009842
М «НОВОСЛОБОДСКАЯ»
(495) 795-0922 www.i-l.ru

ТК МЕЛИТА МТЗ 011106
М «АРБАТСКАЯ»
(495) 411-9032 www.maltatour.ru

МИЛЛЕНИУМ ВОЯЖ МТЗ 011226
М «БАУМАНСКАЯ»
(495) 640-1181 www.mvoyage.ru

НЕВА МТ1 000498
М «ТАГАНСКАЯ»
(495) 799-9444 www.nevatravel.ru

СОЛВЕКС-ТРЭВЭЛ МТ1 000864
М «КРОПОТКИНСКАЯ»
(495) 956-1418 www.solvex.ru

СТБ ТУРС МТЗ 006955
М «ДОСТОЕВСКАЯ»
(495) 638-5333 www.stbtours.ru

ТРЕВЕЛ ЭКСПРЕСС-МФ МТЗ 000756
М «НАГАТИНСКАЯ»
(495) 961-2725 www.travel-express.ru

ТРЭВЕЛМАРТ МТЗ 011890
М «ТАГАНСКАЯ»
(495) 935-8330 www.mymalta.ru

ЮЖНЫЙ КРЕСТ МТ1 006017
М «БИБЛИОТЕКА ИМ. ЛЕНИНА»
(495) 772-9980 www.ukrest.ru



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



Финляндия: праздник каждый день



Елена ЗОБОВА

Каждый год в Финляндии открывается фестивальный сезон, на котором представлены лучшие достижения мира искусства – музыки, театра, литературы и кинематографа. Тысячи туристов устремляются в Финляндию на фестивальные праздники, ведь каждый из них – это настоящее шоу, на котором действительно показывают все лучшие достижения. Летом Финляндия становится ареной для многих международных фестивалей, некоторые из них проводятся здесь уже многие десятилетия подряд и ежегодно привлекают множество зрителей-туристов. 2014-й год конечно же тоже богат фестивалями.

Свое 102-летие отмечает в этом году всемирно известный оперный фестиваль в Савонлинне. В этом уютном финском городе, расположенном в живописнейшем месте слияния озер Сайма, крепость Олавинлинна на целый месяц становится сценой под открытым небом. Около тысячи ценителей оперного

искусства ежегодно посещают этот оперный фестиваль. Как правило, на фестивале звучат современные финские оперные произведения и оперы уже ставшие классикой. В этом году фестиваль предлагает новую постановку оперы «Куллерво» Аулиса Саллинена под руководством Кари Хейсканена. В программу входят также «Кармен» Бизе, «Мадам Баттерфляй» Пуччини и «Волшебная флейта» Моцарта. Кроме того, ожидаются гости из Кардиффа: Уэльская национальная опера представит в замке Олавинлинна свои версии «Набукко», «драмы для хора» Джузеппе Верди, и «Манон Леско», опера, прославившая Джакомо Пуччини. Время проведения фестиваля с 4 июля по 8 августа.

Продолжает музыкальную тему фестиваль классической музыки в Наантали. Время проведения – с 3 июня по 14 июля. К фестивалю подготовились основательно – отреставрировали старую монастырскую церковь, в которой и пройдет первый концерт виолончельной музыки в честь открытия. В дни фестиваля концерты будут проходить повсюду – на островках, в парках и ресторанах. Музыка будет звучать даже

Жители Финляндии очень любят проводить свой досуг активно: занимаются спортом, посещают выставки и концерты, театральные кружки. Но особенно любимы всевозможные гуляния и фестивали, которые устраиваются с аккуратной регулярностью. В каждом городке есть свой ежегодный традиционный фестиваль или праздник, выделяющий его среди других городов.

в специально организованном музыкальном круизе.

