

гостиничный бизнес ★ ★ ★ ★

пятьзвезд

Best Western: присоединяйтесь!

14 Москва
Итоги года

24 Кадры
В дефиците – все!

32 Хаускипинг
Химия и жизнь





wtm
VISION
conference
Moscow | 2 April 2013

Москва
Пекин
Сан-Паулу
Лондон
Дубай
Милан

Подробности и регистрация
www.tourbus.ru/wtmvision.php

Ведущая международная туристическая выставка World Travel Market (Великобритания) и ИД «Турбизнес» проводят вторую практическую конференцию WTM Vision. Каждый год конференции WTM Vision собирают в разных странах мира ведущих экспертов для обсуждения проблем туристической индустрии.

В программе конференции:

- глобальный обзор международной туриндустрии
- перспективы совершенствования туристического законодательства
- как развивается рынок въездного туризма в России
- куда идет российский туроператорский рынок
- применимы ли в России западные технологии турбизнеса
- турбизнес vs прямые онлайн-бронирования

Место проведения: Renaissance Moscow Olympic Hotel
Зал «Байкал»

Время работы:

2 апреля, 9:00-13:15

Регистрация для участия в конференции обязательна



Учредитель ООО «Турбизнес»
Издательство «Турбизнес»
Редактор Элеонора Арефьева
Дизайнер Светлана Обуховская
Отдел рекламы Ольга Мальцева,
Наталья Железова, Анастасия Пшеничная
Отдел информации и распространения
Лариса Тарасюк
Адрес Москва, Суворовская пл., д. 2, стр. 3
Почтовый адрес
107031, Москва, а/я 32
Тел./факс (495) 723 72 72
E-mail: 5stars@tourbus.ru
www.5stras-mag.ru
Типография «Анни»
Москва, Ленинградское шоссе, д. 35
Тираж 5000 экз.



6



14



29



38

Турбизнес
Travel Trade Russia

BUSINESS TRAVEL

Destinations
турбизнес

ТУРБИЗНЕС
x САНКТ-ПЕТЕРБУРГ x СЕВЕРО-ЗАПАДНОЙ РЕГИОНЕ

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.

Свидетельство о регистрации
ПИ № ФС77-139789 от 30.04.2010

Редакция не несет ответственности за достоверность информации, содержащейся в рекламных объявлениях

При использовании материалов ссылка на журнал «Пять звезд. Гостиничный бизнес» обязательна

СОДЕРЖАНИЕ

2–7 В РОССИИ

8–9 Назначения

БРЕНД

10–12 Best Western: присоединяйтесь!

13 ПОЗДРАВЛЕНИЕ

АНАЛИТИКА

14–16 Гостиничный рынок Москвы:
то взлет, то...

СТРОИМ ОТЕЛЬ

17 Кому нужен пиджак без пуговиц?

18–19 У нас – менеджер по качеству. А у вас?

20–21 Гостиница не для всех?

ОТЕЛЬ

22–23 Гостиничный конвейер Петербурга
притормозил

24–28 Кадры: как преодолеть дефицит?

29 Пик российского гостиничного рынка
еще впереди

30 ВЕСТНИК АБТ

ХАУСКИПИНГ

31 Первый клуб профессионалов
гостеприимства приглашает...

32–35 Химия и жизнь

РЕСТОРАН

36–37 Назначения и новости

38–39 Всякому празднику – свой бранч

В МИРЕ

40–41 Отдых в стиле Rixos

42–48 НОВОСТИ



Обязательная классификация гостиниц может быть введена 1 января 2016 года

Министерство культуры предлагает ввести обязательную классификацию объектов туристической индустрии во всех регионах России с 1 января 2016 года, говорится в законопроекте о внесении изменений в законодательные акты РФ в целях совершенствования регулирования туристической деятельности, размещенном на сайте ведомства.

«Предусматривается повсеместное введение в Российской Федерации обязательной классификации объектов туристской индустрии с 1 января 2016 года. Предоставление услуг объектами туристской индустрии, включая гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи, допускается при наличии свидетельства о присвоении категории, предусмотренной соответствующей системой классификации объектов туристской индустрии», — цитирует документ РИА «Новости-Туризм».

Авторы законопроекта предлагают вводить обязательную

классификацию поэтапно. «Предлагается с 1 января 2014 года по 31 декабря 2015 года предусматривать право правительства РФ принимать на основании письменного обращения руководителя высшего исполнительного органа государственной власти субъекта РФ соответствующее решение о вводе на территориях отдельных муниципальных образований субъекта РФ в определенные сроки обязательной классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи», — говорится в документе.

При этом перечень муниципальных образований регионов, на территории которых вводится обязательная классификация, а также сроки по введению обязательной классификации должны быть определены законами регионов.

На сегодняшний день классификация гостиниц обязательна только в Краснодарском крае, где в 2014 году пройдут зимние Олимпийские игры.



Малый и средний бизнес получит льготы по приватизации недвижимости

Проект федерального закона № 201812-6 «О внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием порядка отчуждения недвижимого имущества, находящегося в государственной собственности субъ-

ектов Российской Федерации или в муниципальной собственности и арендуемого субъектами малого и среднего предпринимательства».

Девятого января 2013 г. в Госдуму РФ внесен проект поправок, направленный на поддержку малого и среднего предпринимательства, сообщает сайт flio.ru. Он касается выкупа арендованной недвижимости, находящейся в региональной и муниципальной собственности, указанными субъектами. В частности, предлагается снять ограничения на максимальный размер площади

арендуемых помещений, планируемых к приватизации.

Кроме того, предполагается, что право на преимущественный выкуп будет предоставляться на помещения, арендуемые субъектами малого и среднего предпринимательства не менее двух лет по состоянию на 1 сентября 2012 года. Лицам, непрерывно владеющим (пользующимся) недвижимостью не менее пяти лет (по состоянию на указанную дату), хотят разрешить подавать заявление на приватизацию в уведомительном порядке. Также планируется, что субъекты малого и

среднего бизнеса смогут обжаловать установленную оценщиком рыночную стоимость объекта недвижимости. Предполагается, что на время обжалования срок заключения договора купли-продажи данного объекта будет приостановливаться. Напомним, что имущество может приобретаться в рассрочку. Планируется, что ее минимальный срок составит три года. Действие льготного периода приватизации недвижимости субъектами малого и среднего предпринимательства хотят продлить еще на два года — до 1 июля 2015 года.

В Красной Поляне открылись новые отели HELIOPARK Freestyle...

28 января 2013 года российский гостиничный холдинг HELIOPARK Group открыл новый отель HELIOPARK Freestyle на горнолыжном курорте «Роза Хutor» в Красной Поляне.

Как сообщает директор по развитию холдинга Михаил Бескровный, отель 3* представлен 174 номерами категорий «стандарт» и «студия», включая номера

для людей с ограниченными возможностями. В отеле будет работать ресторан итальянской кухни Cipollino, развлекательный клуб HotIce, лобби-бар, караоке и бильярд, а также велнес-центр. В инфраструктуре отеля предусмотрены детская комната, помещения для хранения горнолыжного инвентаря гостей и охраняемая автостоянка. Отель будет принимать участников и гостей зимней Олимпиады в 2014 году. Горнолыжный курорт международного класса «Роза Хutor» располагается в районе поселка Красная Поляна. Общая пло-



щадь — 550 га, семь подъемников, перепад высот — до 1745 метров, общая протяженность действующих трасс — 80 км.

... и «Radisson Роза Хutor»

Отель «Radisson Роза Хutor» открылся в сочинской Красной Поляне на горнолыжном курорте «Роза Хutor». Гостиница удобно располагается в самом центре курорта, всего в нескольких минутах ходьбы от подъемников.

Профессионалы и любители спорта по достоинству оценили удобное расположение отеля на курорте «Роза Хutor», всего в трех минутах ходьбы от подъемников. Стоит отметить также, что в гостинице создана специальная зона для хранения лыж и спортивного инвентаря. После динамичного дня на склоне можно продолжить тренировки в фитнес-центре Pyramid Health Club & Spa, оборудованном самыми современными тренажерами, или же насладиться расслабляющим массажем



и спа-процедурами в безмятежной обстановке спа-центра отеля.

Интерьеры отеля разработал шведский гостиничный дизайнер Кристиан Лундвал. Гости смогут выбрать номер (а их в отеле 181), выполненный в одном из трех стилей — Natural Cool, New York Mansion и Urban. Из окон каждого номера открывается прекрасный вид на горы

или центральную набережную курорта «Роза Хutor». Все номера оборудованы индивидуальным климат-контролем и бесплатным высокоскоростным доступом в Интернет. Кроме того, в каждом номере гости найдут наборы для ванной от премиального бренда Anne Semonin.

Кулинарное предложение отеля не оставит равнодуш-

ными даже самых взыскательных гостей. Утром, перед выходом на склон, гостей ждет фирменный завтрак Super Breakfast в ресторане Seasons. В обеденное и вечернее время можно отведать традиционные русские и международные блюда от шеф-повара ресторана Black Bar & Grill, приготовленные с использованием самых свежих, высококачественных ингредиентов. А вечером непременно стоит заглянуть в Cosmo Night Bar, где подаются самые разнообразные коктейли.

Для проведения конференций, семинаров, корпоративных мероприятий, а также частных событий в отеле предусмотрен многофункциональный конференц-зал (339 кв. м) и 10 переговорных комнат, оснащенных самым современным аудиовизуальным оборудованием и бесплатным высокоскоростным доступом в Интернет.

В Уфе начнется строительство гостиницы Hampton by Hilton

В 2015 году в Уфе появится отель мирового бренда Hampton by Hilton Ufa.

Договор франчайзинга был подписан между девелопером проекта ГК «Основа» и компанией Hilton Worldwide. Гостиница на 160 номеров будет построена на улице 50-летия Октября, рядом с развлекательным центром «Огни Уфы».

Это уже третий проект, подписанный в рамках стратегического соглашения между ГК «Основа» и Hilton Worldwide. Первая гостиница откроется в Воронеже уже этим летом, сообщает сайт Ufa1.ru. Второй отель строится в Волгограде. Как отмечает стратегический инвестор ГК «Основа» (председатель совета директоров ГК «Спортмастер») Дмитрий Дойхен, интерес инвесторов к Уфе закономерен:

сегодня город представляет собой крупный транспортный узел, промышленный и культурный центр с развитой инфраструктурой.

«Не случайно столица Башкирии выбрана в качестве места проведения предстоящих саммитов ШОС и БРИКС в 2015 году, — подчеркивает эксперт. — Незадолго до их проведения и планируется открытие гостиницы».

Новый отель удачно впишется в единый комплекс делового и развлекательного центра Уфы, уверен управляющий партнер ГК «Основа» Александр Калтыков. В своем сегменте он обеспечит гостям качество мирового уровня по доступным ценам, соответствующим классу Economy+ и требованиям отелей категории «четыре звезды».

Эксплуатировать гостиницу будет собственная управляющая компания группы «Основа Отель Менеджмент», начало работы которой запланировано на середину 2013 года.

Более подробную информацию Вы можете узнать на сайте www.cleanconf.ru или по телефону тел.: +7 (495) 995 8004.

В «Азимут Отель Уфа» открылся самый большой ресторан в Башкортостане

В «Азимут Отель Уфа» открылся один из самых больших ресторанных залов в республике Башкортостан.

Общая площадь ресторана составила более 1100 кв. м, высота потолков — 6 м. Обновленный ресторан «Россия» теперь вмещает до 350 человек. Ресторан имеет основной зал на первом этаже (890 кв. м) и антресольный (270 кв. м) — с четырьмя VIP-залами. Гости VIP-залов могут наблюдать за происходящим на первом этаже через панорамные



стеклянные стены. Гостям предлагаются блюда европейской и башкирской кухни.

В рамках программы реконструкции обновился и номерной фонд отеля: открылось 29 новых номеров категорий «комфорт» и «бизнес». Smart-концепция обнов-

ленных номеров, сочетающая лаконичный дизайн и функциональность, отвечает требованиям российских и зарубежных гостей. Каждая зона номера имеет свое уникальное техническое решение: кровати-трансформеры, телефон с функциями зарядного устрой-

ства и музыкального проигрывателя, массажный душ с эффектом дождя и мягкое освещение — каждая деталь работает на создание уютной атмосферы и комфортного проживания. Обновился и фасад здания. В этом году в планы гостиницы входит обновление зоны лобби и дополнительно 82 номеров, появятся номера для людей с ограниченными возможностями. Номерной фонд отеля составит 205 номеров. Инвестиции в реконструкцию «Азимут Отель Уфа» составляют 120 млн рублей.

Программа реконструкции международной гостиничной сети AZIMUT Hotels в городах России началась в 2012 году. В ближайшие два года в реконструкцию отелей сети планируется инвестировать около 2 млрд рублей.

В Подмосковье планируется построить 20 новых гостиниц

Более 20 гостиниц категории 3* планируется построить в Подмосковье в рамках долгосрочной целевой программы «Формирование туристской инфраструк-

туры и развитие туризма в Московской области на 2013–2018 годы».

Об этом сообщил «Интерфакс» со ссылкой на министра физической культуры, спорта, туризма и работы с молодежью Московской области Амира Галлямова на заседании коллегии министерства.

«На первом этапе планируется строительство более 20 коллек-

тивных средств размещения категории 3*, а также формирование современных туристско-рекреационных центров, объединенных единым брендом «Губернское кольцо Подмосковья». Он будет позиционироваться как уникальный региональный туристский продукт», — сказал он.

По данным А. Галлямова, министерство рассмотрело 68 площа-

док под строительство гостиниц в 24 муниципальных образованиях Московской области.

«Планируем строительство гостиниц, гостиничных комплексов, кемпингов с участием муниципальных образований и использованием механизма государственно-частного партнерства», — сказал министр.

В Кавминводах появятся новые места для размещения 2900 гостей

Около 40 курортных и туристских объектов одновременно строятся в регионе Кавказских Минеральных Вод, сообщается на сайте министерства курортов и туризма края со ссылкой на заместителя министра Александра Джангирова.

«В ближайшие годы емкость санаторно-курортного комплекса увели-

чится на 2900 мест, дополнительно будет создано около 3 тысяч новых рабочих мест», — цитирует г-на Джангирова «Интерфакс-Туризм».

По его словам, показательным фактором развития туристской отрасли в регионе Кавказских Минеральных Вод является заинтересованность потенциальных инвесторов в строительстве санаторных и гостиничных комплексов мирового уровня.

Он также отметил, что с вводом в эксплуатацию новых санаторно-курортных учреждений планируется модернизация лечебно-диагностической базы и совершенствование системы бронирования.



В Сочи состоится форум индустрии гостеприимства

С 3 по 6 апреля 2013 года в городе-курорте Сочи пройдет один из крупнейших форумов гостеприимства на юге России, объединяющий два выставочных проекта — выставку гостинично-ресторанного дела «Индустрия гостеприимства и развлечений» и выставку продуктов питания ExpoFood.

Выставки организованы при поддержке Национальной гильдии шеф-поваров России, Федерации рестораторов и отельеров России, администрации города Сочи, городского управления потребительского рынка и сферы услуг и Торгово-промышленной палаты Сочи.

В Краснодаре в прошлом году было введено в эксплуатацию 17 новых средств размещения

Составлен список лучших гостиниц Прибайкалья

Туроператор «Байкалов» подвел итоги ежегодного конкурса, победителей которого определили туристы, посетившие Байкал в 2012 году.

Победители — это компании, получившие больше всего положительных и меньше всего отрицательных отзывов от туристов в прошлом году. Дополнительно сотрудниками «Байкалова» оценивались оперативность, клиентоориентированность и дру-

Мероприятия, проводимые выставочной компанией «Сочи-Экспо ТПП г. Сочи», зарекомендовали себя как эффективный инструмент для налаживания и укрепления деловых контактов. Выставки соберут на одной площадке профессионалов сферы HoReCa — производителей оборудования, мебели, униформы, посуды и расходных материалов и владельцев кафе, баров, ресторанов, развлекательных комплексов, гостиниц, отелей, пансионатов и здравниц.

Экспозиция выставок включает торгово-технологическое и холодильное оборудование, оборудование для мини-пекарен и оснащения кофеен, посуду, кухонный, кондитерский и барный инвентарь, аксессуары, мебель для отелей, баров и ресторанов, униформу интерьерный текстиль, уборочный сервис и материалы,



оборудование для центров развлечений и активного отдыха, широкий ассортимент продуктов питания и напитков.

Деловая программа выставок традиционно включает большое количество обучающих мастер-классов и семинаров от известных

шеф-поваров и экспертов отрасли, конференции и бизнес-встречи.

Оргкомитет:

**выставочная компания
«Сочи-Экспо ТПП г. Сочи»
Тел./факс: (862)264-87-00,
(495)745-77-09
www.sochi-expo.ru**

По данным отдела маркетинга компании GVA Sawyer, по итогам 2012 года услуги категории 3-5* в Краснодаре предоставляла 41 гостиница с общим номерным фондом 1974 номера. Всего же общий объем номерного фонда гостиниц Краснодара составил 3470 номеров (106 средств размещения).

В прошлом году в Краснодаре было открыто 17 средств размещения, совокупное число номеров которых составило 322 номера. На настоящий момент в Краснодаре классифицированы 28 отелей, из них три отеля категории 5*, девять отелей — 4*, семь отелей — 3*, шесть отелей — 2* и три мини-отеля.

Сейчас в Краснодаре на разных стадиях строительства и проектирования находятся 10 гостиничных объектов. Однако сроки реализации многих объектов пока не определены или откладываются (например, Hilton Garden Inn Krasnodar, Marriott).

гие профессиональные качества, отмечает ИА «Телеинформ». Так, отелем с самым высоким уровнем обслуживания туристы называли «Courtyard Marriott Иркутск Сити Центр». Также туристы отмечают качество сервиса в гостиницах «Олимп» (Северобайкальск), «Империя» (Иркутск), «Анастасия» (п. Никола), «Даурия» (Листянка), на базах отдыха «Лада» и «Набаймар» (Хужир), «Баяр» (Малое Море), «Хозяин» (Гоуджекит). Отдельный приз за стремление к развитию получила гостиница «Туяна» (п. Аршан). Открытием года байкальские туристы назвали отель Baikal View Hotel (п. Хужир). А отели



«Крестовая падь» (Листянка) и «Звезда» (Иркутск) получили признание как надежные партнеры. В конкурсе участвовали свыше 50

предприятий, предоставляющих услуги туристам Иркутской области и Бурятии. Всего было обработано более 1 тыс. анкет туристов.

Завершился первый этап строительства курортного комплекса «Камелия» в Сочи

Компания «Галс-Девелопмент» завершила первый этап строительства курортного комплекса «Камелия», выполнено более 50% работ, запланированных в рамках проекта. Инвестиции на первом этапе составили 2,2 млрд рублей.

«Галс-Девелопмент» приступила к реализации курортного комплекса «Камелия» общей площадью около 6,5 га в первом квартале 2012 года. Архитектурную концепцию проекта разработала мастерская «Гинзбург Архитектс» (архитектор Алексей Гинзбург).

В настоящее время идет уже второй этап строительства, в рамках которого ведутся работы по устройству кирпичных перегородок и кровли, начаты работы по монтажу инженерных систем и лесов для выполнения фасадных работ. Комплекс возводится на первой береговой линии Черного моря по адресу: Курортный проспект, дом 89. Сдача проекта в эксплуатацию запланирована на третий квартал 2013 года. Общие инвестиции в проект составят 4,5 млрд рублей.

«Камелия» — это комплекс зданий переменной этажности (6-7 этажей), расположенный на территории дендропарка с реликтовыми деревьями. Концепция комплекса предполагает создание масштабной многофункциональной зоны отдыха. На охраняемой территории комплекса будет

расположен отель на 200 номеров под управлением Swissotel Hotels & Resorts, а также рестораны, бассейн, спортивные и детские площадки, собственный благоустроенный пляж, ночной клуб и сервисные службы. На территории комплекса расположены также 73 элитных апартамента площа-

дью от 70 до 180 кв. м с террасами и видами на море. Авторский проект интерьеров общих зон разработан студией Alex Kravetz Design. Фасады будут облицованы светлым натуральным камнем, а панорамные окна позволяют наслаждаться великолепными видами Ривьера.



В Москве открылся первый капсульный отель

Sleepbox Hotel находится на 1-й Тверской-Ямской улице, рядом с Белорусским вокзалом. Место выбрано не случайно: от вокзала до аэропорта Шереметьево ходит аэроэкспресс, что очень удобно для гостей.

Капсульные отели пользуются большой популярностью в Японии, ведь обычные гостиницы там довольно дороги, а ночь в капсульной обходится всего в 20–40 долларов. Обычно такой объект состоит из спальных ячеек размером примерно 2 x 1 x 1,25 метра, расположенных друг над другом в два яруса.

Туристы говорят, что места достаточно, чтобы спать, работать на ноутбуке, смотреть телевизор или читать. Туалеты общие, а чемоданы гостей хранятся отдельно в специальных шкафчиках, сообщает [ridus.ru](#).

В 2009 году в России уже появился один отель капсульного типа, в аэропорту Шереметьево. Но его номера более комфортабельны: выглядят не как капсулы, а скорее напоминают каюты круизного лайнера, внутри которых есть даже свой туалет с душем.

Sleepbox Hotel состоит из комнат-капсул, названных «слиппбоксы» и сделанных из дерева и пластика. Разработало их московское архитектурное бюро Arch Group еще в 2011 году. С момента создания концепции ведутся переговоры с зарубежными компаниями; «комнаты для сна» собираются закупать для аэропортов, вокзалов, бизнес-цен-

тров и медицинских учреждений многие европейские страны. Хотя и в других странах делают модульные отели, но российское изобретение не имеет аналогов в мире.

Стоимость проживания в столичном Sleepbox Hotel в 2–2,5 раза выше, чем в его японских «собратьях». Ночь в слиппбоксе с двухъярусной кроватью стоит 2600 рублей, а в одноместной «капсуле» — 2900 рублей. Для гостей этих номеров на каждом этаже есть общие туалеты и души.

Один из этажей владельцы отеля все же решили сделать стандартным. Там пять небольших двухместных номеров и один люкс на четверых человек, стоимость размещения — 4100 и 4900 рублей соответственно. В номерах есть душевые и туалеты, гардероб и телевизор.

Администрация гостиницы рассматривает возможность размещения постояльцев в слиппбоксах на 12 часов за 1500 рублей. Такой вариант еще удобнее для транзитных путешественников, совершающих пересадку в Москве.



Московский особняк XIX века станет отелем

В особняке XIX века постройки, расположенной в центре Москвы, откроется четырехзвездная гостиница.

Об этом говорится в сообщении компании «НДВ-Недвижимость», которая выступила брокером сделки по аренде объекта. Трехэтажное здание общей площадью 2033 кв. м находится недалеко от станции метро «Тверская» по адресу: Настасьевский переулок, дом 5, строение 1. В настоящее время прорабатывается концепция отеля. Предполагается, что в его состав войдут 80 номеров, ресторан и наземный паркинг. Договор аренды рассчитан до конца 2017 года.