В Котке с 24 по 27 июля пройдет один из главных фестивалей Финляндии – «Дни моря». Это – один из крупнейших фестивалей Финляндии. Его основные мероприятия проходят на набережной, рядом с морским центром «Велламо» – уникальным зданием, которое по форме напоминает гигантскую волну. Здесь можно познакомиться со всеми аспектами морской культуры: в программу входят разнообразные концерты (от рока до джазовой и классической музыки), фестиваль песен о море, «Морской джаз», уличные театральные представления, выставки, а также морской фестиваль для детей.

Любителей театрального искусства приглашает город Тампере на театральный фестиваль, который пройдет с 4 по 10 августа. Все самые лучшие спектакли прошлого сезона будут снова представлены в эти летние дни, среди них драматические, детские, уличные и музыкальные постановки, а также современный цирк. Вся фестивальная программа разделена на три тематические части: «The Main Program» – основная программа, «The Club

Festival Encorebaana» – спектакли малой формы и «The OFF Program» – третья часть программы, в которой за свой счет могут принять участие любые театральные коллективы.

В Кухмо с 13 по 26 июля пройдет фестиваль камерной музыки. За две фестивальные недели будет проведено 70 концертов, среди них как популярные камерные произведения, так и крупномасштабные – две симфонии, две оперы, «Реквием» Моцарта и оратория «Сотворение мира» Гайдна. Организаторы фестиваля обещают действительно насыщенную и разнообразную программу, которую даже нельзя обозначить одной темой. Как сказал художественный директор фестиваля Владимир Мендельсон: «Это может быть тема о Боге, об образах, о красоте, об ограниченности человека и безграничности Вселенной. А могут быть воспоминания и мифы о природе, мудрости или смелости». Концерты будут проходить в Центре культуры «Кухмо-тало», школе Контио и церкви Лентийра.

Следующий фестиваль так и называется «Праздник музыки» и пройдет в Турку с 8 по 23 августа. Будет звучать музыка



на любой вкус, и меломаны из разных стран соберутся здесь в конце лета. Различные концерты – от джазовых до сольных и камерных, а также оркестровые произведения прозвучат на различных площадках в самом Турку и на ближайших островах архипелага.

Для детей тоже есть прекрасный повод посетить летом Финляндию. В городе с прозаичным названием Сало с 5 по 8 июня состоится фестиваль «Город детской песни». Участниками фестиваля станут финские и зарубежные детские музыкальные, танцевальные и театральные коллективы.

Кроме музыкальных событий Финляндия предлагает фестивали и другого плана. Например, фестиваль в Ориэвеси, объединивший в себе сразу несколько направлений. Среди них литературные чтения, выставки скульптур и дизайна. Ну и конечно, все это разнообразие украшено концертами и театральными представлениями. Этот ежегодный праздник объединяет несколько видов искусства: в колледже Ориэвеси – концерты и литературные чтения, а в художественном центре Пурну — инсталляции, выставка скульптуры, а также выставка дизайна и индустриального искусства «СувиДизайн». Кроме того, зрителей ждет театр под открытым небом и танцевальные вечера в развлекательном центре «Ренни» (с мая по сентябрь). В начале сентября для любителей кино состоится кинофестиваль «Рейкяреуна». Дата проведения – с 7 июня по 10 августа.

Ну и наконец, самый крупный фестиваль искусств, который ежегодно проходит в Хельсинки в конце лета. В этом году он состоится с 15 по 31 августа. Крупнейший финский фестиваль искусств снова подготовил обширную и разнообразную программу. По всей столице Финляндии будут проходить концерты (от классической до

этнической и популярной музыки), театральные спектакли, современные хореографические постановки, выставки, кинопоказы, мероприятия для детей, а также тематические мини-фестивали.

Незабываемой станет «Ночь искусств» в Хельсинки. Здесь каждый найдет то, что ему по душе! В программе классическая и этническая музыка, цирковые представления, танцевальные шоу, театральные постановки, обширная детская программа и кинопоказы.