Особняк был построен в 1883–1891 годах. Объект предлагался в аренду за 24,5 тыс. рублей за кв. м в год или на продажу за 16,5 млн долларов.

Пользователи портала TripAdvisor назвали лучшие российские отели

Более 40 российских отелей были отмечены как лучшие пользователями международного туристического портала TripAdvisor, принявшими участие в составлении российской части ежегодного рейтинга лучших отелей Travelers'Choice Hotels.

Победители определялись в трех категориях: «Лучший отель», «Самый роскошный отель» и «Лучшее обслуживание», сообщает РИА «Новости-Туризм». В рейтинг попали отели из Москвы, Санкт-Петербурга, Казани, Калининграда, Самары и Иркутска. Первым в категориях «Лучший отель» и «Самый роскошный отель» стал «Swissotel Красные Холмы» (Москва), второе место занял Lotte Hotel Moscow, третье — петербургский Grand Hotel Europe by Orient-Express (в категории «Самый роскошный отель») и Mercure Arbat Moscow (в категории «Лучший отель»).



В категории «Лучшее обслуживание» первое место занял петербургский отель Pushka Inn.

Первая двадцатка победителей в категории «Лучший отель в России», помимо перечисленных отелей, включает Katerina Park Hotel (Москва), Crowne Plaza St. Petersburg-Ligovsky, Red Stars Hotel (Санкт-Петербург), Ritz-Carlton (Москва), Ararat Park Hyatt (Москва), W St. Petersburg (Санкт-Петербург), NasHOTEL (Санкт-Петербург), InterContinental Moscow Tverskaya, Kempinski Moika 22 (Санкт-Петербург), Radisson Royal (Москва), Katerina City Hotel (Москва), Hilton Moscow Leningradskaya, Savoy (Москва), Corinthia Hotel St.Petersburg.



Чемоданное настроение

Петербургский бизнес-отель «Карелия» стал площадкой международного фестиваля фоторабот Mural Art. Главный экспонат форума — фасад этого отеля, который к фестивалю преобразился в трехмерную картину «Чемоданы».

Арт-проект «Чемоданы» — это мировой рекорд Гиннесса в области искусства и культуры в номинации «Самая большая трехмерная картина в мире».

На раскраску фасадов под самый популярный дорожный аксессуар ушло почти десять тысяч литров краски. 4 декабря 2012 года, чтобы зафиксировать достижение, из Англии приехал официальный представитель знаменитой Книги рекордов Jack Brockbank. Здание измерили со всех сторон, провели оценку объема работ, получилось ровно 15 тысяч 682 кв. м! «Я надеюсь, что наш отель станет частью основных туристических маршрутов города, — сказал генеральный директор бизнес-отеля «Карелия» Путяков Артур Львович. — Туристы захотят воочию увидеть и посетить это произведение искусства».

Libra HOSPITALITY

**ЭФФЕКТИВНЫЕ
БИЗНЕС-РЕШЕНИЯ
И КОМПЛЕКСНЫЕ УСЛУГИ
для автоматизации
предприятий
гостиничной индустрии**



- Система управления гостиницей **Epitome PMS**
- Модуль онлайн-бронирования
- Система управления взаимоотношениями с клиентами **Libra OnDemand**
- Интеграция с внешними системами



115114 г. Москва,
ул. Дербенёвская, д. 11

Тел.: +7 (495) 787-2215
Факс: +7 (495) 787-2216
info@librahospitality.com

www.librahospitality.com

В Rezidor Hotel Group пришли новые топ-менеджеры



Оlivье Харниш назначен исполнительным вице-президентом и главным директором по операционной деятельности компании Rezidor.

Оlivье Харниш занял место Вольфганга М. Нойманна, который стал президентом и генеральным директором группы Rezidor. На новой позиции в головном офисе компании в Брюсселе г-н Харниш будет напрямую подчиняться

Вольфгангу М. Нойманну, а также станет членом исполнительного комитета The Rezidor Hotel Group.

Г-н Харниш возглавит департамент по операционной деятельности компании, который контролирует работу отелей в таких регионах, как Скандинавия, Восточная Европа и Россия, Западная Европа и Северная Африка, Центральная Европа, Великобритания и Ирландия, Ближний Восток и тропическая Африка. Портфолио отелей Rezidor на этих территориях насчитывает 335 гостиниц с общим номерным фондом 73 184 комнаты.

«Мы рады, что Оlivье Харниш, отельер с таким богатым международным опытом, присоединился к нашей компании. Его отличное знание гостиничного бизнеса и корпоративного управления, безусловно, будет способствовать дальнейшему укреплению позиций Rezidor как ценного партнера Carlson Rezidor Hotel Group. Г-н Харниш также будет отвечать за улучшение пока-

зателей операционной деятельности компании, уделяя особое внимание росту доходов, повышению рентабельности и укреплению лидерских позиций в индустрии в соответствии с нашей стратегией Route 2015», — говорит Вольфганг М. Нойманн.

Благодаря программе развития Route 2015, обозначенной в декабре прошлого года, компания рассчитывает к 2015 году повысить размер маржи EBITDA на 6–8%. Для достижения этой цели стратегия предусматривает ряд действий, в том числе реализацию инициатив по сокращению расходов, форсированное внедрение программ по управлению активами и дальнейшее расширение портфолио отелей, работающих под управлением компании Rezidor. При этом основное внимание уделяется работе на развивающихся рынках, таких как Россия, СНГ и Африка.

Г-ну Харнишу 45 лет, он является гражданином Германии и Франции. Оlivье Хар-

ниш имеет степень магистра наук Лондонского университета, степень MBA университета Heriot-Watt в Эдинбурге, а также диплом специалиста в сфере гостиничного управления Берлинской школы гостиничного администрирования. Свою карьеру в гостиничной индустрии он начинал в таких знаковых отелях, как St.Regis в Нью-Йорке и Hotel Bayerischer Hof в Мюнхене. Сотрудничество с Hilton Оливье начал в 1999 году в качестве директора по операционной деятельности отеля в Дрездене, после чего занимал позиции генерального менеджера в отелях на Мадагаскаре, в Цюрихе и т.д. В 2008 году г-н Харниш был назначен вице-президентом компании Hilton Worldwide в регионе Северная и Центральная Европа.

Оlivье Харниш говорит на нескольких иностранных языках: английском, испанском, итальянском и индонезийском. Хобби г-на Харниша — авиация. Он имеет лицензию пилота США.

Эли Юнес занял пост старшего вице-президента и директора по развитию группы компаний Rezidor

Эли Юнес назначен старшим вице-президентом и директором по развитию группы с 1 января 2013 года. Г-н Юнес будет работать в головном офисе компании в Брюсселе, Бельгия, он также станет членом исполнительного комитета компании Rezidor, возглавляемого Вольфгангом М. Нойманном.

Эли Юнес будет задавать направление для динамичного

и прибыльного развития компании, уделяя особое внимание растущим рынкам, таким как Россия, СНГ и страны Африки.

В странах Европы, Ближнего Востока и Африки на различных стадиях строительства находится порядка 100 отелей компании с общим номерным фондом более 22 000 комнат.

Г-н Юнес, ливанец по национальности, является гражданином Великобритании. Он имеет дипломы университетов практически со всех континентов, в том числе университета Нотр-Дам в Бейруте, университета Insead во Франции, Корнелльского университета в США, IMH/Essec в

Париже, а также Лондонского городского университета. Свою карьеру он начал с менеджерских позиций в различных ливанских компаниях, а в 2001 году присоединился к HVS International. За время своей работы в HVS г-н Юнес занял позицию директора в компании, принимал участие в различных проектах, выступал как инвестиционный консультант, в том числе и по гостиничным объектам, стоимость которых превышала \$8 млрд. Эли Юнес также имеет опыт работы в таких компаниях, как Starwood Hotels и Hilton International. Сотрудничество с группой Rezidor г-н Юнес начал в апреле 2010 года в качестве вице-пре-



зидента по развитию в регионе Ближнего Востока и Африки.

Эли Юнес любит путешествовать, изучать новые культуры, а также он увлекается боевыми искусствами.



Франсуа Морван стал генеральным менеджером отеля «Марриотт Тверская»

Даррен Дарвин назначен генеральным менеджером гостиницы «Park Inn by Radisson Петрозаводск»

Даррен Дарвин назначен на должность генерального менеджера отеля «Park Inn by Radisson Петрозаводск». Открытие гостиницы запланировано на второй квартал 2013 года.

Британец по происхождению, Даррен обладает более чем 20-летним опытом работы в международных гостиничных компаниях. Свою карьеру он начал в 1998 году в качестве операционного менеджера в отеле международного бренда в Ливерпуле, и уже два года спустя он получил должность генерального менеджера гостиницы Holiday Inn в Бирмингеме, а в 2003 году занял ту же позицию в Лон-

В новой должности Франсуа Морван будет отвечать за все направления деятельности отеля «Марриотт Тверская». «Моя главная задача на посту генерального менеджера – продвижение обновленной после реновации гостиницы на новый уровень», – комментирует Франсуа Морван свое назначение. Безусловно, в этом ему поможет богатый профессиональный опыт работы в гостиничном бизнесе.

Г-н Морван родился 1 декабря 1979 года во Франции, в городе Аннеси. В 2000 году получил степень магистра в области гостиничного бизнеса в ресторанно-гостиничном колледже в городе Тонон-ле-Бен. Свою карьеру он начал в 2000 году в Великобрита-

нии в гостинице London Hilton Park Lane в качестве официанта в знаменитом ресторане Windows, где впоследствии стал главным заместителем менеджера ресторана. В 2003 году его назначили менеджером ресторана Park Brasserie Mediterranean этого же отеля.

В июне 2005 года Франсуа Морван переехал в Бухарест на работу в должности менеджера ресторанный службы лучшего на тот момент в стране отеля Athenee Palace Hilton Bucharest. Последним местом работы Морвана перед приездом в Москву был Conrad Istanbul Hotel 5* на 580 номеров. Он работал в должности управляющего службы питания в самом большом конференц-

отеле города. В марте 2009 года Франсуа Морван был назначен директором по операционной деятельности одного из лучших московских отелей «Марриотт Роял Аврора». Под его руководством находились службы размещения, питания и обслуживания гостей, хозяйственный и инженерный отделы, а также фитнес-клуб гостиницы.

Франсуа Морван, помимо родного французского, говорит на английском, испанском и румынском. С первых месяцев работы в России начал изучать русский язык. Увлекается кулинарией, модой, путешествиями, любит проводить свободное время с семьей и друзьями. Франсуа женат, у него двое сыновей.

доне. В 2004-м г-н Дарвин был назначен резидент-менеджером гостиницы Almont Beach Village Resort на Барбадосе, а позднее, в том же году, вернулся в Европу, чтобы возглавить подготовку к открытию отеля Holiday Inn в Софии, а затем в 2007 году – гостиницы в Челябинске.

С декабря 2009 года, до начала сотрудничества с The Rezidor Hotel Group, Даррен занимал должность генерального менеджера гостиницы Ramada Muscat в Омане.

«Я очень рад возвращению в Россию, ведь эта страна занимает особое место в моем сердце, – говорит Даррен Дарвин, генеральный менеджер гостиницы «Park Inn by Radisson Петрозаводск». – Для меня большая часть возглавить открытие отеля Park Inn by Radisson в Петрозаводске, поскольку эта гостиница приносит на рынок города сервис и услуги международного уровня.

Я надеюсь, что отель будет тепло воспринят местным

сообществом и будет способствовать дальнейшему развитию в Петрозаводске индивидуального и бизнестуризма».

«Park Inn by Radisson Петрозаводск» – на текущий момент первый и единственный отель, представляющий международную сеть в сердце Карелии – Петрозаводске.

Гостиница расположена в самом центре города, недалеко от главного железнодорожного вокзала.

К услугам гостей 180 современных просторных номеров, в том числе 129 стандартных номеров, 23 номера категории superior, 25 люксов и 3 номера, оборудованных для людей с ограниченными возможностями здоровья.

Кроме того, в гостинице откроется ресторан Paulaner Brauhaus (на 450 гостей), оборудованный собственной мини-пивоварней.

Ресторан предложит жителям и гостям города традиционные немецкие блюда.



В инфраструктуру отеля войдет многофункциональный конференц-зал на 300 человек, а также шесть залов с панорамным видом на озеро Онега для проведения небольших встреч и переговоров.

Best Western: присоединяйтесь!

Компания Best Western International начала экспансию в странах СНГ. Отели под глобальным брендом – одним из самых известных в гостиничном мире – всё чаще появляются на постсоветском пространстве. О преимуществах, которые дает присоединение к бренду, и о планах компании в России и СНГ рассказывает Сюзи Йодер, вице-президент по международным операциям.



Сюзи Йодер –
вице-президент по
международным операциям
Best Western International

Сюзи Йодер уже 25 лет работает в индустрии гостеприимства. К команде Best Western International она присоединилась в 1994 году. Г-жа Йодер отвечает за развитие Best Western во всех регионах за пределами Соединенных Штатов, Канады и Азии. Она также осуществляет контроль соглашений с юридическими лицами, сублицензирование Best Western в различных странах по всему миру.

Семья Best Western

Best Western International, крупнейшая гостиничная цепочка, насчитывает более четырех тысяч отелей по всему миру. Сегодня под брендом Best Western представлено три подбренда: Best Western Premier®, Best Western Plus® и Best Western®. Отели сети работают на гостиничных рынках ста стран мира.

Best Western International предоставляет глобальную систему бронирования, маркетинговую и оперативную поддержку по всему миру для отелей, принадлежащих независимым владельцам и операторам. Best Western стал узнаваемым брендом, который принимает 400 000 гостей каждую ночь по всему миру. В цепочку Best Western входят как бизнес-отели, так и курортные и загородные гостиничные комплексы.

Каждый отель, претендующий на вхождение в сеть, в Best Western рассматривают с точки зрения его конкурентных преимуществ для компании. В Best Western внедрена система подбрендов, которая помогает позиционировать отели для клиентов компании.

Best Western Premier представляет отели престижного пятизвездного уровня, этот подбренд подходит для дизайнерских и бутик-отелей. Необычный дизайн, современные технологии и персонализированные услуги для гостей – черты отелей этого подбренда.

Best Western Plus объединяет отели сегмента upscale. Гостиницы этого подбренда также отличаются оригинальным дизайном, нередко с использованием национальных, местных мотивов. В отелях Best Western Plus гостей ждут неизменный комфорт и качественный сервис. Они, как правило, имеют удобное расположение.

Базовый уровень Best Western представляют трехзвездные объекты компании – уютные и комфортные отели, которые гости ценят за их весьма привлекательную ценовую политику.

Обычно номерной фонд гостиниц цепочки составляет минимум 75 комнат, но бывают и исключения. Например, сейчас в странах СНГ под брендом Best Western собраны отели, которые имеют от 40 до 970 номеров.



Самый выгодный бренд

Best Western позволяет отелям сохранить свою индивидуальность и независимость и в то же время получить все те преимущества, которые имеют сетевые отели.

Очень важный аргумент в пользу Best Western: компания является самым недорогим поставщиком международного бренда на рынке. Best Western International не управляет отелями, вместо этого компания предлагает независимому хозяину гостиницы все преимущества всемирно признанного бренда. Срок договора — всего пять лет, потом его можно пролонгировать, и это выгодно отличает сеть от большинства международных гостиничных операторов, которые обычно заключают договоры на управление или франшизу на 15–20 лет. Такая уникальная бизнес-модель существенно снижает затраты отельеров по сравнению со всеми другими международными брендами.

Best Western предлагает владельцам отелей целый ряд преимуществ и выгод, которые были разработаны исключительно для максимизации их доходов.

Во-первых, это помочь в интернет-продажах: Bestwestern.com — надежный канал онлайн-бронирования на многих языках, который генерирует \$1,3 млрд дохода в отели сети по всему миру.

Отели Best Western пользуются системами глобального бронирования — это двусторонний канал бронирования со всеми основными системами, включая Sabre, Amadeus, Galileo и Worldspan.

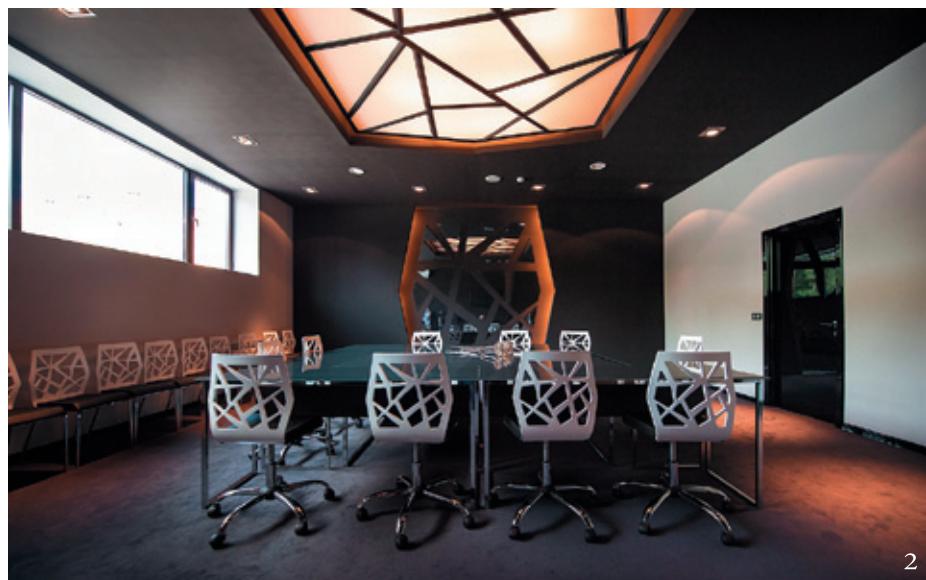
**Отели Best Western принимают
400 000 гостей ежедневно
по всему миру.**

Многоязычные глобальные центры бронирования компании устроены так, что отель сети доступен всем потенциальным клиентам во всем мире 24 часа в сутки, семь дней в неделю через бесплатные номера бронирования более чем в 70 странах.

Компания предлагает централизованный сервис по управлению каналами бронирования, направленный на увеличение загрузки номерного фонда каждого отеля сети и, как результат, на рост прибыли гостиниц.

В отелях сети действует программа лояльности — Best Western Rewards®. По подсчетам аналитиков компании, эта система позволяет всем гостиницам бренда Best Western зарабатывать \$1,46 млрд в год. У программы лояльности Best Western Rewards® известные во всем мире партнеры — например, авиакомпании American Airlines, Lufthansa, Delta, Air France, KLM и Turkish Airlines.

**Best Western —
это 4000 отелей
в 100 странах мира.**



2



3



1

Best Western позволяет отелям сохранить свою индивидуальность и независимость и в то же время получить все те преимущества, которые имеют сетевые отели.

Best Western предоставляет множество возможностей для продвижения отелей и роста продаж с доступом к ключевым глобальным корпоративным клиентам. Компания представляет свои отели на крупнейших международных выставках, таких как MITT в Москве, ITB в Берлине и ABAV в Рио-де-Жанейро.

Гарантия качества Best Western – глобальная единая система, которая помогает хозяевам гостиницы поддерживать сервис на уровне международных стандартов.

Best Western также помогает владельцам контролировать качество сервиса в отеле, проверять степень удовлетворенности гостей: используемый Best Western онлайн-инструмент Medallia предлагает гостям оставить свои отзывы, которые доставляются на рабочий стол владельца гостиницы, предоставляя неоценимый анализ эффективности отеля.

Best Western предоставляет гостиницам сети и программу обучения работе с клиентами – I Care®. Эта программа охватывает большинство служб гостиницы и сконцентрирована на том, чтобы помочь отельерам привлечь и удержать гостей.

В фокусе – страны СНГ

В России уже несколько отелей стали работать под брендами Best Western. Это московские объекты «BEST WESTERN Вега Отель & Конгресс-Центр» и «BEST WESTERN Кантри Резорт Отель». Подбренды Best Western Premier и Best Western Plus также представлены на российском рынке. «BEST WESTERN PREMIER Мона Бутик Отель» в подмосковном Шереметьево и «BEST WESTERN PLUS Спасская» в Тюмени. Наряду с отелями в России в сеть входят «BEST WESTERN PLUS Флауэрс» в Кишиневе, Молдова, и отель «BEST WESTERN Севастополь» в Крыму, Украина. Недавно семья Best Western пополнилась только что открывшимся отелем «BEST WESTERN PLUS Атакент Парк» в Алматы, Казахстан.

Рынки стран СНГ теперь входят в сферу стратегических интересов компании. Решение сфокусироваться на странах постсоветского пространства вызвано

ростом инвестиций в гостиничную сферу региона и ежегодным увеличением туристского потока в СНГ.

Гостиничная индустрия действительно начала расти и будет расширяться дальше во многих странах из-за увеличения количества международных путешественников. При этом рынки многих стран СНГ далеки от насыщения, по мнению г-жи Йодер, в отдельных странах есть конкуренция в сегменте люкс и/или в сегменте бюджетных отелей. Сюзи Йодер также отмечает, что в настоящее время только ценовая конкуренция – уже не ключ к достижению успеха на рынке. Весомыми конкурентными преимуществами она считает узнаваемость бренда и инновационный подход к ведению операционной деятельности и привлечению клиентов. Как раз такие преимущества и дают присоединение к Best Western. «Мы предлагаем возможность присоединиться более чем к 4000 отелям в 100 странах. Наше глобальное присутствие делает Best Western ведущей сетью в мире при выборе отеля по качеству обслуживания и стоимости», – резюмирует г-жа Йодер.

Начальная стратегия компании Best Western International состояла в том, чтобы представить в России и других странах СНГ все три подбренда, и эта цель уже достигнута. «Следующими шагами будет расширение бизнеса на ключевых рынках: в Санкт-Петербурге, Сочи, Екатеринбурге и Новосибирске в России, в Тбилиси, Минске, Астане, Харькове, Душанбе и других городах стран СНГ, – подчеркивает Сюзи Йодер. – Мы будем очень рады сотрудничать с владельцами отелей в других регионах, если они считают, что наш бренд может быть им полезен».

В данный момент представители компании ведут переговоры с рядом потенциальных покупателей бренда. Г-жа Йодер отметила, что рада подтвердить присоединение к сети отелей в Иваново, Калуге и Зеленоградске (Калининградская область) в России, а также в Киеве, Украине.

Присоединяйтесь к Best Western World's Largest Hotel Chain®!