Лето в столице Финляндии открывается и завершается двумя яркими событиями, на которых жителям и гостям города предлагается посетить массу бесплатных мероприятий в течение нескольких дней. В начале июня – Неделя Хельсинки, кульминацией которой становится 12 июня – День рождения города. Считается, что именно в этот день в 1550 году шведский король Густав Ваза основал город в устье реки Вантаа. Впервые эту дату торжественно отметили в 1959-м, с тех пор праздник ежегодно привлекает в столицу тысячи туристов.

Неделя Хельсинки дает возможность увидеть все многообразие городской культуры: в этот период проходят уличные спектакли, концерты и разноплановые выставки. А центральные улицы напоминают праздничное застолье: еду продают на каждом шагу: в киосках, с лотков и даже в троллейбусах. В первой половине дня большинство мероприятий рассчитано на детскую аудиторию, 12 июня завершает празднование большой бал в мэрии. Кроме того, некоторые заведения объявляют день открытых дверей. Например, в 2013 году был свободный вход во все городские бассейны.

В августе Фонд Недели Хельсинки организует Хельсинкский фестиваль. Его цель – сделать искусство

доступным для всех. Апогеем фестиваля считается «Ночь искусств», в течение которой устраивают около 200 бесплатных мероприятий: кинопоказы, экскурсии в музеи и различные представления. Фестиваль впервые провели в 1968 году, расширяя рамки Международного конкурса вокалистов имени Яна Сибелиуса в Ярвенпяя. В последние годы он стал особенно популярным, к примеру, в 2012-м более 200 тыс. зрителей как финнов, так и туристов, находящихся на отдыхе в Хельсинки, посетили фестиваль.

В 2014 году 4–5 июля в Лахти пройдет Summer Up – крупнейший в Финляндии фестиваль современной городской музыки, известный первоклассными исполнителями, неповторимой атмосферой и великолепным настроением. Ежегодно фестиваль собирает финских звезд первой величины, подающих надежду молодых музыкантов, а также самую лучшую публику в Финляндии. Фестиваль им. Сибелиуса – это международное музыкальное событие, собирающее ценителей симфонической музыки и утонченного досуга со всех уголков света. В программе музыкального торжества избранные сочинения национального композитора Финляндии в современных трактовках. Лахтинский симфонический оркестр искренне ждет всех поклонников творчества Сибелиуса 4–7 сентября 2014 года под сводами «Сибелиус-Холла» в Лахти!

Легендарный Down By The Laituri – городской музыкальный фестиваль, проводится в Турку в конце июля. Основу его репертуара составляет рок и поп-музыка. Это многокультурное событие проходит на восточном берегу реки Аура, возле Городского театра Турку. Центр фестиваля – территория под названием The Alue – вмещает несколько сцен под открытым небом и огромный навес. С 26 по 29 июня «Средние века» вступают на Старую

площадь Турку! Бесстрашные рыцари, богатые товарами столы и средневековые орудия труда создают незабываемую атмосферу.

Простолюдины и аристократы встречаются друг с другом на бульжной мостовой, а шуты, музыканты и разношерстная ярмарочная толпа рожают живую историю. Артистические группы музыкантов и скоморохов поднимут настроение всем присутствующим. В Ремесленном квартале можно увидеть, как варят древнее пиво или как сапожник работает с только что выдубленной кожей. Во внутреннем дворе Соборной школы устроено Ристалище. Если хватит смелости, можно испытать свои рыцарские навыки!

«Фестивали Финляндии» – некоммерческая организация в сфере культуры и туризма, которая объединяет разнообразные фестивали музыки, танца, театра, литературы, изобразительного искусства, кино, а также культурные программы для детей. Организация представляет интересы фестивалей и занимается маркетингом, связями с общественностью, сбором информации, а также проводит исследования и тренинги. «Фестивали Финляндии» стремятся улучшить общие условия проведения таких мероприятий и сотрудничают с политическими партиями, которые влияют на государственную политику в сфере культуры. У «Фестивалей Финляндии» есть своя публика в Финляндии и за рубежом, участники повышают свой уровень и заключают контракты с партнерами. Кроме того, здесь проходят тренинги и консультации, а также встречи для поиска новых идей и полезных профессиональных связей. Организация представляет интересы всего фестивального сектора и является крупнейшим специалистом и источником информации, когда принимаются решения, которые влияют на работу фестивалей.

КАЛЕНДАРЬ СОБЫТИЙ



МАЙ

Международный фестиваль кукольных театров «Mukamas 2014»	12.05–17.05.2014
Хоровой фестиваль в Ваасе	14.05–18.05.2014
Международный фестиваль детского театра «Куупас» (Коувола)	15.05–18.05.2014
Фестиваль современного танца «Tanssivirtaa» (Тампере)	20.05–25.05.2014
Фестиваль комедийных миниатюр «Tomatoes!» (Хямеенлинна)	21.05–24.05.2014
«Весь мир приходит в гости» (World Village Festival, Хельсинки)	24.05–25.05.2014

ИЮНЬ

Международный фестиваль хоровой музыки в Эспоо	01.06–08.06.2014
Летние концерты Риихимяки	03.06–08.06.2014
Праздник музыки в Наантали	03.06–14.06.2014
Фестиваль «Город детской песни» (Сало)	05.06–12.06.2014
Музыкальный фестиваль в Илмайоки	05.06–15.06.2014
Фестиваль «Ночь органа и арии» (Эспоо)	05.06–28.08.2014
Летний фестиваль в Оривеси	07.06–10.08.2014
Художественный центр «Салмела» в Мянтьяхарью	07.06–10.08.2014
Детский летний фестиваль «Векара-Варкау» (Варкау)	09.06–15.06.2014
Кинофестиваль «Полночное солнце» (Midnight Sun Film Festival, Соданкюля)	11.06–15.06.2014
Музыкальный фестиваль в Иитти	11.06–14.06.2014
Фестиваль «SottiisiMoves» (Тампере)	11.06–15.06.2014
Фестиваль танца в Куопио	12.06–18.06.2014
Фестиваль «Музыка и море» (Инкоо)	13.06–15.06.2014
Фестиваль изобразительного искусства в Мянтьятя	15.06–31.08.2014
«Летние костры Сеурасаари» в Хельсинки	20.06–21.06.2014
Фолк-фестиваль в Хаапавеси	23.06–29.06.2014
«Парк-блюз» в Ярвенпяя	25.06–29.06.2014
Летние концерты оркестра «Аванти!» в Порво	25.06–29.06.2014
Фестиваль народных искусств «Ютаясет» (Рованиemi)	25.06–29.06.2014
Фестиваль джаза и блюза «Калотт» (Торнио, Хапаранда)	26.06–29.06.2014
«Провинсирок» (Сейняйоки)	27.06–28.06.2014
Фестиваль джазовых оркестров в Иматре	27.06–03.07.2014
Фестиваль Гергиева в Миккели	28.06–01.07.2014

ИЮЛЬ

Фестиваль «Ночь органа и арии» (Эспоо)	05.06–28.08.2014
Летний фестиваль в Оривеси	07.06–10.08.2014
Художественный центр «Салмела» Мянтьяхарью	07.06–10.08.2014
Фестиваль изобразительного искусства в Мянтьятя	15.06–31.08.2014
Фестиваль джазовых оркестров в Иматре	27.06–03.07.2014
Фестиваль Гергиева в Миккели	28.06–01.07.2014
Фестиваль баяна и аккордеона «Сата-Хяме Сой» (Икаалинен)	01.07–06.07.2014
«Время музыки» в Винтасаари	01.07–06.07.2014
Фестиваль в усадьбе Пюхяниemi (Холлола)	Июль 2014
Фестиваль «Слово и мелодия» в Каяни	02.07–06.07.2014
Фестиваль этнической музыки «Соммело»	02.07–06.07.2014
«Балтийский джаз» (Таалинтехдас)	04.07–06.07.2014
Савонлинский оперный фестиваль	04.07–02.08.2014
«Звуки лета» (Сюсмяя)	04.07–12.07.2014