На все вопросы вам с удовольствием ответят в компании Best Western International.

www.bestwesternrussia.ru/join

Best Western International

Тел.: +353 (1)-460 5100

Факс: +353 (1)-460 4585

E-mail: development@bestwesternrussia.ru

www.bestwesternrussia.ru

Фото 1. Отель «BEST WESTERN Севастополь» – дебют бренда на Украине

Фото 2. Конференц-зал отеля BEST WESTERN PREMIER Mona Boutique – для статусных встреч

Фото 3. Зал для проведения деловых мероприятий в «BEST WESTERN Севастополь»

Фото 4. Так выглядит номер BEST WESTERN PREMIER Mona Boutique Hotel





28 января исполнилось 60 лет Алексею Павловичу Воробьеву, руководителю туристских гостиничных комплексов «Измайлово» и директору головного предприятия – гостиницы «Гамма-Дельта». Юбиляра поздравили коллеги, друзья, многочисленный коллектив холдинга «Измайлово».

Сергей Шпилько,
председатель Комитета по туризму и гостиничному хозяйству г. Москвы:

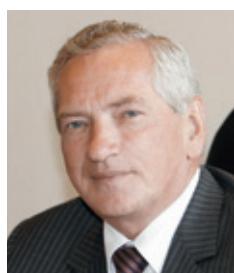
Считаю большой честью для себя работать с таким профессионалом, как Алексей Павлович Воробьев. Мы работаем в тесном контакте, и не было таких вопросов и проблем, по которым столичный комитет по туризму и холдинг «Измайлово» не пришли бы к взаимопониманию. Я за это очень благодарен Алексею Павловичу! Желаю ему и его замечательной семье счастья и здоровья! А команде флагмана столичного гостепримства – ТГК «Измайлово» – такого капитана, как Алексей Воробьев, еще на долгие годы! С юбилеем, Алексей Павлович!



Октай Сафар-Заде,
генеральный директор гостиничного комплекса «Альфа»:

Алексея Павловича Воробьева я знаю много десятков лет. Он – высококомпетентный отельер, каких мало. Многие, и я в том числе, стремятся достичь его уровня. Это большая удача и для гостиницы «Гамма-Дельта», и для всего комплекса «Измайлово», что руководят ими такой сильный профессионал! Меня всегда восхищало то, как Алексей Павлович общается с сотрудниками – он всегда доброжелателен, но при этом никогда не опускается до дешевого популизма, он твердо, но спокойно отстаивает свою точку зрения, ни в коем случае не оскорбляя собеседника!

У Алексея Павловича прекрасная семья, в которой чтут традиции! Профессиональный отельер, сильный руководитель, счастливый семьянин – что еще надо для счастья?! Я искренне желаю Алексею Павловичу здоровья, процветания, семейного благополучия!



Михаил Нагайцев,
председатель Московской Федерации профсоюзов:

От имени Московской Федерации профсоюзов и от себя лично сердечно поздравляю Вас, уважаемый Алексей Павлович, с 60-летием со дня рождения! Вот уже многие годы знаем Вас не только как профессионала, умелого организатора, специалиста с большой буквы в своем деле, но и, что особенно приятно, как человека многогранного, яркого, не замыкающегося в себе, интересы которого идут гораздо дальше профессии. Вам не безразлична судьба страны, как бы высокопарно это ниозвучало, поэтому Вы занимаетесь и общественно-политической работой. В руководящей работе Вам во многом помогает бесценный опыт, полученный на посту заместителя губернатора Смоленской области. Вас с самой лучшей стороны характеризуют черты, которыми способен похвастать далеко не всякий руководитель Вашего уровня: умение прислушиваться к чужому мнению, стремление быть лучшим и держать марку, постоянная жажда роста. Готовность к постоянной внутренней мобилизации, поиск нестандартных решений, умение работать с людьми – вот лишь некоторые из Ваших качеств, благодаря которым выигрывает и Ваше дело в целом. Отдых в гостиничном комплексе «Измайлово» славится высоким комфортом и соответствует самым высоким стандартам качества, а имидж всего комплекса становится более привлекательным. В этот знаменательный для Вас день, уважаемый Алексей Павлович, примите наши сердечные пожелания крепкого здоровья, жизненного оптимизма, удачи во всех Ваших творческих начинаниях, душевых сил и благополучия! И мы с удовольствием присоединяемся ко всем тем пожеланиям, которых Вы удостоитесь получить от Ваших близких и друзей, в том числе и от однокашников по МАИ, хранящих верность идеалам студенческого братства и товарищества!



Владимир Мельник,
член совета директоров
ЗАО ТГК «Измайлово»:

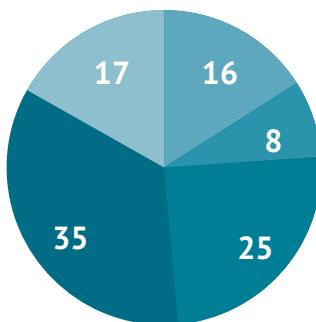
Мы с Алексеем Павловичем дружим более 40 лет. Счастлив поздравить его с юбилеем! Всегда восхищался его способностью докапываться до сути проблем! Желаю ему удачи в поиске удачных решений и их реализации! И, конечно, крепкого здоровья!

Гостиничный рынок Москвы: то взлет, то...

В этом году гостиничный рынок Москвы пополнился лишь двумя отелями – это худший показатель за последние семь лет. Есть и положительные тенденции: наконец-то инвесторы гостиничной недвижимости столицы стали проявлять интерес к среднеченовому сегменту. Эксперты компании Jones Lang LaSalle Hotels подвели итоги работы московских гостиниц столицы в 2012 году.



Марина Усенко,
исполнительный
вице-президент
и руководитель
Jones Lang LaSalle Hotels
по России и СНГ



- Luxury
- Upper-upscale
- Upscale
- Mid-market
- Economy

Что сдерживает инвесторов?

По данным компании Jones Lang LaSalle Hotels, объем рынка гостиниц современного стандарта в Москве сейчас насчитывает порядка 15 250 номеров. В течение 2012 года в столице были введены всего две гостиницы – Azimut Moscow Tulskaya Hotel на 144 номера и Mercure Arbat Moscow на 109 номеров. Оба объекта относятся к категории Mid-market. В результате доля сегмента Mid-market в структуре рынка достигла 35%, но около половины рынка по-прежнему занимают гостиницы уровня 4-5* (Upscale, Upper Upscale и Luxury).

По мнению Марины Усенко, исполнительного вице-президента и руководителя Jones Lang LaSalle Hotels по России и СНГ, низкий показатель ввода новых гостиничных объектов в столице выглядит вполне объяснимым: московские власти довольно долго определялись с планами и площадками под гостиничную застройку.

В предыдущие два года, напротив, новые отели вступали в эксплуатацию очень активно, и этому есть объяснение. «Учитывая, что стандартный период реализации гостиничного проекта в Москве занимает 4-5 лет, девелоперы проектов, находившихся в продвинутой стадии и застигнутые врасплох кризисом 2008–2009 гг., были вынуждены продолжать строительство, несмотря на финансовые трудности и неопределенность, связанную со сроками возможного выздоровления национальной экономики. В результате за 2010–2011 гг. объем номерного фонда современного стандарта по сравнению с 2009 годом увеличился на 30%, причем большинство новых номеров соответствовали стандарту высокой категории – Upscale, Upper Upscale и Luxury», – поясняет г-жа Усенко.

В целом за последнее десятилетие объем рынка отелей современного стандарта вырос на 60%, но, несмотря на такую значительную динамику, Москва по сравнению с другими крупными

городами региона EMEA все еще остается недостаточно обеспеченной гостиницами.

В настоящее время девелоперская активность в гостиничном сегменте рынка остается вялотекущей – на различных стадиях реализации до конца 2015 года находится порядка 20 проектов с номерным фондом всего в 5000 единиц. «Около 65% – 3,2 тыс. комнат, заявленных на 2013–2015 годы, относятся к сегментам Economy и Mid-Market. Однако многие из заявленных проектов являются «бумажными», что повышает риск задержки сроков их ввода в эксплуатацию или незавершения в принципе», – предостерегает эксперт.

Хотя с точки зрения привлекательности для вложений Москва остается рынком №1 в России, инвестиционный гостиничный рынок столицы все еще нельзя назвать развитым, поскольку ограничено не только количество объектов, пригодных к продаже, но и число инвесторов.

Девелоперская активность

в гостиничном сегменте замедлилась, до конца 2015 года можно прогнозировать ввод всего 5000 новых номеров.

Показатель ADR на московском рынке остается одним из наиболее высоких в регионе EMEA – за первые 10 месяцев года он составил в среднем 188 долл. в сутки.

Показатели операционной деятельности гостиниц Москвы по-прежнему высоки, хотя владельцы отелей уже не могут ждать сверхдоходов, как это было в 2007–2008 гг., затраты на строительство отелей растут год от года — это увеличивает сроки возврата инвестиций и также является сдерживающим фактором для инвесторов.

Тем не менее за последние полтора года интерес инвесторов к гостиничному рынку — преимущественно к московскому — значительно вырос, причем они готовы покупать как действующие объекты, так и находящиеся на финальных стадиях завершения. Наибольший интерес, по мнению Марины Усенко, представляют гостиницы уровня 3–4* стоимостью 40–50 млн долл., хотя в принципе инвесторы готовы приобретать и отели более высокого класса или уникальные объекты, если таковые появляются на рынке. «Ожидаемая доходность для действующих гостиниц Москвы варьируется в пределах 9–11%, но некоторые из закрытых сделок указывают на готовность платить и более высокую цену за исключительные объекты», — говорит эксперт.

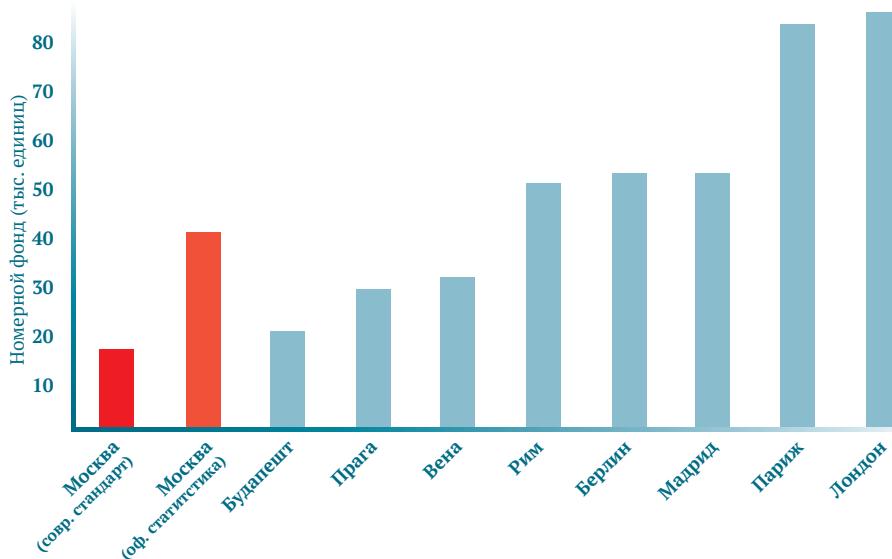
Марина Усенко также отметила, что ушедший в историю год ознаменовался продажей «самых интересных гостиничных объектов», принадлежащих городу. Это отели «Метрополь», «Националь», «Radisson Славянская», «Будапешт». Самые знаменитые московские гостиницы — «Метрополь» и «Националь» — нуждаются в безотлагательной и дорогостоящей реконструкции, иначе они рискуют утратить свой статус.

К важнейшим событиям, которые ожидают на гостиничном рынке Москвы в 2013 году, можно отнести открытие отелей «Kempinski Никольская» и «Novotel Москва-Сити», а также «Marriott Новый Арбат» (этот отель будет работать в необычном для московского рынка формате — апартаменты).

Достойным внимания событием станет продажа отелей «Гостиничной компании». Ряд гостиниц завершит глобальную реконструкцию — например, «Балтаг Kempinski», «Арапат Парк Hyatt».

Спрос: без «второго плеча»

Несмотря на усилия московских властей по превращению столицы в привлекательный туристический город, основным центром притяжения туристов в России по-прежнему является Санкт-Петербург, подчеркивают эксперты Jones Lang LaSalle Hotels. В Москве же структура спроса остается неизменной: основной спрос на гостиничное размещение обеспечивают бизнесмены. По данным официальной статистики, бизнес-клиентура обеспечивает порядка 42% ночевок в городских



средствах размещения, в то же время, по собственным оценкам Jones Lang LaSalle Hotels, в гостиницах современного стандарта бизнесмены могут генерировать до 80% ночевок.

Работа без «второго плеча» — то есть на фоне явно недостаточного туристического спроса — разумеется, понижает число «дорогих» дней в гостиницах: они приходятся исключительно на периоды повышенной деловой активности. По этой же причине московские отели испытывают трудности с загрузкой в период пятница — уикенд, в праздничные дни, в новогодние каникулы, в июле — августе.

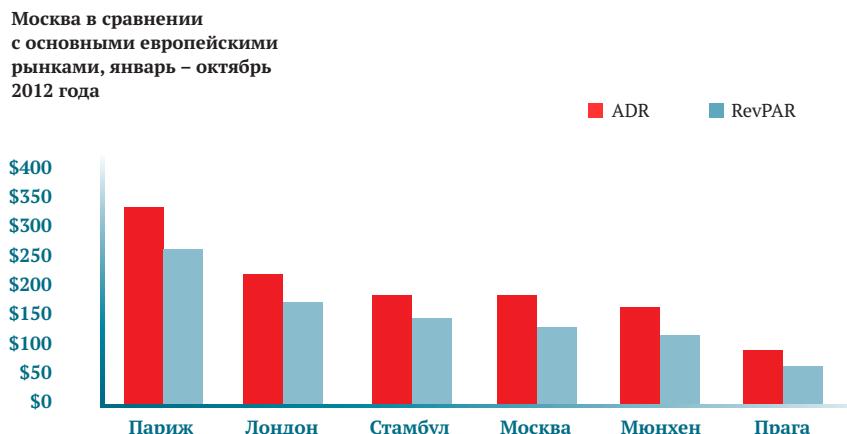
Марина Усенко отмечает: «Показатели московских отельеров напрямую зависят от активности бизнеса и числа командировок, а значит, от состояния мировой экономики и ситуации в Еврозоне. Президентские выборы в России и связанные с этим политические выступления сдерживали бизнес-поток в столицу в начале года. Поддерживать выручку на высоком уровне гостиницы в 2012 г. могли в основном за счет наращивания объемов загрузки, тогда как предпосылок для стремительного повышения цен, как это было в прошлом году, отельеры, по их собственному признанию, не видели. В случае отсутствия положительных изменений в глобальной экономике и в экономике ЕС, ближайшего соседа России и одного из самых серьезных деловых партнеров, предпосылок к убедительному росту цен в ближайшей перспективе не просматривается».

В январе — октябре 2012 года загрузка московских гостиниц в среднем составила 68,1%, что на 5,1% выше, чем в аналогичный период прошлого года. Самый высокий показатель зафиксирован в сегменте Upper-Upscale — 76,7% (годом ранее — на 2,9% ниже) и в Mid-market — 72,5% (+4,8% по срав-

Предложение современного стандарта в 2012 году:
Москва в сравнении
с европейскими столицами

**с 2002 года
объем гостиничного
рынка Москвы
вырос на 60%,
однако российская
столица по объему
качественного
предложения всё
еще отстает от
других крупных
столиц региона
ЕМЕА.**

**Инвесторы
проявляют интерес
к гостиницам
уровня 3–4*
стоимостью
40–50 млн долл.
и ожидаемой
доходностью
9–11%. За
исключительные
объекты покупатели
готовы платить
более высокую цену.**



нению с годом ранее). В то же время показатель ADR в целом увеличился всего на 4% в рублях, до 5825 руб. против 5602 руб. в январе – октябре 2011 года, а в долларах показатель упал на 3,2%, до 188 долл. Рублевые цены выросли во всех сегментах за исключением Mid-market, в котором отмечено снижение ADR на 1,8%.

В результате наращивания объемов загрузки отельеры смогли увеличить доходность на номер на 9,3% (до 3965 руб.). Наибольший рост RevPAR зафиксирован в сегменте Luxury – с 6589,3 руб. в январе – октябре 2011 года до 7390 руб. в аналогичном периоде текущего года (+12,1%). Самая низкая динамика показателя – в сегменте Mid-market (рост всего на 2,9% – до 3606 руб.).

«Таким образом, рост доходов на номер стал возможен исключительно за счет роста загрузки стационарных отелей», – подчеркивает Марина Усенко.

«Тем не менее в отношении средней цены номера московский рынок остается одним из наиболее дорогостоящих в регионе EMEA», – отмечает эксперт. По ее мнению, недавний стремительный рост номерного фонда вряд не позволил гостиницам увеличивать стоимость проживания прежними темпами, однако операционная доходность гостиничного бизнеса в Москве остается очень привлекательной по сравнению с другими европейскими рынками, в первую очередь, на фоне более низких операционных расходов.

Элеонора Арефьева

P.S. Согласно планам правительства Москвы до 2025 года в городе должно появиться еще 343 гостиницы на 92 700 номеров. То есть число отелей, по ожиданиям чиновников, удвоится.

Из них к 2016 г., согласно новой отраслевой схеме размещения гостиниц на территории Москвы, должно появиться 146 гостиниц на 30 100 номеров. Больше всего отелей – 17% от общего количества – будет размещено в ЦАО, где сейчас уже действуют 133 гостиницы.

Эксперты считают рынок столицы достаточно емким, но планы по удвоению предложения за 12 лет не кажутся им реалистичными. Проблема, прежде всего, в длительной и сложной процедуре согласования гостиничных проектов. Владимир Ильин, директор по развитию Worldwide в России, в своем выступлении на Деловом форуме гостиничного комплекса Москвы – 2012 отметил, что подобные согласования по каждой новой стройке могут длиться годами.

Между тем, согласно экспертным оценкам, московский гостиничный рынок, безусловно, останется наиболее привлекательным сегментом для инвестирования. В первую очередь, с точки зрения оптимального сочетания «риски – цена – доходность». Как отмечается в исследовании РБК Research, московская недвижимость может стать сравнительно «тихой гаванью» для иностранных инвестиций в период обострения европейского кризиса. К тому же московские активы могут приносить повышенный доход в силу тенденции увеличения спроса на гостиничные услуги столицы и нехватки качественного предложения на рынке.

Динамика операционных показателей гостиниц Москвы

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Загрузка	67,2%	69,0%	75,9%	73,6%	72,4%	68,7%	64,8%	56,9%	63,3%	65,0%	68,8%
ADR, руб.	4,324	4,782	5,338	6,910	7,991	8,453	8,152	6,337	5,388	5,678	5,905
RevPAR, руб.	2,906	3,299	4,052	5,086	5,786	5,807	5,282	3,606	3,411	3,690	4,065

Кому нужен пиджак без пуговиц?

Что мешает созданию качественного гостиничного объекта? Почему многие гостиницы оказываются обреченными на неуспех с момента открытия? Какие ошибки при проектировании и строительстве «убивают» будущий отель? Эту тему подняла Екатерина Гаранина, генеральный директор компании «Аккорд менеджмент групп» на IV конференции «Гостиничный бизнес: инвестиции, девелопмент, маркетинг», организованной AHConferences совместно с Ассоциацией Бизнес Туризма.

Эксперт дала оценку состоянию гостиничной отрасли, проанализировала и те факторы, которые сдерживают появление новых гостиничных проектов, и те, что способствуют развитию бизнеса.

Первый из основных трендов, влияющих на развитие гостиничной отрасли, — непрозрачность рынка. Ситуация в любом из регионов России может поменяться очень быстро, участникам рынка не хватает знаний друг о друге — в таких условиях трудно планировать и прогнозировать. Другой существенный фактор — падение влияния марок и брендов на мнение потребителя: теперь он может без оглядки на звучное имя выбрать нужный продукт по информации в Интернете. Г-жа Гаранина отметила и ужесточение конкуренции по качественному признаку среди объектов индустрии гостеприимства.

В числе факторов, способствующих развитию отрасли, эксперт назвала падение доходности других видов коммерческой недвижимости, а также создание благоприятных условий для строительства новых отелей некоторыми региональными администрациями. В качестве положительных примеров были названы Новосибирск, где инвесторы гостиничных проектов освобождены на восемь лет от налога на собственность, а также Бурятия — в этой республике подвод коммуникаций к строящимся отелям осуществляется за счет средств бюджета.

В ряду сдерживающих развитие рынка факторов Екатерина Гаранина отметила уже упомянутую непредсказуемость рынка: «Объективность цифр всегда ставится под сомнение». Следующий пункт — зависимость от субъективных факторов, в числе которых, во-первых, экспертное знание тех, кто ведет бизнес, и, во-вторых, емкость рынка, которая может измениться в одночасье с появлением новых проектов. Конечно, не способствует развитию гостиничного бизнеса и его репутация «бизнеса терпеливых»: сроки окупаемости гостиничных проектов очень велики (в Москве, по мнению

эксперта, срок возврата инвестиций во вновь построенный отель — 12–15 лет).

Далее Екатерина Гаранина затронула тему проблем управления отелем. Она отметила пагубность ситуации, когда инвестор активно вмешивается в деятельность управляющей компании. При этом отельер сказала, что «желание владельца участвовать в управлении — понятно. Управляющая компания — это толмач, своего рода переводчик, который растолковывает заказчику смысл своих действий, но отнюдь не рука владельца, с помощью которой он может вершить все по своему усмотрению».

Особенно опасным считает г-жа Гаранина желание владельца «самому придумывать отель» — в результате и появляются, как выразилась отельер, «клоны-уродцы», которые в последние годы наводнили регионы России. За примерами далеко ходить не надо, по словам спикера, недавно она была в одном отеле в Подмосковье: там по дороге в спа-центр гости минуют общежитие для персонала — очень живописное место, рядом на веревках сушится белье... Уже одной такой детали достаточно, чтобы миллионы, вложенные в отель, оказались просто выброшенными на ветер. Но, по словам г-жи Гараниной, инвесторы на этом не останавливаются, ошибки, одна другой страшнее, продолжают уродовать отели.

Эксперт перечислила наиболее грубые недоработки, которые, по ее мнению, недопустимы. К ним относятся неправильная система воздухообмена, плохая вентиляция в отеле, неверный расчет энергопотребления, недостаток электромощностей, отсутствие резервных источников энергии. К такого же рода «смертельным» для гостиницы огрехам Екатерина Гаранина причисляет недостатки в системе шумоизоляции, недостаточное количество лифтов.

«Владельцы очень любят пиджаки без пуговиц», — говорит спикер, подчеркивая тем самым желание сэкономить на деталях, которое губит весь проект.



Екатерина ГАРАНИНА,
генеральный директор
компании «Аккорд менеджмент групп»

У нас – менеджер по качеству. А у вас?

Менеджерские находки, ноу-хау в управлении – не каждый расскажет о них коллегам. Но есть отельеры, которые готовы поделиться неординарным опытом и нестандартными решениями, которые привели их к успеху. Такой обмен опытом состоялся на IV конференции «Гостиничный бизнес: инвестиции, девелопмент, маркетинг», организованной AHConferences совместно с Ассоциацией Бизнес Туризма.

Бульон из настоящей курицы

О преимуществах, которые дает отелю наличие особой концепции, и сказано, и написано немало. И тем не менее найти собственный имидж и оригинальные способы привлечения гостей удается немногим. **Павел Сахаров**, коммерческий директор подмосковного отеля «Царьград», рассказал, что поиск новой концепции этой гостиницы шел фактически в стрессовом режиме. Рядом с «Царьградом» появились сильные конкуренты – отели более высокого уровня, заказчики стали более искушенными и требовательными.

«MICE-компании, event-агентства хотят видеть что-то уникальное в отеле», – рассказал Сахаров. По словам отельера, такие элементы инфраструктуры, которые еще недавно считались необычными, как, например, наличие собственного конного двора, перестали быть конкурентным преимуществом. Теперь это норма.

Преимущества стали искать в округе и обнаружили в фермерских хозяйствах. «Царьград» заключил с окрестными фермерами договоры на поставку экопродукции и стал позиционировать себя как экоотель. Поначалу право на это дало экоменю: гости теперь могут заказать стейк из говядины, выращенной без комбикорма, и бульон из курицы, которую при жизни не пичкали гормонами и антибиотиками. Многие поехали в отель, чтобы оценить вкус блюд, приготовленных из привычных, но имеющих подлинный вкус продуктов. Это оценили, и отель стал обретать и новых гостей, и лояльную клиентуру. Потом появился зоопарк, экскурсии на фермы, поход по экотропе с посещением пещер и старинной усадьбы. «Царьград» предложил качественный и содержательный досуг, и гости не заставили себя ждать.

Борьба за качество

Простое правило: обслужи клиента лучше всех – и он к тебе вернется и еще клиентов приве-

дет. Простое на словах, но как же сложно следовать ему на практике! Безупречный сервис – уже сам по себе знак той самой самоидентичности, о которой так много говорят и к которой так стремятся отельеры. Между тем трудная наука качества сервиса дается большинству с великим трудом. Хоть и отступать уже, казалось бы, некуда: за окном все больше конкурентов.

Светлана Раца, учредитель бизнес-отеля «Евразия» (Тюмень), рассказала о том, что открытие гостиницы пришлось на кризис, и поначалу работала она вроде бы успешно. Но вот спад миновал и стали «размораживаться» и открываться отели-конкуренты. В «Евразии» почувствовали отток клиентов.

Менеджмент «Евразии» принял решение ввести новую штатную единицу – менеджера по качеству. Собственно, главной задачей этого специалиста стало умение слушать, добывать информацию и, анализируя ее, выявлять огрехи в работе различных служб отеля. Светлана Раца процитировала на конференции Стива Джобса: «Стремись получать обратную связь из разнообразных источников. Каждый человек скажет тебе что-то полезное. Сосредоточься на тех, кто использует твой продукт, – в первую очередь слушай своих покупателей». Простые слова в устах человека, который, по-видимому, еще долгое время будет являть собой безупречный образец современного менеджера, имеют особый смысл. Их взяли как руководство к действию тюменские отельеры.

Итак, задачи менеджера по качеству были сформулированы следующим образом:

- искать и собирать отзывы гостей;
- обрабатывать и систематизировать эти отзывы;
- доводить информацию до менеджеров и контролировать их ответы;
- анализировать причины происшедшего и предоставлять отчеты генеральному менеджеру.

« Стремись получать обратную связь из разнообразных источников. Каждый человек скажет тебе что-то полезное. Сосредоточься на тех, кто использует твой продукт, – в первую очередь слушай своих покупателей »

СТИВ ДЖОБС

Источниками информации для quality-менеджера стали анкеты гостей, устные беседы с ними, Интернет. Специалист также периодически обзванивает гостей, разумеется, очень аккуратно, в приемлемое для них время.

Менеджер по качеству курирует и проверки «Тайный гость» и фиксирует их результаты.

Что дает эта работа отелю? Во-первых, рассказала Светлана Раца, работа специалиста позволяет уточнять потребности гостей. Важно и то, что менеджер по качеству фиксирует сбои и недостатки в техническом оснащении отеля, на которые указывают гости. И, конечно, основной пункт программы — выявление «тонких» мест в сервисе. В задачи менеджера входит и быстрое корректное реагирование на конфликтные ситуации, в том числе и в медиапространстве.

Светлана Раца утверждает, что появление такого специалиста в штате реально позволило улучшить обслуживание в отеле, загрузка гостилицы выросла, выросло и число лояльных гостей. Другое дело, что трудно найти подходящую кандидатуру на позицию менеджера по качеству — слишком редким набором характеристик он должен обладать: это и стрессоустойчивость, и коммуникабельность, и умение «разрулить» конфликт так, чтобы гость остался доволен. «Дай бог, чтобы на вашем пути встретился такой человек!» — пожелала коллегам Светлана Раца.

Она рассказала и еще об одной акции, предпринятой в «Евразии». В гостинице был объявлен конкурс «Есть идея!», в котором предложили поучаствовать всем сотрудникам. В результате руководство получило 28 хорошо оформленных предложений по совершенствованию обслуживания гостей и оснащения гостиницы (в «Евразии» работают 164 человека).

И снова про мотивацию — и покупателя, и продавца

Тонкости продаж и мотивация всех служб отеля, которые имеют отношение к продажам, — этой теме в значительной мере было посвящено выступление Николая Филатова, генерального директора гостиницы «Аэроотель» в Домодедово. Он рассказал, что в отеле в свое время было решено

объединить в единый блок отделы продаж, бронирования и службу ресепшина. Управление этими службами стало единым. Персонал всех трех подразделений имеет как фиксированный оклад, так и бонусную часть, которая подсчитывается исходя из показателя RevPAR расчетного месяца. По словам отельера, эффект превзошел все ожидания. Сотрудники всех трех подразделений стали ощущать себя одной командой, конфликты между отделом бронирования и ресепшина сошли на нет.

Николай Филатов обратил внимание коллег и на такой важный фактор: если зарплата делится на обязательную часть и премиальную, важно, чтобы премии выплачивались строго в обещанном объеме и в срок. Если поступить с бонусной частью заработков по принципу: «хочу — плачу, не хочу — не плачу», последствия могут быть самыми плачевыми. Важно определить правила игры и четко им следовать, любое отступление неизбежно приведет к конфликтам, а напряжение в коллективе всегда очевидно гостям.

Наталья Обыденнова, генеральный директор московского бизнес-отеля «Охотник», рассказала о том, что увеличивать продажи в этом отеле помог тариф «Бизнес-комфорт»: под него подобрали номера, оснащение которых в наибольшей степени отвечает потребностям тем, кто приезжает в Москву по делам: комфортный сон, удобное рабочее место. Кроме того, тариф предполагает включение в счет-фактуру ряда услуг, нужных командированным. В результате службе продаж удалось добиться очень высокого спроса на этот тариф, нередко в отеле сталкиваются даже с нехваткой номеров, которые входят в продажу по условиям тарифа. Г-жа Обыденнова подчеркнула при этом, что комфорт в номерах и профессиональная работа над тарифами не могут решить проблему приобретения отелем лояльных гостей без постоянной работы над уровнем сервиса. Она рассказала, что дежурный менеджер ежедневно проверяет в «Охотнике» качество работы всех служб. Важность работы с сервисной составляющей подчеркивает и тот факт, что на стойке ресепшина бизнес-отеля всегда стоят визитки генерального директора.

Элеонора Арефьева

«Трудно найти подходящую кандидатуру на позицию менеджера по качеству — слишком редким набором характеристик он должен обладать: это и стрессоустойчивость, и коммуникабельность, и умение «разрулить» конфликт так, чтобы гость остался доволен».



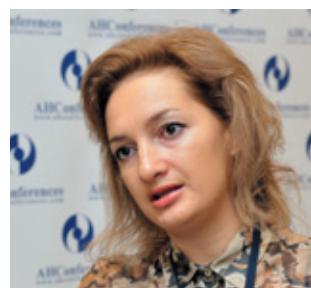
Павел Сахаров,
коммерческий директор
подмосковного отеля
«Царьград»



Светлана Раца,
учредитель бизнес-отеля
«Евразия» (Тюмень)



Николай Филатов,
генеральный директор
гостиницы «Аэроотель»
(Домодедово)



Наталья
Обыденнова,
генеральный директор
московского бизнес-отеля
«Охотник»

Гостиница не для всех?

Спрос на возможность путешествовать для людей с ограниченными возможностями растет год от года. Доступность средств размещения, объектов туристического осмотра становится существенным источником дохода. Но нельзя говорить о безбарьерной среде только в контексте получения прибыли. Отсутствие преград для путешественников, с которыми однажды немилостиво обошлась судьба, — это признак цивилизованности: отеля, города, страны.

Все не так просто

Безбарьерный туризм — развитый сегмент туристической индустрии: в странах Евросоюза туристические услуги для людей с ограниченными возможностями и маломобильных групп населения востребованы у 127 млн граждан, что составляет 27% европейского населения; около 70% из них имеют физические и финансовые возможности путешествовать. Предполагаемые доходы в этом секторе туризма, с учетом обслуживания сопровождающих, превышают 80 млрд евро. В мире количество туристов, имеющих инвалидность, составляет 7-8% от общего числа путешествующих. Такие данные приведены в работе А.Д. Бавельского, Г.И. Зориной, А.А. Ручина «Безбарьерный туризм в Москве».

В российских реалиях, к сожалению, «туризм для всех» недоступен для большей части целевой аудитории с финансовой точки зрения. Тем не менее примерно половина людей, передвигающихся в инвалидных колясках, — люди в возрасте до 40 лет,

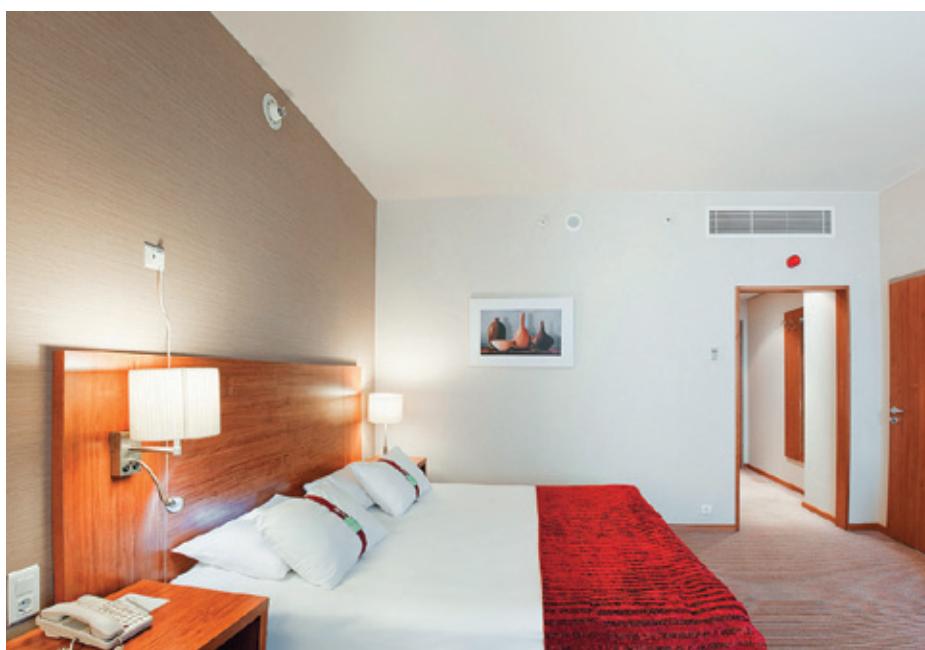
работающие и занимающие активную жизненную позицию. Логично предположить наличие спроса на туристические услуги как минимум среди них. Каким должно быть предложение?

Как сообщает accessibletourism.org, по данным глобального исследования TRAVELSAT® Competitive Index (TCI), 43% путешествующих за пределы своей страны туристам с особыми потребностями было на что пожаловаться в процессе поездки как минимум один раз; среди всех остальных туристов количество испытавших негативный опыт почти вдвое ниже — 27%. Наибольшее число жалоб (15%) у гостей с особыми потребностями вызывает передвижение и транспортировка в пункте назначения, немногим меньше (14%) нареканий вызывают размещение, безопасность (12%), забота о здоровье (9%). Немалая доля претензий относится именно к средствам размещения: именно тут малейшая непродуманность в дизайне, оснащении, сервисе может не просто испортить настроение, но лишить возможности выполнять простые функции жизнеобеспечения.

Не бывает мелочей

Каковы особенности проектирования и оснащения гостиницы, принимающей «особых» гостей? Например, стандарты международной сети Holiday Inn предусматривают, что в гостинице на каждые 200 номеров хотя бы один номер должен быть полностью оборудован для людей с ограниченными возможностями. В московских гостиницах «Холидей Инн Москва Лесная» (301 номер) и «Холидей Инн Москва Сущевский» (312 номеров) таких номеров по два. Двери в этих номерах оборудованы двумя дверными глазками, расположенными на разных уровнях. Номер соединен дополнительной дверью с соседним стандартным номером — это удобно для сопровождающих. В номер легко заехать на коляске. В туалете установлены дополнительные поручни, которые можно легко убрать. В ванной расширен дверной проем, также она оборудована специальной раковиной, которая расположена чуть ниже, чем обычная, и душем с откидывающимся сиденьем. Насадка для душа может

Номер для гостей с ограниченными возможностями в отеле «Холидей Инн Москва Сущевский»



быть размещена на любом из двух уровней, удобном гостю, а дополнительные принадлежности располагаются ниже, чем обычно. Обязательный элемент ванной комнаты — возможность вызова помощи: в случае если гость тянет за шнур вызывающего устройства, сигнал поступает сотрудникам службы приема и размещения; также загорается световой сигнал непосредственно около комнаты. Аналогичная кнопка есть и над дверью в самой комнате. Вокруг кровати предусмотрено большое пространство, чтобы к ней было удобно подъехать на коляске с любой стороны.

В общественных зонах и на территории гостиницы тоже заботятся об удобстве всех без исключения гостей, предоставляя возможность воспользоваться специальными парковочными местами, удобными подъездами к ресторану. Лифты приспособлены для самостоятельного пользования людьми с ограниченными возможностями передвижения (колясочниками). Кнопки вызова лифта и управления его движением крупные, с рельефными цифрами и располагаются на высоте не более 1,2 м от пола. Также в отелях имеется коляска, на случай если возникнет экстренная необходимость.

В отелях InterContinental Hotels Group (IHG), управляющей в том числе и брендом Holiday Inn, предусмотрено размещение и гостей с нарушениями зрения и слуха: тут и система оповещения, и меню для слабовидящих, и условия для пребывания с собакой-поводырем...

Как преодолеть барьеры?

В столице из порядка 200 действующих гостиниц, по данным Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы, номерами, оборудованными для граждан с ограниченными физическими возможностями (нарушениями опорно-двигательного аппарата), располагают 42. В 33 гостиницах предусмотрено размещение с собаками-поводырями. Тем не менее, согласно стандартам, уже принятым в России, все стоящие и реконструируемые отели вместимостью до 50 номеров должны иметь не менее двух комнат для инвалидов, а крупные гостиничные комплексы — не менее 3% номерного фонда.

То есть безбарьерная среда в отдельно взятых гостиничных комплексах — не такая уж несбыточная мечта. Как отмечает **Георгий Мохов**, заместитель председателя Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы, «ситуация с адаптацией средств размещения улучшается, и городская среда становится более гостеприимной. Конечно, степень приспособления гостиниц для всех категорий гостей разная: где-то оборудованы специальные номера с соответствующей мебелью, сантехникой, где-то сделаны минимальные шаги по перео-

борудованию — пандусы, подъемники, организация пространства. Но в целом заметно желание средств размещения обеспечить максимально комфортную среду для инвалидов. Новые объекты, особенно гостиницы категории 4-5*, уже на стадии проектирования предусматривают приспособление для приема гостей с ограниченными возможностями передвижения, начиная от входных групп, лифтов, холлов».

«Специальное оборудование номеров также предусмотрено стандартами, соответствующими категории гостиницы, но нужно понимать, что это дорогостоящее оборудование и часто непростая техническая задача, — подчеркивает Георгий Мохов. — Конечно, мы уделяем гостиничному хозяйству города максимальное внимание, но в организации безбарьерной среды невозможно обойтись локальными решениями, необходим комплексный подход».

Как отмечает **Юлия Шилкина**, глава компании «Паратуризм WELL», специализирующейся на въездном и выездном туризме для инвалидов, имеющихся в гостиницах специально оборудованных номеров не хватает для организации полноценного турпродукта: «Сейчас многие московские отели имеют подобные номера, но в лучшем случае их на отель три-четыре, что не дает нам возможности формировать сколько-нибудь многочисленные группы. А это, к сожалению, приводит к удорожанию туров». При этом эксперт полагает, что решить проблему могут комплекты специального оборудования, позволяющего за считанные минуты превратить обычный гостиничный номер в номер, приспособленный для колясочника.

Нередки случаи, когда в музеях человеку в коляске доступны далеко не все части экспозиции, в туалет можно проехать на коляске, но вымыть руки уже затруднительно (раковины расположены высоко), нет специальных поручней в кабинке... Не говоря о том, что далеко не каждый музей, вокзал, театр или ландшафтный парк в принципе оборудован для посещения всеми категориями туристов. В Санкт-Петербурге, например, только восемь музеев, позиционирующихся как доступные для всех, всемирно известный Исаакиевский собор вошел в их число не так давно — в 2011 году. Не случайно даже этот город не слишком популярен у зарубежных гостей с ограниченными возможностями.

Возможно, опыт Сочи, где помимо Олимпиады состоятся и Паралимпийские игры, изменит имидж России как страны, где туризм — не для всех. По крайней мере оргкомитет «Сочи-2014» объявил о старте программы по созданию безбарьерной среды, главная цель которой — сделать столицу Белой олимпиады первым в России городом, полностью доступным для маломобильных групп населения.

Анна Мирошниченко



В столице из порядка 200 действующих гостиниц, по данным Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы, номерами, оборудованными для граждан с ограниченными физическими возможностями (нарушениями опорно-двигательного аппарата), располагают 42. В 33 гостиницах предусмотрено размещение с собаками-поводырями.

Гостиничный конвейер в Петербурге притормозил

Согласно официальной информации Комитета по инвестициям Санкт-Петербурга, в 2012 году номерной фонд города пополнился 548 новыми номерами различных категорий, было введено в эксплуатацию четыре отеля. Таким образом, темпы ввода в эксплуатацию новых гостиниц в городе на Неве снижаются. Зато среди немногочисленных новых отелей есть весьма интересные и даже знаковые объекты — гостиничные предложения Северной столицы явно тяготеют к разнообразию и оригинальности.



Гостиница «Балтия»
стала «Открытием года»
в конкурсе «Лучшие отели
России. Санкт-Петербург»



Петербуржцы уже
привыкли, что в особняке
Жомини-Клейбер теперь
располагается отель сети
Domina



Кемпинг BALTIC PAKIN
уже облюбовали автотуристы
из разных стран

Aдрес одной из новых гостиниц — Северная дорога, 12 (296 номеров, 4*) — в перечне новых отелей города вызвал вопросы. Ведь здесь находится уже давно открывшийся и находящийся в эксплуатации «Отель Парк». Ситуацию прояснил разговор с начальником коммерческого отдела этого отеля. Дело в том, что в прошлом году отель перерегистрировал свое название на новое — «Отель Парк Крестовский» и таким образом попал в статистику Комитета по инвестициям. В инфраструктуре этой гостиницы тоже произошли изменения: были открыты банкетный зал на 250 человек и конгресс-холл «Крестовский». Инвестор отеля — ООО «Центр велоспорта «Локосфинкс».

RED STARS HOTEL, торжественная церемония открытия которого состоялась в ноябре, находится в Адмиралтейском районе Санкт-Петербурга на набережной реки Пряжки, в 400 метрах от Новой сцены Мариинского театра. Гостиница построена управляющей компанией «АВА», возглавляемой Виктором Лосем, — это первый для компании опыт строительства отелей. Управление отелем осуществляют команда Александра Жукова, являющегося владельцем бутик-отеля «Александр Хаус», единственного российского отеля — члена международной ассоциации Small Luxury Hotels of the World.

Несмотря на столь короткий срок эксплуатации, новая гостиница уже неоднократно была отмечена профессионалами гостиничного рынка и туристами Санкт-Петербурга как одна из самых необычных в городе. Так, крупнейший туристический портал TripAdvisor.com уже более полугода включает RSH в первую десятку лучших отелей Санкт-Петербурга, а в июле 2012-го он поднялся на третью строчку в рейтинге портала, на котором представлено более 200 гостиниц города. Портал Booking.com включил RED STARS в десятку самых интересных отелей Санкт-Петербурга и поставил ему 9 баллов (из 10 возможных). Этот рейтинг составлен на основе отзывов гостей. Александр Жуков так объясняет высокую оценку новой

гостиницы: «Этот успех обеспечен тем, что отель позиционируется как 3*+, но фактически отвечает всем требованиям 4*. Гости отеля получают все услуги на этом уровне благодаря и инженерным технологиям, и технологиям гостеприимства. Команда отеля хорошо подготовлена и обучена. И, наконец, успех обеспечен тем, что благодаря концептуальному подходу создателей RSH отель стал частью городской арт-среды».

Дизайн отеля выполнен в жанре стрит-арт мастерами граффити Санкт-Петербурга. Четыре жилых этажа отеля названы условно «Нью-Йорк», «Токио», «Лондон» и «Рио-де-Жанейро». Граффити каждого этажа исполнены в стиле того или иного города и создают ощущение улиц, прямо из которых турист попадает в свой номер. В коридорах отеля развесаны плазменные панели, на которых в режиме нон-стоп демонстрируются клипы и медиа-арт-инсталляции, посвященные этим крупнейшим мегаполисам. В сущности это галерея современного искусства и гостиница, объединенные под одной крышей. Медиаарт, граффити, 3D-рисунки на полу и ручная этническая роспись.

RED STARS — это и необычный гостиничный формат: в одном здании объединены отель 3* и хостел. Под хостел на 28 человек отведен отдельный этаж: четыре шестиместных и один четырехместный номер. В инфраструктуре RED STARS — ресторан, бар, конференц-зал и переговорная комната.

В сентябре в Выборгском районе Петербурга на месте старого складского помещения открылась новая гостиница 3* «Балтия». В отеле 10 этажей и 90 номеров, в том числе семь двухкомнатных люксов. К услугам гостей — конференц-зал и помещения для ведения деловых переговоров. На территории гостиничного комплекса находятся ресторан и бар. Управляющий гостиницей и генеральный директор ООО «Балтия Отель Менеджмент» Николай Нагач рассказал о первых итогах деятельности отеля: «Мы работаем менее года, но уже имеем своих постоянных гостей. Мы предоставляем гостям дисконтные преференции, стараемся окружить вниманием и заботой. Прошедший год



Так выглядит номер отеля
RED STARS на этаже
«Токио»

был для коллектива отеля непростым. Тем не менее мы достигли определенных успехов: отель «Балтия» стал победителем конкурса «Лучшие отели России. Санкт-Петербург» в номинации «Открытие года», мы признаны лучшим отелем категории 3* в конкурсе «Гостеприимный Санкт-Петербург», средняя ежемесячная загрузка превысила 50%, налаживаем обратную связь с индивидуальными постояльцами, укрепляем сотрудничество с корпоративными партнерами. Основная задача на следующий год — это улучшение финансовых показателей.