Фолк-фестиваль в Каустинене	07.07–13.07.2014
Музыкальный фестиваль на острове Кимито	08.07–13.07.2014
Фестиваль в Ювяскюля	08.07–14.07.2014
Фестиваль танго в Сейняйоки	09.07–13.07.2014
Джаз-фестиваль в Пори	12.07–20.07.2014
Фестиваль камерной музыки в Кухмо	13.07–26.07.2014
Музыкальный фестиваль в Ханко	13.07–18.07.2014
Этнофестиваль южной Остроботнии «Следит» (Илмайоки)	18.07–20.07.2014
Музыкальный фестиваль скиффл-музыки «Кихвели Сойкоон» в Ханкасальми	18.07–20.07.2014
Музыкальный фестиваль в Кангасниemi	18.07–27.07.2014
Фестиваль старинной музыки «Састамала Григориана»	19.07–26.07.2014
Фестиваль «Танцы в полнолуние» (Full Moon Dance Festival, Пюхяярви)	20.07–24.07.2014
Фестиваль «У реки» (Down By The Laituri, Турку)	23.07–27.07.2014
Фестиваль музыки рабочих (Валкеакоски)	24.07–27.07.2014
«Дни моря» (Котка)	24.07–27.07.2014
«Неделя Круселла» (Уусикапунки)	26.07–02.08.2014
«Наш фестиваль» (Ярвенпяя, Туусула)	27.07–02.08.2014
Музыкальный фестиваль в Корсгольме (Корсгольм, Вааса)	30.07–06.08.2014
Детский фестиваль искусств «Хиппалот» (Хямеенлинна)	31.07–03.08.2014
Летние концерты в Экенясе	31.07–03.08.2014
Музыкальный фестиваль в Оулунсало	31.07–05.08.2014
Фестиваль «Август в Оулу» (Oulu August Festival)	31.07–31.08.2014

АВГУСТ

Фестиваль «Ночь органа и арии» (Эспоо)	05.06–28.08.2014
Летний фестиваль в Оривеси	07.06–10.08.2014
Художественный центр «Салмела» (Мянтьяхарью)	07.06–10.08.2014
Фестиваль изобразительного искусства в Мянтьятя	15.06–31.08.2014
Фестиваль в усадьбе Пюхяниemi (Холлола)	Июль 2014
Савонлинский оперный фестиваль	04.07–02.08.2014
«Неделя Круселла» (Уусикапунки)	26.07–02.08.2014
«Наш фестиваль» (Ярвенпяя, Туусула)	27.07–02.08.2014
Музыкальный фестиваль в Корсгольме (Корсгольм, Вааса)	30.07–06.08.2014
Детский фестиваль искусств «Хиппалот» (Хямеенлинна)	31.07–03.08.2014
Летние концерты в Экенясе	31.07–03.08.2014
Музыкальный фестиваль в Оулунсало	31.07–05.08.2014
Фестиваль «Август в Оулу» (Oulu August Festival)	31.07–31.08.2014
Фестиваль теноров в Лохья	02.08–24.08.2014
Фестиваль барочной музыки «BRQ Vantaa Festival»	03.08–10.08.2014
Театральный фестиваль в Тампере	04.08–10.08.2014
Фестиваль органной музыки в Лахти	04.08–09.08.2014
Фестиваль камерной музыки «Фестиво» в Рауме	05.08–09.08.2014
Музыкальный фестиваль в Мянтьятя	06.08–10.08.2014
Классика в Луосто	07.08–10.08.2014
Музыкальный фестиваль в Турку	08.08–23.08.2014
Джаз-фестиваль в Турку	14.08–17.08.2014
Фестиваль в Хельсинки	15.08–31.08.2014
Музыкальный фестиваль «Сатасойто» (Харьявалта, Кокемяки)	22.08–31.08.2014