В конце мая в Санкт-Петербурге открылся первый в России отель гостиничной сети Domina Hotels & Resorts — отель **Domina Prestige Hotel, St.Petersburg 5***. Гостиница находится в полностью реконструированном доме Жомини-Клейбер, построенном в 1759 году архитектором Квасовым. Из окон отеля открываются прекрасные виды: с одной стороны — на Мойку, с другой — на Большую Морскую улицу и Исаакиевский собор. В гостинице 109 номеров различных категорий: мансарды, superior, lifestyle, полулюксы и люксы, которые расположены на шести этажах семиэтажного здания. Имеется конференц-зал «Ателье 99», который может принять до 65 гостей. Есть и переговорная комната «Офис 99», рассчитанная на группы до 10 человек.

Гости могут воспользоваться услугами фитнес-центра, ресторана Arcobaleno, коктейль-бара Nove. Бесплатно предоставляются беспроводной высокоскоростной Интернет и гараж.

Блейк Андерсон-Бунтз, генеральный управляющий Domina Prestige, считает главной особенностью гостиницы ее нетипичный облик и оригинальный жизнеутверждающий стиль. Заслугой итальянского дизайнера Джанмарко Каванино в процессе работы над интерьерами стало соединение, казалось бы, несоединимого — жизнелюбия солнечной Италии и классических петербургских ноток. В итоге в отеле создано уникальное пространство, в котором яркий современный дизайн сочетается с комфортом и теплой атмосферой.

В Domina Prestige Hotel, St.Petersburg используются и технологические новинки: внедрена технология «умный дом». «Уже сегодня, по оценкам booking.com, мы находимся в категории «превосходных отелей», набрав 9 баллов из 10 возможных», — сообщил Блейк Андерсон-Бунтз.

Domina Hotels — это молодая компания, вышедшая на рынок в 2000 году. Раньше ее отели можно было встретить только в Италии, сейчас же в сеть входит более 40 средств размещения, расположенных по всей Европе, а также в Египте. В ближайшие годы запланировано открытие новых гостиниц сети в семи городах России.

И еще один объект размещения, не вошедший в официальную статистику, открылся в Петербурге.

В начале мая на южном берегу Финского залива, в парковой зоне Санкт-Петербурга, в поселке Стрельна, в непосредственной близости с Константиновским дворцом открылся первый в России кемпинг европейского уровня — **BALTIC PAKING**.

BALTIC PAKING расположился на территории более 5 га и оборудован охраняемой стоянкой на 40 автомобилей и жилых прицепов с возможностью подключения к электричеству, водоснабжению и канализации. Кемпинг отвечает европейским требованиям: ресепшен с обслуживанием на английском и русском языках, бар, возможность подключения Wi-Fi, услуги химчистки. Гостям кемпинга также предлагаются культурные, спортивные и экскурсионные программы, посещение винных погребов Константиновского дворца с возможностью дегустации вин.

Таким образом, в прошедшем году реальный ввод гостиничных номеров в Петербурге составил лишь чуть более 250 единиц в трех отелях. До этого каждый год несколько лет подряд этот показатель превышал 1000 номеров. Гостиничный конвейер Северной столицы притормозил.

В 2013 году планируется ввести в эксплуатацию семь отелей на 592 номера.

Никита Савояров



Кадры: как преодолеть дефицит?

Российские гостиницы уже давно работают в условиях перманентного кадрового дефицита. Судя по отзывам наших экспертов, ситуация в последние годы не становится лучше, дефицит лишь усугубляется. Впрочем, отельерам не привыкать решать эту проблему. Рецепты и способы преодоления кадрового «голода» они ищут и находят.

В постоянном поиске

По данным экспертов «Пяти звезд», на рынке присутствует спрос буквально на все позиции, которые касаются работы в отелях: от генерального директора до мойщика посуды.

«В основном наши клиенты испытывают сложности с подбором кандидатов на позиции генеральных управляющих и директоров по продажам и маркетингу. Компетентные профессионалы на эти должности, в идеале — с опытом работы при запуске отеля, всегда в цене. Открывающимся независимым гостиницам часто требуются профессионалы на управленические позиции с опытом работы в международных либо российских сетях, поскольку для обеспечения конкурентоспособности требуется внедрить высокие стандарты обслуживания, а также грамотно разработать стратегию продвижения на рынке, — рассказывает Варвара Иванова, старший консультант HVS Executive Search. — В регионах ситуация осложняется тем, что таких специалистов в большинстве случаев необходимо перевозить из Москвы или Санкт-Петербурга, что, конечно, отражается на уровне компенсационного пакета тех, кто занимает управленические позиции.

В настоящее время, по мнению г-жи Ивановой, наибольшим спросом на рынке гостеприимства пользуются генеральные менеджеры, директора по продажам и маркетингу, финансовые директора, шеф-повара и директора ресторанной службы. В разряд особо дефицитных попали также руководители проекта по запуску отелей, директора по электронной коммерции. Большой спрос и на талантливых директоров по персоналу с продолжительным опытом работы в индустрии.

По наблюдениям эксперта, спрос на конкретные должности меняется в зависимости от общей ситуации на рынке. «Если нас ожидает очередной экономический спад, то мы, скорее всего, получим в результате повторение динамики спроса 2008–2009 гг., когда самыми востребованными специалистами были директора по продажам и маркетингу и менеджеры по управлению доходами, поскольку тогда требовалось в первую очередь поддерживать доходность и загрузку отелей. Особенно эта тенденция была заметна в Москве. Профессионалы на этих позициях почувствовали свою значимость, и их ожидания по заработной плате резко выросли, тем более что им приходилось нередко работать в режиме поп-

stop и выбирать между работой и семьей. Мы отмечаем всплеск по заработным платам на этих позициях в 2008–2009 гг. по сравнению с 2011 годом».

Проблема поиска персонала топ-звена актуальна, как справедливо отмечает Варвара Иванова, в первую очередь для открывающихся независимых отелей. Крупные сетевые компании, давно работающие на российском рынке, уже решили для себя проблему поиска менеджеров высшего и среднего уровня: они вырастили их сами. Число экспатов на топ-позициях в российских сетевых гостиницах сократилось, но при этом на должностях GM в отелях глобальных брендов по-прежнему преобладают иностранные менеджеры.

Елена Литвинова, директор по персоналу компании Interstate Hotels&Resorts (управляет в Москве гостиницами «Hilton Москва Ленинградская», «Marriott Москва Аврора», «Marriott Москва Grand», «Marriott Москва Тверская», «Holiday Inn Лесная», «Holiday Inn Сущевский»), вспоминает, что десять лет назад эта компания была едва ли не единственной кузницей менеджерских кадров для гостиниц Москвы. «Вновь открывающиеся сетевые отели с удовольствием брали наш персонал, Interstate — это как знак качества».

Постепенно глобальные компании, осваивавшие российский гостиничный рынок, стали обрасти собственным менеджерским арсеналом, ротировать наиболее одаренных специалистов на более высокие позиции во вновь открывающиеся отели как в Москве, так и в регионах. «Сейчас можно найти и менеджеров, и супервайзеров, опытные профессиональные сотрудники есть на рынке, их подготовили многие компании, — рассказывает Елена Литвинова. — Приходят к нам менеджеры и из регионов, которые поработали в независимых или сетевых гостиницах. Среди них есть очень талантливые специалисты, которых мы с радостью берем на работу».

Г-жа Литвинова с гордостью говорит о том, что в отелях под управлением Interstate Hotels&Resorts в Москве работают уже четыре генеральных менеджера-россиянина.

Между тем и в крупных сетевых компаниях присутствует кадровый дефицит на определенных позициях.

«Сейчас вступает в возраст работоспособности поколение, родившееся в 90-е, — по известным причинам, немногочисленное. И последствия этой «демографической ямы» очень сильно ударили именно по нашему бизнесу:



Варвара Иванова,
старший консультант HVS
Executive Search



Елена Литвинова,
директор по персоналу
гостиниц под управлением
Interstate Hotels&Resorts

«Уровень подготовки персонала аутсорсинговых компаний — очень разный, в гостиницы приходят люди в лучшем случае с базовой подготовкой, им требуются интенсивные тренинги по стандартам сервиса»

нам нужны сотрудники, хорошо владеющие иностранными языками, а это, как правило, молодые люди в возрасте 20–25 лет. Их сейчас стало меньше, и мы это почувствовали».

«У нас никогда не было проблем с клерками стойки приема и размещения — начинать работу именно в этой службе всегда считалось престижным, логичным, здесь очень быстро приобретаются навыки общения с гостями, — продолжает Елена Литвинова. — У операторов frontdesk всегда был отличный шанс продвинуться по карьерной лестнице. Сейчас найти подходящую кандидатуру на это место очень сложно, я впервые столкнулась с такой проблемой за 11 лет работы в гостиничном бизнесе».

Г-жа Литвинова рассказала о сложностях с подбором кандидатов и на позиции телефонного оператора: «Вакансия на эту позицию вообще никогда не закрывается. Как только приходит новый сотрудник, кто-нибудь увольняется, потому что пока работает за двоих — устает, не выдерживает нагрузки, а мы ничем не можем помочь».

Очень сложно закрываются вакансии, связанные с уборкой. «В гостинице, — отмечает Елена Литвинова, — это не только горничные, которые убирают номера и общественные зоны. В наших отелях раз в сутки кухни отмываются до стерильной чистоты: в том числе нужно мыть тяжелые, большие котлы — это серьезный физический труд, который пока мы ничем не можем облегчить». По словам HR-директора, россияне на эту работу не идут, а мигранты из стран СНГ как раз мотивированы, заинтересованы в таком труде. «И они очень выручают гостиницы», — считает эксперт.

Другое дело, что нанимать иностранца на работу нелегко: законодательные акты, регламентирующие трудовую деятельность мигранта, по мнению Елены Литвиновой, прописаны очень неконкретно: они часто корректируются, заменяются. Приходится оформлять огромное количество уведомительных документов и развозить их в разные органы в очень сжатые сроки. Поэтому, уверждает эксперт, штаты HR-отделов компаний, использующих персонал из ближнего зарубежья, сильно раздутьы: фактически они превратились в мощный бюрократический аппарат, штампующий горы бумажек.

Сложности и в том, что мигрантам приходится очень многое разъяснять, обучать их элементарным навыкам работы — эта тяжелая

нагрузка тоже ложится на плечи сотрудников HR-службы, но, как уверяет Елена Литвинова, отдача есть: «Люди, которые приезжают к нам, начинают работать в наших гостиницах, на глазах меняются, становятся другими».

Есть и еще одна проблема, связанная с трудоустройством мигрантов в Москве, — съем жилья в столице очень дорог. Гостиницы под управлением Interstate предоставляют общежитие иностранным сотрудникам.

Аутсорсинг: альтернативы нет

Среди крупных московских гостиниц уже трудно отыскать такую, которая не прибегает к услугам аутсорсинговых компаний. Резон — снижение затрат и ответственности: сотрудники на аутсорсинге, как правило, те же трудовые мигранты, но все сложности по оформлению документов, регламентирующих их работу в России, берет на себя уже не отель, а прямой работодатель. Формально он занимается и обучением, но в гостиницах все равно переучивают нештатный персонал и заранее готовы к тому, что квалификация его минимальна.

«В основном отели пользуются услугами аутсорсинговых компаний при найме горничных, банкетных и ресторанных официантов, — говорит Варвара Иванова. — Конечно, качество работы таких сотрудников не всегда удовлетворяет заказчика, сервис страдает».

При этом г-жа Иванова указывает на то, что уровень подготовки персонала аутсорсинговых компаний — очень разный, в гостиницы приходят люди в лучшем случае с базовой подготовкой, им требуются интенсивные тренинги по стандартам сервиса.

Елена Литвинова утверждает, что успех работы с аутсорсинговой компанией зависит, во-первых, от правильного выбора: «Есть такие, которые приходят в этот бизнес за быстрыми деньгами, почувствовав, что на такую услугу есть спрос, их задача — быстро заработать и уйти с рынка. Понятно, что в таком случае ничего хорошего ждать не приходится. А есть такие, что занялись аутсорсингом надолго, настроены на длительные отношения с заказчиком — с такими компаниями у нас работать получается». И второе. По мнению г-жи Литвиновой, очень важно правильно выстроить отношения с аутсорсинговой компанией: «Если брать у них, скажем, человек 30, и постоянно, — они пойдут навстречу, обеспечат одних и тех же сотрудников. Эти люди

пройдут обучение у нас и будут работать фактически как штатные. А если брать немного и редко — это, конечно, будут разные люди, и их всякий раз придется обучать».

По мнению Елены Литвиновой, за аутсорсингом — будущее. «По схеме привлечения нештатного персонала уже давно, десятилетия, работают отели Европы и США. Компаниям, у которых большие объемы, без этого трудно обходиться. Это общемировая практика».

А вуз и ныне там

Уже много лет не меняется список претензий работодателей к отраслевым вузам: новое поколение образовательных стандартов, судя по откликам экспертов, не внесло позитивных корректиров.

«К большому сожалению, российские вузы не дают фундаментальных практических знаний по операционной деятельности отелей. Необходимо менять систему обучения, уделяя как минимум 50% времени обучению студентов практическим навыкам, брать пример у европейских гостиничных школ», — так формулирует суть главной проблемы высшего отраслевого образования Варвара Иванова.

Резко высказывается по этому поводу Елена Литвинова: «У меня впечатление, что высшая школа озабочена, в первую очередь, вопро-

Елена Литвинова: «Рекрутмент уходит в социальные сети. Еще совсем недавно, когда мы устраивали День карьеры, размещали информацию об этом в метро, вывешивали баннеры, давали объявления в СМИ. Приходили с полсотни человек, из них три — пять нанимались на работу. Сейчас нам достаточно написать о Дне карьеры на наших страничках «ВКонтакте» и Facebook — зарегистрируются 45–50 человек, из них 35–40 непременно придут, и те же три — пять соискателей будут приняты на работу. У нас есть свой рекрутинговый сайт — jobinhotels.ru.

Как мы ведем странички, о чем там пишем?
Пишем про свою жизнь: она у нас бурная, интересная — есть о чем рассказать. Как мы проводим День семьи в своих отелях, как стать топ-менеджером — об этом наши сотрудники рассказывают в своих интервью. Стараемся писать про то, что может заинтересовать аудиторию соцсетей, и постоянно обновляем информацию.



«Низкий поклон преподавателям наших отраслевых колледжей — они, право, молодцы! Идут навстречу, переделывают программы под наши требования, стараются уловить перемены в работе каждой из гостиничных служб. Они пристально следят за своими выпускниками, очень стараются, чтобы подающие надежды ученики устроились в отели, им небезразлична их судьба»

сами зарабатывания денег. В вузы стремятся набрать побольше студентов на платные отделения, и это позволяет преподавателям считать, что они прекрасно работают, потому что сами себя окупают. Но при этом им абсолютно все равно, что потом с их студентами будет». Иначе, считает эксперт, корректиды в образовательные программы давно были бы внесены, и отрасль получала бы адекватных специалистов. В вузах же предпочитают идти «по накатанной», оправдывая такой подход ценностью академического образования.

«Бессспорно, наше академическое образование необходимо. Нужно развивать мозги, нужно, чтобы менеджер не просто хорошо исполнял свои функции, но имел бы широкий кругозор, обширные знания — тогда он может лучше учить, вдохновлять подчиненных. Но люди, которые приходят работать в отель, должны обладать и чисто практическими навыками. Поэтому вузовские программы необходимо пересматривать с точки зрения увеличения практических занятий. Практика не может быть один месяц в году, а то и раз в два-три года — на это надо отводить в несколько раз больше времени», — считает Елена Литвинова. Она утверждает, что успехов на гостиничном поприще, как правило, добиваются те студенты, которые сами приходят в отель и начинают работать на линейных позициях. «При этом им очень сложно, так как преподаватели их не поддерживают, нередко отказывают в свободном посещении. А ведь студенту легче начинать, пока он только учится — с него меньше спрос. А вот когда приходит уже выпускник, говорит: «Я — менеджер!» и при этом ничего не умеет — это уже гораздо хуже, такой «менеджер» гостинице просто не нужен».

Варвара Иванова указывает и на другую опасность: за выпускниками вузов, которым удалось успешно стартовать на гостиничном поприще, ведут охоту HR-службы из других отраслей: банков (которые очень активно нанимают персонал из отелей, поскольку им требуется высокий уровень обслуживания клиентов), розничной торговли, телекоммуникации.

Если к высшему отраслевому образованию в отелях стабильно предъявляют претензии, то на выпускников средних специальных заведений не нарадуются.

«Знаю, что за каждого студента колледжа гостиничного хозяйства «Царицыно» идет борьба как между брендовыми, так и между небрендовыми отелями Москвы и Подмо-

сковья, спрос на практикантов и выпускников очень большой», — рассказывает Варвара Иванова.

«Низкий поклон преподавателям наших отраслевых колледжей — они, право, молодцы! — говорит Елена Литвинова. — Идут навстречу, переделывают программы под наши требования, стараются уловить перемены в работе каждой из гостиничных служб. Они пристально следят за своими выпускниками, очень стараются, чтобы подающие надежды ученики устроились в отели, им небезразлична их судьба».

Что же касается выпускников отраслевых вузов, то пробелы в их образовании, как правило, ликвидируются уже на месте работы. Многие международные гостиничные компании (InterContinental Hotels Group, The Rezidor Hotel Group) открыли в России свои школы, все глобальные операторы практикуют многоступенчатые тренинги. В Interstate Managed Hotel Services действует программа подготовки топ-менеджеров: программа позволяет наиболее талантливым сотрудникам поработать в различных службах отеля, причем, как утверждает Елена Литвинова, погрузиться в их работу очень глубоко. Тем, кто успешно проходит программу, компания обеспечивает менеджерскую позицию, а в более отдаленной перспективе их будут рассматривать как претендентов на должность GM. Сейчас на участие в программе очередь и конкурс, и это, конечно, хорошая новость.

Есть и другие позитивные новости на тему подготовки кадров для гостиниц. Представители зарубежных гостиничных школ, почувствовав спрос на качественное отраслевое образование, начали открывать филиалы в России.

Первым стартовал швейцарско-американский проект: школа Swissam успешно работает в Петербурге.

Высшая школа гостиничного менеджмента, соответствующая стандартам успешных школ других стран, открывается в Греции. Министерство культуры и туризма страны сообщило, что в это учебное заведение будут привлекать студентов из Балканских стран и России.

Вакуум высшего гостиничного образования в России, похоже, намерены заполнять иностранцы.

Элеонора Арефьева

Пик российского гостиничного рынка еще впереди

Алексей Мусакин, генеральный директор УК Cronwell Management, известен своими экспертными оценками ситуации на гостиничном рынке страны. Его наблюдения и выводы, сделанные с оглядкой на прошлый год, публикует журнал «Пять звезд. Гостиничный бизнес».

Глобальных изменений гостиничный бизнес в минувшем году не перенес. Для гостиничной индустрии Российской Федерации, как и мира в целом, характерно наличие ряда устойчивых тенденций, среди которых особая роль предназначена процессу глобализации. Роль международных брендов на российском рынке продолжала нарастать. Причем это касается как верхнего и выше среднего, так и среднего ценовых сегментов. В 2013 году гостиничный бизнес России готовится принять сразу несколько важных открытий, в том числе и отеля канадской сети Four Seasons Hotels & Resorts в Санкт-Петербурге. Трех- и четырехзвездные гостиницы ведущих международных брендов активно строятся и в регионах. Например, отель сети Hilton Worldwide — Hilton Garden Inn New Riga растет на западе Подмосковья; готовится к открытию Hampton by Hilton Voronezh; скоро распахнет двери отель Courtyard by Marriott в Нижнем Новгороде (компания Marriott International анонсировала ввод гостиницы в эксплуатацию во второй половине 2013 года). Всё это говорит о том, что региональный рынок среднего и выше среднего уровня находится в стадии постоянного роста.

За несколько лет рынок гостиничных услуг претерпел кардинальные изменения, связанные с частичным ростом туристского спроса и инвестиционной привлекательности. Причиной тому являются масштабные международные мероприятия. Ни для кого не секрет, что столь популярный в советские годы внутренний туризм в XXI веке переживает не лучшие времена. Несмотря на то, что комфортабельные гостиницы, отвечающие мировым стандартам, существуют во всех крупных городах России, проблема роста внутреннего туристического потока всё еще не решена. Однако на примере 2012 года отчетливо видно повышение спроса на 5–7%. В первую очередь это можно объяснить ростом числа новых отелей, принадлежащих международным сетям.

Рост инвестиционной активности особенно заметен в регионах страны. Ограничное предложение качественных услуг, низкая конкуренция и растущий интерес к России со стороны иностранного туриста за несколько последних лет смогли значительно повысить степень инвестиционной привлекательности не только столичного региона. Интенсивность реализации инвестиций напрямую связана с крупными международными событиями, проводимыми на территории России: саммитом АТЭС во Владивостоке, Универсиадой-2013 в Казани, Олимпиадой в Сочи в 2014 году, чемпионатом мира по футболу, который примут сразу несколько городов России в 2018 году. Некая нервозная обстановка уже окружает гостиничный рынок страны — отечественные отельеры переживают, что явная «передозировка» рынка приведет к падению спроса и, как следствие, снижению загрузки отелей.

Российский гостиничный бизнес находится в стадии становления, требующей новых подходов, государственной поддержки и регулирования рынка услуг этого сектора. Уже некоторое время ведется обсуждение законодательной поддержки отельеров, но проблема до сегодняшнего дня не решена.

Я убежден, что пик развития российского гостиничного рынка еще впереди, и тот огромный потенциал, которым обладает наша страна, еще проявит себя.



Алексей Мусакин,
генеральный директор
УК Cronwell Management

Некая нервозная обстановка уже окружает гостиничный рынок страны — отечественные отельеры переживают, что явная «передозировка» рынка приведет к падению спроса и, как следствие, снижению загрузки отелей.

Российский гостиничный бизнес находится в стадии становления, требующей новых подходов, государственной поддержки и регулирования рынка услуг этого сектора.

**«АСТРУС»
ПОЛУЧИЛ АТТЕСТАТ
«БИЗНЕС-ОТЕЛЬ»**

Отель «Аструс – Центральный дом туриста» подтвердил свое соответствие требованиям деловых путешественников, получив аттестат АБТ «Бизнес-отель». Расположенный в 15 минутах езды от аэропорта Внуково, отель предлагает 495 номеров категорий стандарт, комфорт, студия и делюкс, оснащенных по европейским стандартам. К услугам гостей телефонная связь, рум-сервис и беспроводной высокоскоростной Интернет. Четыре оборудованных конференц-зала готовы к проведению деловой встречи любого формата, а отметить важное событие можно в банкетных залах и ресторанах отеля.

«Нас привлекла новизна и практичность программы «Аттестация Бизнес- и Конференц-отелей», – говорит коммерческий директор отеля Андрей Михайлец. – Наличие аттестата АБТ – хороший способ выделяться на динамично растущем рынке. Я уверен, что его правильное использование поможет нашему позиционированию среди деловых туристов – наиболее доходной, прогнозируемой и лояльной аудитории клиентов».



Starwood для деловых туристов

С 2013 года компания гостиничная группа Starwood Hotels & Resorts стала стратегическим партнером Ассоциации Бизнес Туризма. О требованиях деловых туристов и о том, что могут предложить им бренды, входящие в группу Starwood, рассказывает директор отдела глобальных продаж компании Анна Колебаева.



— Какие из девяти отельных брендов, входящих в Starwood, наиболее популярны у деловых туристов и больше всего отвечают их требованиям?

— Все бренды, входящие в состав Starwood Hotels & Resorts, имеют свои особенности, поэтому каждый бизнес-путешественник может найти тот, который подходит именно ему. Например, отели бренда W® имеют полностью автоматизированное управление в номере, что сокращает время на звонки в службы отелей для заказа той или иной услуги. В лобби отелей Sheraton® есть мини-бизнес-центр Link@Sheraton®, оборудованный компьютерами, принтерами, где в любое время можно бесплатно подключиться к Интернету, оперативно отправить письмо или проверить котировки на биржах.

— Отличаются ли деловые туристы специфическими запросами?

— Это очень требовательные клиенты, со своими конкретными предпочтениями при выборе отелей. В первую очередь, это расположение и близость инфраструктуры. Бизнесмены выбирают отели, расположенные недалеко от офиса и имеющие доступ к районам деловой активности города. Удобство транспортного сообщения также играет важную роль. Именно поэтому в последнее время растет спрос на отели, расположенные близ аэропортовой зоны.

Наличие высокоскоростного Интернета – обязательная услуга любого бизнес-отеля. Причем желательно, чтобы это был бесплатный Wi-Fi, работающий в любой точке гостиницы.

Наличие достаточного количества розеток и их удобное расположение в номере, переходники, канцелярские принадлежности позволяют чувствовать себя комфортно и ни в чем не нуждаться. Ведь отель во время поездки заменяет офис. Эпоха высоких технологий диктует свои правила: растет спрос на наличие IP-телефонии, возможность организации видеоконференций.

— Какие специальные услуги вы можете предложить бизнес-туристам?

— Как я уже говорила, в отелях цепочки Sheraton® клиенты могут всегда оставаться на связи благодаря услуге Link@Sheraton®. Бизнес-туристы всегда физически активны, поэтому наличие фитнес-центра в отеле играет немаловажную роль. Наша компания совместно с ведущими мировыми тренерами по фитнесу разработала специальную программу упражнений – Sheraton Fitness Programmed by Core® Performance. В какой бы стране мира вы ни находились, в каждом отеле Sheraton® вы сможете заниматься по этой программе. А в отелях St. Regis® путешественники смогут по достоинству оценить безупречный сервис благодаря уникальной службе дворецких.

— Проводите ли вы специальные акции, рассчитанные на привлечение бизнес-туристов?

— Как показывает практика, программы лояльности являются одним из самых эффективных инструментов привлечения туристов, в том числе и деловых. В отелях Starwood Hotels & Resorts действует программа Starwood Preferred Guest®, позволяющая накапливать баллы за проживание, а потом обменивать их на бесплатные ночи и поощрительные полеты без закрытых дат. А скоро в рамках SPG® для держателей карт SPG начнет действовать новая программа скидок, достигающих 30% более чем в 870 ресторанах и барах всей глобальной сети. Предложение будет доступно более чем в 400 отелях Starwood по всему миру.

— Как вы оцениваете потенциал аудитории бизнес-туристов?

— По прогнозам экспертов, в 2013 году количество деловых поездок будет расти. Это неизбежно приведет к увеличению числа деловых путешественников среди постояльцев отелей, особенно в крупных городах. Сегмент бизнес-трэвел – очень перспективный.

Первый клуб профессионалов гостеприимства приглашает

Этими словами обычно на нашем сайте <http://5stars-mag.ru> начинается анонс очередной встречи хаускиперов. В 2013 году мы продолжаем рассказывать о деятельности Первого клуба и вместе с его президентом приглашаем читателей журнала к участию в жизни этого некоммерческого объединения.

Cпециалисты и руководители постоянных партнеров клуба — компаний Clean Master, DAKO Professional Team, Diversey, F5 Service, Kimberly-Clark Professional, Koblenz & Partner, Vileda Professional — поздравили хаускиперов с наступающим Новым годом, поделились поздравлениями и рассказали о своих новинках.

Большинство выступающих в той или иной степени затронули тему сохранения природных ресурсов и окружающей среды. Разговор был предметным, обсуждались вопросы, непосредственно связанные с профессиональной деятельностью собравшихся. Забота об экологической обстановке не только повышает имидж гостиницы, часто она помогает экономить на текущих хозяйственных расходах. Небольшая экономия на кажущихся мелочах может вылиться в существенные цифры.

Компания Vileda Professional поставляет инвентарь и расходные материалы для профессиональной уборки. Она успешно работает в Северо-Западном регионе России, а недавно вышла на московский рынок. **Алексей Вашкевич**, менеджер по работе с ключевыми клиентами, поделился цифрами трехлетних наблюдений компании в отелях Санкт-Петербурга: при использовании более экономичных материалов и техники для гостиницы среднего размера (до 150 номеров) количество вредных сливов сокращается в 10 раз, расходы уменьшаются на 35 000 — 70 000 руб.

Выступление **Артема Евдокимова**, менеджера по работе с национальными ключевыми клиентами по Восточной Европе компании Kimberly-Clark Professional (KCP), продолжило тему решения экологических проблем под девизом «Сократи расходы, сохрани природу».

Основу подхода компании к вопросам экологии составляет понимание того, что сегодняшние способы использования ресурсов отражаются на будущем планеты. На каждом из этапов жизненного цикла продукции — от разработки до утилизации — компания стремится сократить потребление природных запасов и минимизировать влияние

на окружающую среду. Несколько лет назад Лесной попечительский совет (FSC, международная неправительственная организация, занимающаяся продвижением ответственного отношения к мировым лесам и экологической обстановке) признал старания компании эффективными. Соответствующий значок на продукции Kimberly-Clark Professional гарантирует, что используемое сырье получено из возобновляемых источников или является переработанным. В программе KCP предусмотрена компактная упаковка продукции, сокращающая объемы перевозки (а следовательно, и количество вредных выбросов в атмосферу), а также продвижение на рынке диспенсерных устройств, которые способствуют уменьшению объемов отходов. Как всегда на встречах Первого клуба профессионалов гостеприимства, выступление его президента **Татьяны Кибирёвой**, по основной своей должности возглавляющей службу гостиничных услуг московского отеля «Марриотт Гранд», было конкретным и эмоциональным. Помимо отчета о проделанной работе, прозвучали пожелания на будущее — как организации в целом, так и отдельным членам объединения.

Клуб теперь работает не только в Москве, но и в Санкт-Петербурге, и в Поволжье. Татьяна Васильевна выразила на дежуре, что в 2013 году региональная география будет и дальше расширяться. В планы клуба вновь входит проведение конкурса среди горничных и супервайзеров «Комфорт и уют» (в минувшем году он проходил в московской гостинице «Аквамарин»).

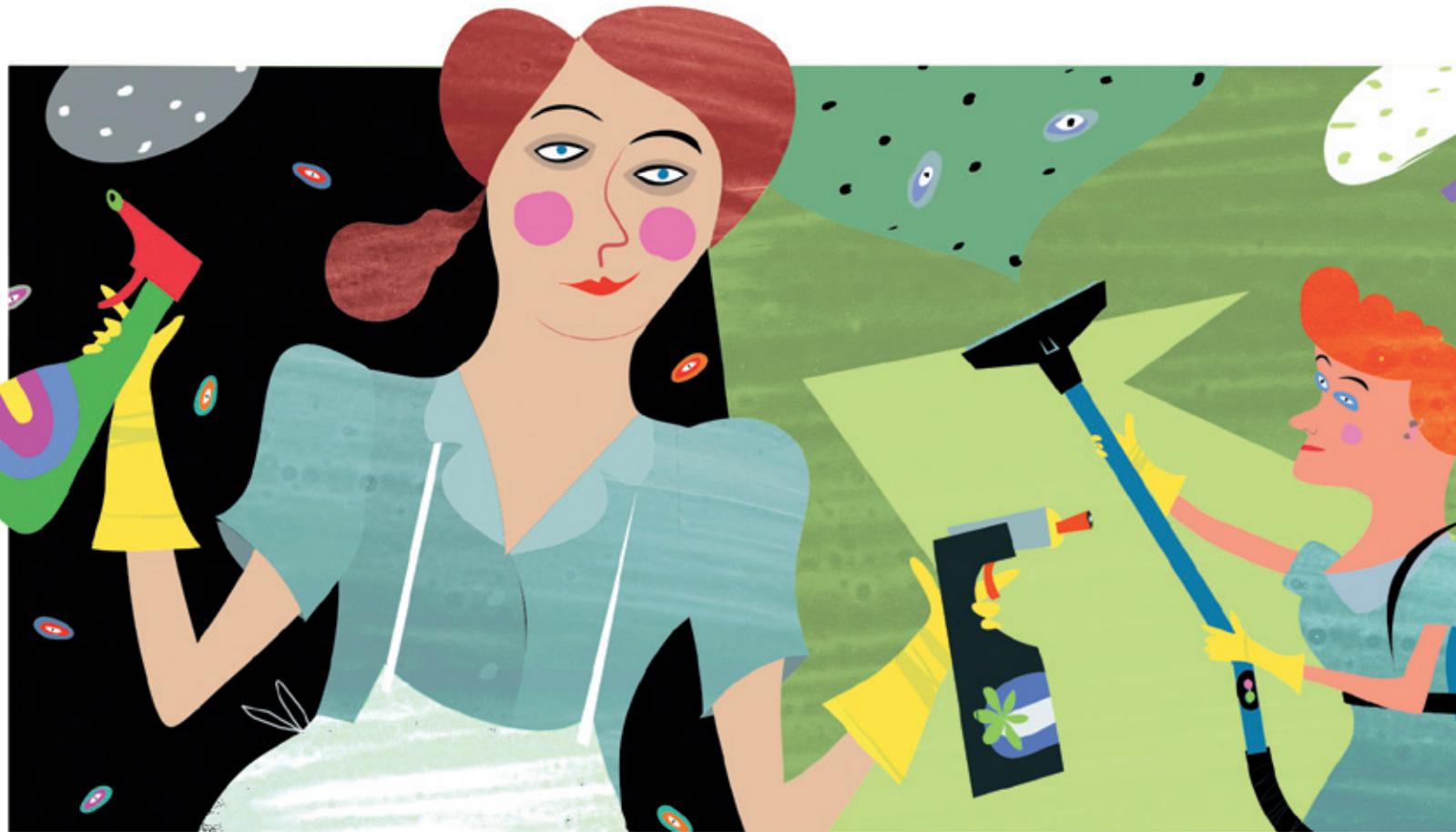
Особая тема — благотворительность. Первый клуб профессионалов гостеприимства помогает фонду «Весна в сердце», а раз в год приглашает всех желающих вместе с членами клуба посетить спектакль «Театра Простодушных», некоммерческого театра, в котором играют особые артисты — люди с синдромом Дауна.

На сайте www.comfortprofi.ru размещается информация о работе клуба и планируемых мероприятиях.



Татьяна Кибирёва,
президент Первого
клуба профессионалов
гостеприимства

Лариса Мартынова



Химия и жизнь

Проблемы экологии в России с каждым годом ощущаются всё острее. И, наверное, неслучайно 2013-й объявлен у нас Годом окружающей среды. Если мы сегодня не начнем относиться к ней бережнее, то завтра может и не наступить.

Надо отдать должное западному гостиничному сообществу — последнее десятилетие вопросам экологии оно уделяет очень большое внимание по всем направлениям: экономия электроэнергии и воды, вторичное использование материалов, отказ от полимерных упаковок и, конечно же, сокращение количества вредных химикатов, применяемых при уборке. «Сегодня уже есть технология, превращающая обычную воду в дезинфекат, — Hypoclean. С помощью этого средства за считанные минуты на 100% уничтожаются такие известные бактерии, как кишечная палочка, золотистый стафилококк, синег-

нойная палочка и многие другие. В местах общественного пользования — ресторанах, бассейнах, оздоровительных центрах — применение этого средства будет являться гарантией безопасности здоровья гостей», — рассказывает Александр Зеляев, руководитель департамента экотехнологий ЗАО ГК «Транслайн».

В Европе, США и Японии всё большую популярность завоевывают чистящие средства на растительной основе или пробиотиках.

Еще один щадящий способ уборки — с помощью высококачественного пароочистителя. Им можно легко очистить твердые напольные покрытия, сантехническую арма-



туру, кафель, окна и т.д. Принцип прост — вырабатываемый агрегатом пар высокой температуры проникает даже в мельчайшие зазоры, отделяет от поверхности самые стойкие загрязнения и нейтрализует бактерии и другие микроорганизмы. Обработка паром — очень экологичный способ чистки, не требующий применения химикатов, но достаточно трудоемкий и медленный, а для горничных в отелях время — очень важный показатель. Поэтому в местах общественного пользования хаускиперы работают по старым технологиям, но почти повсеместно используют профессиональную химию, утверждая, что только в этом случае можно добитьсяся 100-процентной гарантии качества.

Чтобы понять, как сегодня в столичных гостиницах заботятся об экологии, мы обратились за консультацией к ведущим специалистам.

Химия должна быть профессиональной

«Большинство московских хаускиперов работают на профессиональной химии известных марок, — рассказывает Татьяна Киби-

рёва, президент Первого клуба профессионалов гостеприимства. — Содержащиеся в ней поверхностно-активные вещества (ПАВ) полностью биологически разлагаются в соответствии с требованиями директив ЕС. Она безопасна и сертифицирована на Западе и в России. Работать с ней удобно — под одним брендом представлены средства для разных зон — для ванных комнат и туалета, для полов, зеркал, окон и т.д. Учитывая веяния времени, производители профессиональной химии постоянно совершенствуют составы средств, стремясь снизить их вредное воздействие. Они давно отказались от хлора, агрессивных кислот. Очень облегчает работу специальная дозирующая станция. Благодаря ей сильно-действующие средства используются только в той минимальной концентрации, которая не наносит вреда ни объектам уборки, ни людям, ее производящим. Горничная не сможет перепутать средства, например, взять для протирки зеркал то, которое предназначено для сантехники, — промаркированная определенным цветом бутылочка просто не встанет в заправку. Эта система значительно экономит расход препараторов и исключает возможность воровства. Затраты также существенно уменьшаются, если покупать моющие средства оптом у компании-дилера или непосредственного производителя».

Схожее мнение и у Марины Хлюстовой, руководителя службы хозяйственного обеспечения и гостиничного обслуживания отеля «Националь»: «Применяемая в отелях химия должна быть профессиональной, широкого спектра действия, с учетом частоты смены постояльцев, приезжающих из разных стран. Большинство московских отелей работают с продукцией компаний «Эколаб» и «Дайверси». Она соответствует требованиям и санитарным нормам, принятым на территории РФ».

Наталья Асеева, руководитель хозяйственной службы отеля «Холидей Инн Москва Сущевский», также отмечает преимущества работы с профессиональной химией: «Крупные производители обеспечивают комплексный подход к уборке — они не только поставляют моющие средства и дозаторы, но и обучают персонал. А это очень важно. Именно от профессионализма сотрудников зависит объем потребления химикатов. Правильное использование химии для поддержания чистоты удлиняет срок службы сантехники, мебели и тем самым сокращает затраты компании на переоснащение гостиницы в целом. Все используемые средства имеют российские

Инновационные технологии компании Tennant: ES — это технология рециркуляции воды, позволяющая использовать воду для уборки многократно. FaST — это технология уборки пеной, при которой одной столовой ложки воды достаточно для уборки одного квадратного метра пола. Одного картриджа FaSTPak TM хватает для уборки 100 тыс. кв. м, что позволяет значительно сократить затраты на химические средства. EC-H2O — это технология уборки водопроводной водой без использования каких-либо средств. ReadySpace — это быстросохнущая технология уборки ковров, позволяющая работать в любое время, так как уже через 30 минут по окончании обработки ковровые покрытия высыхают.



*Забота об окружающей среде: ECOLABEL (Директива ЕС №1980/2000).
ECOLABEL – экологический знак качества химии в Европе.
Безфосфатная, экологическая химия*



*Безопасность: сертификация UL (сопротивление скольжению).
Компания Underwriter Laboratories Inc (UL) подтверждает, что продукция по уходу за полами не делает их скользкими*

и международные сертификаты, подтверждающие их экологическую безопасность. Очень важна правильная дозировка».

Безусловно, использование профессиональной химии, содержащей ПАВ, способные к биологическому (под действием микроорганизмов), а не к биохимическому разложению, наиболее эффективно и безопасно и не наносит вреда окружающей среде и потребителям.

Самое грязное

На вопрос «Какие зоны в отеле наиболее подвержены загрязнениям?» хаускиперы обычно отвечают: «Входная группа и гостевые туалеты». Безусловно, это так, и для этих мест давно уже разработаны специальные меры защиты. Но, как оказалось, больше всего микробов было обнаружено на таких безобидных предметах, как телевизионный пульт, кнопки лифтов, дверные ручки, детские стулья в ресторане. Результаты исследования, проведенного по заказу Университета Аризоны в 2010 г., показали, что на поверхностях кнопок лифта примерно в 40 раз больше болезнетворных бактерий, чем на стульчаках общественных уборных. Причина — десятки людей прикасаются к кнопкам немытыми руками, а средства, которыми протирают кабины лифтов, менее бактерицидные, чем

используемые для чистки туалетов. «Не все эти зоны и предметы можно подвергать частой влажной уборке, — отмечает Татьяна Кибирёва. — Лучший способ защиты — применение специальных средств, создающих особую бактерицидную пленку, которая не позволяет микробам размножаться. Сегодня на российском рынке присутствуют подобные средства, изготовленные с использованием нанотехнологий. Эти препараты оптимально применять в душевых кабинах и ванных комнатах — они не позволяют грязи задерживаться на поверхности, а просто скатываются с нее. Их нанесение значительно сокращает время уборки и облегчает труд горничной. Также защитные средства, например, на основе натурального или синтетического воска, используются во входной зоне для обработки гранитных и мраморных полов. Принцип действия прост. Защитное покрытие заполняет поры поверхности и не дает загрязнениям попасть вглубь материала. Все частицы остаются сверху и впоследствии легко и быстро удаляются. Средство также препятствует дальнейшему загрязнению и повреждениям. Поэтому полы не впитывают влагу и не истираются абразивами, занесенными на подошвах обуви, они дольше сохраняют привлекательный внешний вид и эксплуатируются».

СОВЕТЫ «ЭКОНОМНЫМ»

К сожалению, есть еще гостиницы, где руководство в целях экономии средств или по незнанию закупает бытовую химию для уборки, не задумываясь о том, какой вред она наносит горничным, да и тем поверхностям, которые они убирают. Если вы еще пользуетесь такими средствами, то хотя бы соблюдайте следующие правила.

- Внимательно читайте этикетку — на заводском препарате обязательно должна быть указана торговая марка, адрес, номера телефонов изготовителя, состав.
- В составе не должно быть хлора, фосфатов, диоксида серы, фенола, формальдегида.
- Обращайте внимание на запах — он не должен быть резким.
- Никогда не смешивайте химические средства — реакция может быть непредсказуемой.
- Влажную уборку проводите в резиновых перчатках.
- Тщательно смывайте средство с обрабатываемой поверхности.
- Правильно храните все химические препараты.
- При попадании профессиональных моющих или дезсредств на кожные покровы необходимо смыть их проточной водой как можно быстрее, нельзя ждать дольше 15 минут.

И вновь о безопасности

Хаускиперы в один голос утверждают, что профессиональная химия безопасна: она не содержит вредных веществ, имеет нейтральный запах. Продуманные технологии — дозирующие станции, цветовая маркировка — предотвращают неправильное использование, облегчают горничным работу.

В зависимости от предназначения профессиональная химия подразделяется на средства моющие, чистящие, для дезинфекции, для ухода за мебелью, коврами, стеклянными поверхностями и др. А по химическому составу — на щелочные, кислотно-щелочные и нейтральные.

«Для ежедневной уборки номеров мы используем нейтральные моющие средства, — рассказывает Светлана Мамченкова, руководитель службы номерного фонда отеля «Марко Поло Пресня». — Они безопасны для кожи и предназначены для очистки слабо загрязненных поверхностей. Санузлы убираем препаратом на основе лимонной кислоты, который не только эффективно удаляет солевые отложения, мыльный и водный камень, но и при регулярном использовании предотвращает образование налета и других известковых отложений. Есть специальное средство на спиртовой основе для мытья стекол, зеркальных поверхностей, кафельной плитки. Оно быстро удаляет грязь, отпечатки пальцев, не оставляет разводов и подходит для всех видов твердых водостойких поверхностей. Большинство этих средств имеет приятный запах свежести». «Мы не работаем с агрессивными химическими препаратами, — говорит Наталья Асеева. — Для качественной уборки важно, чтобы персонал был обучен правильно использовать моющие средства для конкретного вида загрязнения».

Неужели отельеры совсем отказались от вредных химикатов и теперь им не страшны профессиональные недуги в виде аллергии? «Агрессивные средства применяются только при генеральной уборке, которая проводится один-два раза в год. При этом после их использования поверхности обязательно промываются чистой водой, — поясняет Татьяна Кибирёва. — Конечно, всех волнует вопрос — может ли профессиональная химия вызывать аллергию? Ответ прост — соблюдайте технологию уборки, и у вас не будет проблем. Например, если распылять чистящее средство правильно — на салфетку, а не на зеркало, когда капли разлетаются вокруг на 30–40 сантиметров, то вы не будете вдыхать никаких паров. Поэтому очень важно регулярно проводить тренинги персонала».

Никуда без химии

Можно ли сегодня вообще обойтись без химических моющих и чистящих средств в отеле? «К нам приезжают гости из разных стран, периодически по всему миру происходят вспышки инфекционных заболеваний, мы должны обеспечить дезинфекцию номеров и общественных зон — это забота о безопасности клиентов — и пока не готовы отказаться от химии», — говорит Марина Хлюстова. По мнению Натальи Агеевой: «Совершенно невозможно представить современную жизнь без применения химии. Достижение качественных результатов в профессиональной уборке невозможно без применения высококачественного и современного оборудования, инвентаря и химических средств. Но одна из ключевых задач — это минимизация затрат и оптимизация производственного процесса. Конечно, это не означает, что мы просто сокращаем количество химических средств, это означает их рациональное использование».

А еще важно помнить, что даже профессиональные химические препараты будут полностью безопасными только при соблюдении всех правил их использования.

Ксения Галина

90% пыли в помещении составляют органические остатки жизнедеятельности человека, в том числе омертвевшие частички кожи и волос. Удаление пыли с помощью влажной уборки и пылесоса не дает 100-процентных результатов. Поры поверхностей остаются заполненными органическими отходами и являются «кормовой базой» для патогенных бактерий и пылевых клещей. Пробиотические бактерии заселяют поры, полностью съедая органические остатки в них, что позволяет значительно снизить патогенный фон.





Кулинарной столицей мира остается Токио

Такую высокую оценку японской столице дали составители мишленовского рейтинга. Уже шестой год Токио удостаивается подобных похвал от «Красного гида» Мишлен.

В ресторанном гиде 2013 года Токио также был отмечен наградой за наибольшее количество

заведений общественного питания с тремя мишленовскими звездами. Впрочем, число ресторанов с высшей наградой Мишлен снизилось с 16 в прошлом году до 14 — в этом.

«Японская кухня стала еще более креативной, вдохновляющей и изобретательной, чем в прошлом», — заявил Мишлен Эллис, международный директор по мишленовским путеводителям.

Практически все рестораны, удостоенные в новой вер-

сии «Красного гида» трех звезд, подают японскую кухню. В этот список входит даже заведение, где подают знаменитую рыбью фугу — смертельно опасный деликатес.

В новую версию путеводителя было включено 242 ресторана в Токио — от элитных заведений с европейской и японской кухней до более скромных закусочных, подающих жареного угря, гречневую лапшу собу и другие простые блюда.

Настал черед забытых вин

Всё больше французских виноделов пытаются возобновить производство некогда забытых сортов винограда, таких как Дус Нуар (Douce Noire), Роморантэн (Romorantin), Прюнеляр (Prunelart) и Шушилон (Chouchillon).

До сих пор этим сортам грозило полное исчезновение из-за распространения популярных международных сортов, таких как Шардоне и Мерло.

В мире насчитывается от 6 до 7 тыс. сортов винограда. По словам специалиста по ампелографии Жан-Мишеля Бурсико, 2600 из них хранятся и выра-

щиваются в музее-заповеднике Французского института сельскохозяйственных исследований близ Монпелье.

Междутем объем производства французских вин падает. Согласно докладу, опубликованному в ноябре Департаментом статистики и прогнозов Франции, производство вин в 2012 году достигнет

40,7 млн гл., что на 20% меньше, чем в 2011 году, и на 12% ниже среднего значения за последние пять лет. Не исключено, что этот показатель будет самым низким за последние 40 лет. В числе причин, повлиявших на снижение производства, в докладе указывают сокращение площадей виноградников в стране.

Роскомнадзор возьмет рестораны под контроль

Чиновники определили, как владельцы заведений общественного питания должны защищать детей от вредной информации.

Минкомсвязь опубликовало на своем сайте проект приказа, содержащего требования к административным

мерам и техническим средствам защиты детей от противоправной информации. Как сообщают «Ведомости», приказ коснется владельцев ресторанов и кафе, гостиниц, торговых центров и других учреждений, в которых действует Wi-Fi. Предприятия, предоставляющие доступ к Интернету, обязаны применять программно-аппаратные средства защиты детей от вредной информации, а в случае отсут-

ствия технических возможностей — приобретать подобные услуги у третьих лиц.

Как пояснил агентству «Интерфакс» представитель Роскомнадзора Владимир Пиков, ограничение доступа детей к Интернету может быть реализовано путем формирования «белого списка» сайтов (доступ на сайты «18+» в конкретном заведении будет закрыт) или выдачи пароля для подключения к Wi-Fi только

совершеннолетним при предъявлении паспорта. Контроль за выполнением требований будет возложен на Роскомнадзор.

Закон о защите детей от противоправной информации вступил в силу 1 сентября 2012 года. Он направлен на ограничение информационного воздействия, побуждающего детей к совершению опасных для их жизни или здоровья действий, формирующего искаженную картину мира.

Экономить и предлагать здоровую еду

В Лионе прошел Международный саммит по гастрономии (World Cuisine Summit). Помимо мастер-классов, конкурсов, бесед в кулуарах первых звезд мирового гастрономического искусства, на саммите погово-

рили о важнейших ресторанных трендах.

Главными из них были названы экологичность и экономичность, пишет «Огонек». Было даже создано специальное жюри, которое оценивало творения конкурсантов не с точки зрения вкуса, а исключительно за экономность и «здоровые» ингредиенты. Писатель Тристрам Стоарт, владелец отеля, между прочим, пришел на

саммит с ящиком салата, который подобрал в отходах собственного отеля за один день. Шефы, приехавшие на форум, согласились, что без сокращения отходов теперь никуда.

Трудно представить достойный ресторан и без предложения «здорового» меню — этого требует и сам клиент. Хотя что такое «здоровая еда», все понимают по-разному. В Латинской

Америке — это легкие, некалорийные блюда. В Азии под «здоровой» едой подразумевают «чистое» питание (после случаев попадания ядовитых элементов в пищу). Хозяин одной из ресторанных сетей рассказал, что посетители всё чаще требуют сообщить им происхождение мяса и предпочитают блюда из животных, выросших на естественных кормах.

Нико Вивье был назначен на должность директора службы питания отеля Hyatt Regency Ekaterinburg.

Он приступил к новым обязанностям в начале 2013 года.

Теперь Нико Вивье отвечает за высочайший уровень сервиса всех заведений пятизвездного отеля Hyatt — ресторана средиземноморской и русской кухни Cucina, ресторана кухни Юго-Восточной Азии Noble House, лобби-бара T Lounge и бара Fireside. Помимо

качества подготовки персонала он гарантирует следование стандартам питания и обслуживания гостей сети Hyatt, отвечает за качество кейтеринга во время проведения мероприятий в отеле и даже определяет ассортимент винной карты.

Нико получил образование в University of Johannesburg — School of Tourism and Hospitality. В течение последних двух лет был директором службы питания в «Kempinski» Гранд Отель

Геленджик». Ранее два года он руководил службой питания в отеле Bilila Lodge Kempinski в Танзании и два года — службой питания на острове North Island с 11 вилами компании Wilderness Safaris, занимающейся люксовым экологическим туризмом на Сейшелях. Во время работы Нико отель получил несколько престижных наград и признание, в том числе попал в Gold List Conde Nast Traveller в качестве Best for Food в 2009 году.



Даниэль Маер стал шеф-поваром отеля «Radisson Hotel Роза Хутор».

Даниэль Маер имеет по-настоящему огромный опыт работы: в его копилке служба в 4- и 5-звездных отелях в Швейцарии, Великобритании, Польше, Саудовской Аравии, Катаре, Дубае, Омане, Кувейте. При этом Даниэль является экспертом по открытию новых гостиниц: «Radisson Роза Хутор» — это

пятый отель, в открытии которого он участвует. Г-н Маер имеет богатый опыт работы с VIP-гостями: Даниэль и его команда готовили более чем для 40 президентов различных стран мира, премьер-министров, для принца Англии Эдварда, принцессы Люксембурга, короля Бельгии, королевы Голландии, принцессы Швеции Виктории, принца Дании.

В отеле «Radisson Роза Хутор» Даниэль возглавит рестораны

Seasons и Black Bar & Grill. В Seasons шеф-повар предложит гостям широкий выбор блюд в лучших традициях русской и международной кухни. А в меню ресторана Black Bar & Grill главный акцент — классические стейки и блюда, приготовленные на гриле, в сочетании с превосходной коллекцией вин.

Даниэль — очень творческий человек, его хобби — резьба по льду и дереву.

Команду итальянского ресторана «Борсалино» в гостинице «Англетеर» в Санкт-Петербурге возглавил Тонио Греко.

Тонио Греко, родившийся и выросший на Сицилии, шаг за шагом дополняет меню «Борсалино» традиционными итальянскими блюдами, в числе которых паста, пицца и десерты. Основываясь на двух основных

принципах — использовании местных продуктов и легкости композиции, Тонио Греко закупает для ресторана не только итальянские, но и свежайшие местные продукты и никогда не комбинирует в одном блюде более семи ингредиентов.

В ближайшее время в меню «Борсалино» будут добавлены новые десерты без сахара,

блюда без глютена и морепродукты на гриле. Каждые две недели гости ресторана будут получать новое сезонное меню с рекомендациями шефа. В планах «Борсалино» — организация мастер-классов для детей по приготовлению итальянской пиццы.



За ресторанную службу сети отелей Azimut отвечает Харальд Шёстрём.

Харальд Шёстрём займется разработкой нового меню для ресторанов сети, программ продвижения, обучением сотрудников и контролем качества блюд. Все блюда обновленного меню будут готовиться только по оригинальным рецептам.

Харальд Шёстрём 14 лет работает в ресторанном бизнесе, восемь из которых провел в России. Начал свою карьеру в Швеции после окончания кулинарной школы в Стокгольме. В 2001 году он уехал в США, где работал в шведском ресторане. В 2004 году Харальд продолжил свою карьеру шеф-повара в Москве в попу-

лярном ресторане «Скандинавия», работал в развлекательном комплексе «Шангри Ла» в Санкт-Петербурге, гостинице Holiday Inn в Самаре, шеф-поваром в гостиницах «Holiday Inn Сущевский» и «Holiday Inn Лесная» в Москве. Знает кухни различных стран мира и имеет опыт работы в сфере питания для авиалиний.



Всякому празднику — свой бранч

Весной всегда хочется чего-то нового, легкого и необычного. Это касается в том числе и еды. Московские отели подготовили к весеннему сезону новые меню для бранчей, весенних и праздничных, сделав их именно такими — легкими и необычными, яркими и веселыми. Причем к каждому весеннему и предвесеннему празднику — свой.

Весна идет, весне дорогу!

Список блюд для бранча в отеле «Hilton Москва Ленинградская» самый разнообразный, и каждую неделю к традиционному меню добавляются тематические блюда — итальянские, испанские, русские.

Среди закусок — салат с копченой уткой и зеленой фасолью; острый тайский салат с креветками и кальмарами; ассорти морепродуктов на льду: устрицы, раки, креветки и мидии. На горячее шеф-повар предлагает попробовать филе дорады с кус-кусом и соусом из красного вина с моллюсками; стейк «Рибай» с пюре из сельдерея, карамелизованными томатами и различными соусами; оладьи с красной икрой и сметаной. Десертное меню включает сырное ассорти, фрукты, мороженое, вафли и разнообразные сладкие угождения, и это только несколько цитат из меню. Во время бранча в ресторане звучит живая музыка. В стои-

мость также включены различные напитки: соки, минеральная вода, пиво, водка, красное, белое, игристое вино.

Во время проведения бранча аниматор развлекает детей в специальной игровой комнате, поэтому у родителей есть прекрасная возможность насладиться обедом и сходить на историческую экскурсию по отелю.

Бранчи проходят каждое воскресенье с 13:00 до 17:00.

Стоимость — 3400 руб. на персону, включая 18% НДС. Дети до 6 лет — бесплатно, до 12 лет — со скидкой 50%.

Отель «Марриотт Роял Аврора» начинает новый сезон бранчей 3 февраля. Классический бранч накрывается в ресторане «Аврора»: роскошный шведский стол, карвинг и суши-станция, шоколадные фонтаны и огромный выбор десертов. К традиционным бранчам в новом сезоне добавились и тематические. 24 февраля пройдет бранч «Рейнский карнавал» с домашней немецкой кухней, а 24 марта — «Большой бранч», посвященный дню рождения Большого театра. 31 марта на бранче в честь католической Пасхи будут традиционные пасхальные блюда, а 7 апреля ценители индийской кухни насладятся «Рамаяна-бранчом».

Стоимость бранча зависит от выбора

напитков. Бранч без алкоголя — 3150 руб. на человека, «Королевский бранч» с пивом, игристым красным и белым вином, водкой и безалкогольными напитками — 3950 руб. на человека.

Для детей существует гибкая система скидок: до 16 лет — 2000 руб., до 12 лет — 1100 руб., а для самых маленьких (до 6 лет) — бесплатно.

В отеле «Марриотт Грандъ» сезон бранчей продолжается круглый год. Помимо традиционных воскресных бранчей проводятся и тематические. 10 февраля в меню блюда кавказской кухни, 24 февраля гостей приглашают отпраздновать День защитника Отечества, а 8 марта — Международный женский день, 31 марта гостей ждет бранч «Католическая Пасха». Воскресные обеды проходят в двух ресторанах отеля: в шумном зале «Самобранки» и тихом и уютном зале ресторана «Грандъ Александр». Помимо богатого выбора закусок на шведском столе, повара готовят некоторые горячие блюда на заказ в присутствии гостя. Никого не оставят равнодушным всевозможные десерты. Небольшой шоколадный

фонтан — сладкое лакомство, приводящее в восторг не только детей, но и взрослых.

Стоимость бранчей — 3800 руб. на человека в ресторане «Самобранка» (здесь подаются аргентинские вина). В ресторане «Грандъ Александр» предлагаются французские вина, а стоимость составляет 4200 руб. на человека. Скидки для детей: до 5 лет — бесплатно, от 5 до 12 лет — 1200 руб.

Отель «Марриотт Тверская» накрывает бранчи в ресторане «Граци». Гостей ждет богатый выбор холодных и горячих блюд на шведском столе и разнообразные десерты. Меню бранчей меняется в зависимости от тематики, например, 7 апреля — Всемирный день здоровья, и отель предложит «здоровое меню» от шефа, а 21 апреля всех любителей итальянской кухни ждет итальянский бранч.

Стоимость бранчей в «Граци» зависит от выбора напитков. Бранч без алкоголя стоит 2800 руб. на человека, бранч с аргентинским и российским игристым вином — 3500 руб. на человека. Для детей с 6 до 12 лет стоимость бранча составит 1400 руб., дети до 6 лет — бесплатно.

Время проведения бранчей во всех отелях — с 12:30 до 17:00. Везде воскресные обеды сопровождает живая музыка. А для маленьких гостей есть специальная развлекательная программа и детское меню. Клоуны и аниматоры превратят время, проведенное в отеле, в волшебный праздник.

В отеле «Холидей Инн Москва Лесная» каждый бранч — тематический. 10 февраля здесь прошел сырный бранч, в меню которого был жареный сыр сулугуни; овощи на гриле, запеченные с пармезаном; говядина на гриле, фаршированная сыром «Фета»; клубника с сыром «Москарпоне» и ликером «Бэйлис»; разнообразные чизкейки.

24 февраля — бранч «Бразильский карнавал». Гостям предложат бразильскую фейжоада (традиционное блюдо из фасоли, различных видов мяса, специй, подается с апельсинами, соусом из перца и рисом); суп мокуэко (бульон из моллюсков с кокосовым молоком); шураско с томатным соусом (шашлычки из говядины); запеченного лосося с соусом из лайма, жареные бананы с корицей; мусс из маракуйи; кокос в шоколаде.

10 марта гостей ждет восточная гастрономическая сказка — бранч «1000 и 1 ночь» с салатом из кус-куса, блюдами из баранины, баклажанами, оливками, финиками, сладостями из слоеного теста с медом и орехами, ароматным мятным чаем.

День святого Патрика можно будет отметить специальным бранчем 24 марта. Меню вполне аутентичное — густой ирландский суп из баранины, картофельный пирог «Бокстия», тушеная капуста с беконом, каре ягненка, сладкий содовый хлеб.

Завершается март «завтраком у Тиффани» 31-го числа. Он включает в себя салат из рукколы с тигровыми креветками, яйцо «Бенедикт» на кунжутной булочке, копченого лосося и красную икру, канапе с ростбифом, креветочный коктейль, филе телятины, клубничные тарталетки, ягодный мусс.

Праздник к нам приходит

Календарь конца февраля и начала марта богат на разного рода праздники. Тут и 14 февраля, и День защитника Отечества, и Восьмое марта, и Масленица. К каждому из этих событий в ряде московских отелей подготовились отдельно, создав праздничные тематические бранчи.

Отели «Марриотт Роял Аврора» и «Марриотт Тверская» ждут романтиков на бранч, посвященный Дню всех влюбленных, 17 февраля.

Комплексную программу ко Дню святого Валентина под названием «Влюбленная Москва» подготовил отель «Рэдиссон Роял, Москва». Она включает в себя и специальное размещение с видом на центр города, и прогулку на кораблике, и романтический ужин, и специальную винную карту лобби-бара.

Тогда же, 17 февраля, бранч, посвященный Дню святого Валентина, проходит и в гостинице «Холидей Инн Москва Лесная». Специально для влюбленных — крем-суп из спаржи, карамелизованный лосось с жареными овощами, тигровые креветки на гриле, запеченная баранья нога, фруктовый салат с бефе, тирамису с клубникой и прочие афродизиаки.

Восьмого марта в отеле «Марриотт Роял Аврора» — бранч «Девичник» с клубникой, шоколадом, игристым вином и другими сюрпризами.

Гостиница «Марриотт Тверская» приглашает на праздничный бранч, посвященный Международному женскому дню, 8 марта.

Широко, как и положено, будет праздноваться Масленица. Так, 17 марта в «Холидей Инн Москва Лесная» будет специальный масленичный бранч с оладьями и блинами, приготовленными на глазах гостей. Их можно будет съесть с медом, джемом, шоколадом, сметаной, взбитыми сливками, красной икрой.

Также 17 марта в отелях «Марриотт Грандъ» и «Марриотт Роял Аврора» пройдет бранч «Прощай, зима», приуроченный к празднованию Масленицы.

Александра ЗАГЕР





1

Отдых в стиле Rixos

Всего 12 лет прошло с момента открытия первого отеля Rixos Hotels, но за это время образовалась крупная турецкая гостиничная сеть, которая быстро шагнула в число глобальных. Сейчас под брендом Rixos принимают гостей и строятся 20 отелей в 11 странах.

Классика жанра

В погоне за глобальным присутствием в Rixos не забывают о главном: название бренда стало синонимом отдыха высокого качества и при этом, подтверждают гости, нескучного, полного приятных сюрпризов и развлечений.

Классическим примером курортного отеля в стиле Rixos стал открытый незадолго до нового года «Rixos Шарм-эль-Шейх». Огромная территория (масштабность — исключительная черта пляжных гостиниц бренда) дает гостям возможность «затеряться» в уютных и живописных уголках и, конечно, позволяет много чего разместить. Помимо 695 номеров на территории расположены 10 бассейнов, детский клуб, Rixos Royal Spa, два теннисных корта, другие площадки для популярных спортивных игр, развлекательный центр на 750 человек. Гастрономическое предложение отеля порадует даже искушенных гурманов: здесь десять ресторанов, предлагающих блюда местной, итальянской, японской, китайской, индийской кухни. И самое главное — роскошный песчаный пляж бухты Набк с видом на Акабский залив и остров



Тиран, одно из самых живописных мест побережья Шарма. Собственный коралловый риф — завершающий штрих к портрету этого райского уголка.

Для курортных отелей Rixos всегда выбирают не просто пляжные места, а такие курорты, которые могут предложить занятия и развлечения на любой вкус. В этом смысле Шарм-эль-Шейх — показательный курорт. Многочисленные дискотеки, ночные клубы, аквапарк — гостям есть где развернуться.

Из развлечений другого рода — поездка в национальный заповедник Рас-Мохаммед. Здесь можно увидеть мангровые деревья, понаблюдать за обитателями морского дна во время отливов, искупаться в водах Магического озера, концентрация соли в котором много выше, чем в Красном море, за счет подпитывающих его источников.

Поездки на остров Тиран, гордый силуэт которого так украшает вид на море из отеля Rixos, — удовольствие для дайверов и поклонников снорклинга. Именно эта экскурсия включает посещение четырех коралловых рифов (Джексон, Гордон, Вудхаус и Томас), названных по именам первооткрывателей. Они считаются едва ли не самыми красивыми в северном полушарии.

Фото 1: Вечером отель напоминает декорацию к сказкам Шахерезады

Фото 2: Вид на остров Тиран

Фото 3: Дизайн — еще одна сильная сторона отелей Rixos

Фото 4: Номер Junior Suite

Фото 5: Пляж отеля «Rixos Шарм-эль-Шейх»



Продолжение следует

Сразу за открытием египетского Rixos последовало еще одно — третий отель сети открылся в Казахстане. Rixos Lake Borovoe расположен на берегу озера Шучье, в окружении лесов национального парка, известного своими красотами. 199 номеров от категории deluxe до президентского сьюта, спа- и велнес-центры, казино, детский клуб — словом, еще один отель в роскошном месте и в роскошном стиле.

В этом году ожидается открытие еще двух гостиниц сети: по планам Rixos Hotels, в ноябре примет первых гостей Rixos Bab Al Bahr в Рас-аль-Хайме (ОАЭ), в это же время ожидается открытие Rixos Fluela Davos в швейцарском Давосе.

Совсем скоро сеть Rixos придет и в Россию — в Сочи откроется отель под этим брендом.

Кроме того, реализуются еще два проекта сети. Rixos приходит в Азербайджан — отель компании Rixos Quba откроется в 70 км от Баку, в местечке Губа, известном своими природными красотами, в том числе и знаменитым Афуджинским водопадом. В 2014 году к коллекции Rixos присоединится тбилисский отель.

Элеонора Арефьева



К концу года в Минске откроют порядка десяти гостиниц

К концу этого года в столице Белоруссии сдадут в эксплуатацию порядка десяти гостиниц, сообщает tut.by.

Об этом на пресс-конференции сообщил пред-

седатель Мингорисполкома Николай Ладутько. По его словам, сейчас строят две гостиницы в микрорайоне Лебяжий: одну — российская компания «Внешэкономбанк», вторую — Мингорисполкомом.

В декабре 2013 года открывается гостиница-отель по улице Замковой и гостиничный комплекс рядом с «Чижовка-Ареной». Сама же

«Чижовка-Арена» начнет эксплуатироваться с января следующего года. Ладутько также отметил, что с новыми гостиницами в столице появится около 2,5 тыс. рабочих мест.

«Сейчас по восточноевропейским меркам у нас небольшое количество отелей (на 1 ноября прошлого года — 29 гостиниц. — Tut.by). На протяжении последних трех лет

на новогодние праздники они заполнены. Но через два-три года в столице будет сформирована современная инфраструктура. Появятся отели разного ценового диапазона — от 2 до 5*. Ведь ценовая доступность гостиниц серьезно влияет на количество туристов, которые приезжают в Минск», — подчеркнул председатель Мингорисполкома.

TripAdvisor выбрал лучшие отели Италии в категории «цена — качество»

Пользователи TripAdvisor своими оценками наградили лучшие отели из 650 тыс. зарегистрированных на сайте.

Итальянские Помпеи победили в номинации «Лучшее соотношение цена — качество», пишет euromag.ru. В среднем сутки в отеле в Помпеях стоят 73 евро. Среди итальянских городов самые дешевые гостиницы — в Сан-Джованни-Ротондо (64 евро за ночь), на втором месте — Сассари (69 евро), на третьем — Трапани

(71 евро). Лучшей гостиницей типа B&B была признана тосканская Casa Portagioia, находящаяся в провинции Ареццо. Отель получил 583 высшие оценки из 585 оставленных рецензий. Владельцы Casa Portagioia Тери и Марчелло очень довольны победой: «Мы гордимся премией, полученной нами на десятом году существования, и хотели бы от души поблагодарить всех тех, кто уделил немного времени и написал рецензию на TripAdvisor».

Также из итальянских отелей можно упомянуть отель Hotel La Minerva на Капри, получивший второе место среди европейских отелей



и шестое — среди отелей по всему миру в номинации «Лучший малый отель».

В номинации «Лучший роскошный отель» итальянский отель St. Regis (Флоренция)

занял 12-е место. Лучшим итальянским отелем признан отель Belvedere (Риччоне) (пятый среди лучших 25 европейских отелей и одиннадцатый среди отелей по всему миру).

Прибыль отелей SLH в прошлом году выросла на 9%

2012 год стал рекордным для Small Luxury Hotels of the World (SLH) по целому ряду показателей.

Количество забронированных номеров в отелях, входящих в SLH, по сравнению с 2011 годом увеличилось на 10% и составило 341 тыс., а прибыль от продаж возросла на 9%, достигнув отметки \$119 млн.

Помимо роста популярности отелей SLH увеличилось

и количество постоянных клиентов, зарегистрировавшихся в Клубе SLH, бронирующих отели по клубной системе в 70 странах мира. Клуб SLH — это система бонусов и поощрений для постоянных клиентов за повторные бронирования. В 2012 году в Клуб вступили 56 тыс. новых членов, что на 46% больше по сравнению с 2011-м. Активными пользователями системы бронирования отелей по клубной системе являются 190 тыс. человек, а уровень доходов вырос на 38%. В 2012 году доля бронирований членов Клуба

SLH составила 22% от общего количества бронирований.

Одной из главных бизнес-задач 2013 года является увеличение количества членов Клуба наиболее привилегированных категорий на 50%.

В 2012 году сайт www.slh.com посетили 4 млн человек, это на 19% больше по сравнению с предыдущим годом. Онлайн-бронирование также выросло на 26%. Визиты на сайт через iPad приблизились к отметке 500 тыс. и возросли на 167%. Характерно, что и количество посещений сайта SLH с помощью iPhone увеличилось на 132%.

В 2012 году к ассоциации SLH присоединились 63 отеля: 13 — в Америке, 17 — в Азиатско-Тихоокеанском регионе и Австралии, 33 — в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке. Новые отели, принятые в 2012 году в группу SLH, расположены на Гавайях, в Израиле, на Галапагосских островах, в Японии, Китае и Никарагуа.

В этом году SLH открыла представительство в России. Интересы ассоциации, объединяющей лучшие мини-отели мира, делегированы компании TMI Consultancy в Москве.

Новый этап гостиничного строительства в Израиле

Министерство туризма Израиля продолжает увеличивать количество гостиниц в стране.

Центр содействия инвестициям туристического ведомства одобрил 13 заявок на получение грантов на восстановление и перестройку 13 отелей в Иерусалиме, Ашкелоне, Акко, Хайфе, Нагарии, Кфар Хореше, Тверии и кибуце Эйн-Геве.

По сообщению RATA-news, это увеличит количество гостиничных номеров в Израиле на 470. Общая сумма инвестиций — около \$40 млн. Сумма предоставленных грантов — \$9 млн.

Министерство туризма Израиля, по словам его главы Стаса Мисежникова, считает крайне важным разви-

тие и восстановление туризма в южных недавно пострадавших регионах: «Перестраивая здания в гостиницы, мы реализуем проект министерства по увеличению номерного фонда, который призван увеличить конкуренцию и снизить стоимость отдыха в Израиле».

Казино в Хайфе переделяют в отель первого класса на 54 номера, стоимость работ составит почти \$5,5 млн. Это здание работало в 1930-е годы как центр отдыха для жителей района Бат-Галим.

Стоимость перестройки 64 номеров на занимающей площадь более 40 тыс. кв. м базе отдыха около городов Кфар Хореш и Назарет составит около \$8 млн. Всего на ней запланирована постройка 85 объектов для туристов, включая 10 новых номеров; уже работает спа-центр.

В Иерусалиме и Тверии, где гранты могут составлять до 28%



всей суммы инвестиций, получили одобрение шесть проектов. Их общая сумма вместе с инвестициями превышает \$12,3 млн. Среди заявок — перестройка Leonardo Hotel в Тверии, трансформация в гостиницу на 21 номер детского сада в Иерусалиме в здании Юношеской христианской ассоциа-

ции (YMCA) и ее слияние с Three Arches Hotel, работающим в этом же здании, а также переоборудование в отель офисного пространства в восточном Иерусалиме с суммой инвестиций 12 млн шекелей. В Нагарии перепродают гостиницу Sol Marine (40 номеров первого класса, стоимость проекта — \$4,4 млн).



Экологическая программа Kurumba Maldives

Менеджмент Kurumba Maldives продолжает вносить изменения в работу отеля, проводимые в рамках заявленной социальной программы. Одной из ее ключевых задач является контроль над отходами и их переработка, безопасная для окружающей среды.

Первая цель достигнута за счет более точного и упорядоченного объема заказов товаров и продуктов, а также уменьшения использования пластмассы и упаковки, без которой можно с легкостью обойтись. Например, для шампуней и гелей используются многоразовые стеклян-

ные емкости, во всех номерах отеля установлены керамические контейнеры, не требующие многократного использования пластиковых пакетов.

Для переработки отходов отель приобрел компьютер нового поколения, который перерабатывает отходы кухни в ценное удобрение для сада всего лишь за три часа. Новые пластиковые шредеры используются для измельчения отработанного пластика для последующей продажи и вторичного использования. Подобные нововведения позволили сократить количество отходов, вывозимых с острова, почти на 70%. В плавниках — достигнуть 90-процентного сокращения.

«Мы по праву гордимся своими достижениями и наде-

емся, что нашу инициативу поддержат и другие отели. Мы знаем, что в наших силах многое изменить в лучшую сторону, искренне рады, что гости нашего отеля проявляют понимание и интерес к управлению отходами на Мальдивах», — говорит Джейсон Круз, генеральный директор Kurumba Maldives.

В отеле уверены, что программы, начатые менеджментом, поддержат и откладывающие, ведь сохранение экосистемы планеты — общее дело. Именно за кристальную чистоту вод океана, белоснежный песок и уникальный мир флоры и фауны ценят Мальдивы миллионы путешественников, выбирающие для своего отдыха этот райский уголок Земли.



От Амстердама до Эр-Рияда: компания Rezidor добавит пять отелей в свое портфолио

Группа подписала контракты на управление отелями бренда Radisson Blu в Дортмунде, Бремене и Эр-Рияде, а также гостиницами бренда Park Inn by Radisson в Амстердаме и Сенегале.

The Rezidor Hotel Group, одна из наиболее динамично развивающихся компаний в мировой гостиничной индустрии, входящая в состав The Carlson Rezidor Hotel Group, анонсирует пять новых проектов: два отеля Radisson Blu в Германии (в Бремене и Дортмунде), масштабный конгресс-отель Park Inn by Radisson в Амстердаме, первую гостиницу бренда Park Inn by Radisson в Сенегале (Дакар) и отель-резиденцию в дипломатическом квартале Эр-Рияда — Radisson Blu Hotel & Residence.

Расположенный рядом с футбольным стадионом Westfalen и выставочным центром Westfalenhalle отель Radisson Blu Hotel Dortmund (190 номеров) откроется после реконструкции в первом квартале 2013 года. До гостиницы легко добраться как из центра города, так и из аэропорта. В каждом номере имеется бесплатный высокоскоростной доступ в Интернет — фирменная услуга бренда Radisson Blu. В инфраструктуру отеля также входят два ресторана, бар, 15 залов для проведения мероприятий и деловых встреч общей площадью 1350 кв. м, парковка и велнес-центр, включающий фитнес-зал, крытый бассейн, сауну и солярий.

Дортмунд является частью индустриального района в Западной Германии, Рур — начало 300-километрового исторического маршрута «Дорога индустриальной культуры».

Здесь в бывших мастерских, компрессорных залах и угольных шахтах ежегодно проводится множество мероприятий в области культуры и искусства. В самом Дортмунде располагаются различные музеи и театры, город богат зелеными территориями и парками; на текущий момент в Дортмунде проживают порядка 600 тыс. человек.

Еще одним открытием в Германии станет Radisson Blu Hotel Bremen: в июне 2013 года отель планирует принять первых гостей после проведения ребрендинга. Гостиница может похвастаться практически идеальным расположением: она находится на знаменитой торговой улице Бёттхерстрассе, в самом сердце Старого города, а расстояние до выставочного центра, узловых трасс и аэропорта составляет всего несколько километров. Помимо 235 номеров, в том числе 15 полулюксов, в инфраструктуру отеля войдут два ресто-

рана, бар, 14 конференц-залов (общая площадь 740 кв. м), парковка, велнес-центр с бассейном, сауной и солярием.

Бремен — это город-порт, расположенный по обоим берегам реки Везер, считающийся одним из центров торговли и промышленности на севере Германии. Старый город с его потрясающими историческими памятниками, такими как, например, Рыночная площадь с Ратушей, находится под защитой ЮНЕСКО. В деловом квартале города неподалеку от отеля располагаются офисы крупнейших глобальных компаний.

Первый Park Inn by Radisson появится в сенегальской столице Дакаре в четвертом квартале 2014 года и станет 49-м отелем в африканском портфеле группы, укрепив позиции компании как одного из ведущих международных операторов на континенте (в управлении — 11 тыс. действующих и строящихся номеров).

Новый отель будет располагаться между главной транспортной артерией города и международным аэропортом Дакара и войдет в состав эксклюзивного многофункционального комплекса столицы Cite Tobago, объединяющего фешенебельные магазины и офисные здания. Помимо 122 номеров в структуру отеля войдут ресторан и бар, фитнес-центр, парковка, открытый бассейн и конференц-зона площадью 489 кв. м. Гостиница средней ценовой категории Park Inn by Radisson прекрасно дополнит предложение первого классного Radisson Blu, расположенного на побережье Дакара, также находящегося под управлением The Rezidor Hotel Group.

В том же четвертом квартале 2014 года планируется к открытию еще один отель сети Park Inn by Radisson — в Амстердаме, Нидерланды. Гостиница предложит самую масштабную площадку для проведения деловых мероприятий среди отелей этого бренда. Гостиница на 478 номеров будет включать многофункциональную конференц-зону общей площадью 4000 кв. м, в том числе многофункциональный зал (900 кв. м). В состав отеля также войдут ресторан a la carte, лобби-бар, фитнес-зал, крытая парковка на 300 машиномест, всё это, безусловно, сделает новый отель привлекательным местом для организации конференций и торжественных мероприятий.

Park Inn by Radisson Амстердам будет располагаться в здании площадью 28 000 кв. м в западном районе Амстердама, вблизи железнодорожного вокзала Sloterdijk и всего в 10 минутах езды от аэропорта Схипхол; до центра города можно доехать менее чем за 5 минут. Гостиница ста-

нет основным компонентом самого большого офисного здания Амстердама, которое подлежит восстановлению. Удобное расположение рядом с вокзалом и подъезд со стороны кольцевой трассы города — безусловно, факторы, которые будут способствовать успешному функционированию конференц-отеля.

Группа Rezidor анонсировала также Radisson Blu Hotel & Residence, Riyad Diplomatic Quarter. Отель, открытие которого запланировано на второй квартал 2015 года, расположен в дипломатическом квартале Эр-Рияда.

Строительство этой первоклассной гостиницы на 110 апартаментов и студий осуществляется при поддержке Исследовательского центра помощи людям с ограниченными возможностями принца Салмана и под патронажем Его Королевского Высочества наследного принца Саудовской Аравии — Салмана. Гостиничный проект является одним из нескольких инициатив, проводимых принцем с благотворительными целями: доходы отеля станут источником финансирования Ассоциации детей с ограниченными возможностями Саудовской Аравии. Эта идея соответствует задачам долгосрочной программы Группы Rezidor по ведению ответственного бизнеса.

Radisson Blu Hotel & Residence станет эксклюзивным проектом и единственным отелем в дипломатическом квартале Эр-Рияда. В его инфраструктуру войдут ресторан, лобби-лаунж, фитнес-центр и конференц-зона. Благодаря уникальному расположению объект прекрасно подойдет для визитов дипломатов, высокобеспеченных частных гостей и других влиятельных лиц.

В 2012 году в странах Африки и Ближнего Востока открыли 68 новых гостиниц

Согласно последним данным, опубликованным STR Global, в 2012 году в странах Ближнего Востока и Африки было открыто 68 новых отелей с общим номерным фондом 15 735 номеров.

Наибольшее количество гостиниц открылось в сегменте Upper Upscale — 10 объектов на 3600 номеров. Также было введено в эксплуата-

цию 11 luxury-отелей и 16 отелей уровня upscale. В добавок первых гостей встретили 10 гостиниц среднего сегмента и два отеля эконом-класса.

Согласно прогнозам STR, в следующем году на Ближнем Востоке и в Африке будет построено в общей сложности 150 отелей. Темпы строительства новых гостиниц в 2013 году значительно превысят показатели 2012 года. Из 150 отелей, запланированных к открытию в регионе в 2013 году, 35 (9870 номеров) будут относиться к сегменту Upper-upscale.

Park Inn by Radisson, Amsterdam Airport Schiphol принимает гостей

Новый Park Inn by Radisson, Amsterdam Airport Schiphol, занял реконструированное офисное здание в бизнес-парке Schiphol-Rijk, где также располагается множество штаб-квартир местных и международных компаний.

При этом терминалы аэропорта находятся всего в 5 км от отеля. Отдельный шаттл доставит гостей из аэропорта и обратно всего за 10 минут, а для активных путешественников предусмотрено 150 парковочных мест, которыми можно воспользоваться в рамках выгодных специальных предложений park&fly. Благодаря развитой транспортной системе гости смогут без труда добраться до центра Амстердама, расположенного всего в 15 км, а также до таких городов, как Гаага и Уtrecht.

Отель предлагает гостям 150 современных номеров категорий standard или superior, оформленных в яркой стили-

стике бренда. Все комнаты оборудованы просторной рабочей зоной, а благодаря большому окну в номере много света. Кроме того, в каждой комнате имеется бесплатный высокоскоростной доступ в Интернет, индивидуальная система климат-контроля, а также спутниковое телевидение с большим выбором международных каналов.

Основным местом для общения и отдыха в новом отеле, безусловно, является зона The Livingroom, где можно отведать вкуснейшие блюда международной кухни или насладиться голландскими специалитетами.

Удобное расположение и конференц-зона Meeting Wing делают отель Park Inn by Radisson идеальным местом для организации различных событий и мероприятий. Зона для конференций, Meeting Wing, оборудованная по последнему слову техники, располагает четырьмя многофункциональными конференц-залами, отдельным фойе для кофебрейков и небольшой территорией на открытом воздухе.

Европа: цены в отелях снижаются

Снижение цен на гостиничное размещение отмечено в большинстве стран Евросоюза.

По данным поискового сайта trivago, цены на проживание в греческих отелях на фоне

кризиса снизились до наиболее низкого уровня за четыре последних года, сообщает РИА «Новости-Туризм». В начале января 2013 года средняя стоимость двухместного номера в греческих отелях составила 72 евро. Наиболее дорогим месяцем последних лет оста-

ется август 2009 года, когда средняя цена за номер была 132 евро. Снижение цен отмечено на большей части территории ЕС. Так, в Великобритании цены снизились за год на 7% — до 125 евро, в Португалии на 6% — до 76 евро, в Италии также на 6% — до 104 евро.

Trivago — основанный в 2004 году гостиничный интернет-поисковик, который обобщает при поиске результаты более чем со 100 различных сайтов. Данные исследования основываются на результатах запросов пользователей.

Открылась первая гостиница Amari на Ближнем Востоке — Amari Doha

Первого января 2013 г. в столице Катара Дохе открылся первый отель Amari на Ближнем Востоке — Amari Doha. Он принадлежит компании Sharaka Holdings,

известной ранее как GTG, и находится в управлении тайской компании ONYX Hospitality group.

Amari Doha расположен всего в 15 мин. езды от международного аэропорта, недалеко от таких важных культурных и исторических памятников столицы, как Музей исламского искусства или Старый рынок. Этот

новый отель идеально подходит как для деловых, так и для обычных туристов, посещающих Доху.

В 13-этажном здании Amari Doha — 120 современных номеров, включая 78 стандартных, 36 номеров deluxe и шесть сьютов. В отеле имеется спа-салон Breeze Spa, в меню которого, кроме стандартных

спа-процедур, есть также джакузи и душ Виши; гостей ждут турецкая баня, парная и сауна. В отеле также есть несколько ресторанов и баров, бассейны для детей и взрослых, фитнес-центр, а также банкетные и конференц-залы. На крыше расположен бассейн с великолепным панорамным видом на город.

Park Inn by Radisson Troyitska в Киеве откроется в третьем квартале этого года

The Rezidor Hotel Group и инвестиционная компания «Смарт-Холдинг» подписали договор на управление отелем Park Inn by Radisson Troyitska в Киеве.

Гостиница на 199 номеров, расположенная в самом центре Киева, по соседству с национальным спортивным комплексом «Олимпийский»,

сможет принять первых гостей уже в третьем квартале 2013 года.

В инфраструктуру нового отеля Park Inn by Radisson Troyitska войдут ресторан и бар с панорамным видом на город на последнем, 20-м этаже здания. Кроме того, в гостинице предусмотрены лаунж-зона и терраса, фитнес-зал, подземная парковка на прилегающей территории на 450 мест, а также девять комнат для проведения мероприятий и переговоров.



Starwood выходит на рынок Казахстана

Открытие нового Sheraton Aktobe, который станет первым отелем под брендом международной сети в Казахстане, запланировано на 2013 год.

Компания Starwood Hotels&Resorts Worldwide и компания Akcept Contraction LLP (один из крупнейших застройщиков Казахстана) объявляют о

подписании договора на строительство нового отеля Sheraton в городе Актобе (Казахстан). Sheraton Aktobe, открытие которого запланировано на 2013 год, ознаменует выход отелей под брендом Sheraton на рынок Казахстана и станет первым отелем под брендом международной сети, расположенным в развивающемся городе Актобе. Открытие Sheraton Aktobe является частью стратегического плана разви-

тия компании, предполагающего открытие более чем 60 отелей и курортов под этим брендом по всему миру в ближайшие три года.

Отель Sheraton Aktobe расположится в самом центре города и будет иметь 177 номеров, несколько ресторанов, в числе которых и ресторан авторской кухни. В отеле также будут представлены сверхсовременные конференц-площади с залом для проведения специальных тор-

жеств. Новая гостиница предложит гостям ряд фирменных услуг Sheraton, включая знаменитые кровати Sweet Sleeper, Sheraton Club Lounge, интернет-кафе Link@SheratonSM, созданное совместно с Microsoft, и оздоровительную фитнес-программу Sheraton Fitness, составленную компанией Core Performance. Гости отеля также смогут насладиться фирменным спа-центром Sheraton Shine Spa и крытым бассейном.

Донецкий отель «Европа» вошел в группу Reikartz

Теперь он будет носить название «Reikartz Донецк Европа».

Отель был открыт в центре Донецка в июне 2012 года. Инфраструктура отеля включает 52 номера, два конференц-зала, а также два ресторана, один из которых специализируется на средиземноморской кухне. Благодаря ЕВРО-2012 гостиничный рынок Донецка хорошо развит в сегменте «три и четыре звезды» — в городе представлено семь отелей этого уровня с номерным фондом более 50 номеров. В Донецке также уже работают два отеля под управлением международных операторов — Ramada Donetsk и Park Inn by Radisson Donetsk.



В Шри-Ланке появилась новая сеть малых отелей класса люкс

Edge Hotels and Resorts, новая сеть небольших отелей класса люкс, начинает строительство

двух гостиниц, еще четыре — в планах компании.

Первый отель Reefs Edge Hotel and Villas будет построен в Uswetakeiyawa. Он будет иметь 23 номера и помещения для мероприятий, например, банкетный зал на 300 человек. Вто-

рой отель City Edge Colombo будет построен в Marine Drive Bambalapitiya. В течение следующих четырех лет Edge Hotels планирует строительство еще четырех отелей, которые расширят сеть до шести. Строительство Corals Edge в Амбалангода с

36 номерами должно начаться в мае 2013 года. Lakes Edge в Нувара Элия на берегу озера Грегори будет иметь 40 номеров. Kingdoms Edge в Сигирии должен быть построен в августе 2014 года. Строительство Bays Edge в Калкуда запланировано на начало 2015 года.

В калифорнийском парке Legoland завершается строительство первого в мире Lego-отеля

Трехэтажная гостиница на 250 номеров откроется 5 апреля. Для отеля создано более 3400 конструкций, на которые ушло свыше 3 млн деталей Lego. Например, при входе постояльцев будет встречать гигантский дракон.

Гости смогут выбрать из трех типов номеров: пиратский, королевский или приключенческий. Они предназначены для семей — в них есть как двуспальные кровати для взрослых, так и двухъярусные — для детей. Более того, детям предоставляется отдельный телевизор.

Постояльцам отеля будет обеспечен эксклюзивный ранний доступ в парк Legoland, сообщает AsiaOneRelax.



Американские отели предлагают гостям отдых от... гаджетов

В гостиничном бизнесе США наметился новый тренд: забирать у гостей все технические средства или по крайней мере создавать зону отдыха от вездесущих гаджетов.

Как сообщает телекомпания Эй-би-си, сеть отелей Marriott ввела в пробном режиме специальную программу «отдыха с умом» в восьми отелях в Карибском бассейне и Мексике, предоставляя гостям специально отведенные для отдыха зоны без техники. Пакет услуг в подобных зонах отличается, но главное — то, что все они расположены в тихом месте, где отдыхающим пред-

лагаются напитки и игры без использования электроники.

Как сообщила администрация одного из отелей, подобные зоны отдыха от технологий были введены после опроса тысячи респондентов, половина которых призналась, что испытывает еще больше стресса на отдыхе, если постоянно находится на связи со своей работой. 50% опрошенных также отметили, что проверяют почтовые ящики и голосовую почту несколько раз в день, находясь в отпуске.

Мишель Бозоки, директор по маркетингу и интернет-коммерции сети отелей Marriott Hotels&Resorts, призналась, что отыскающие не расстаются со своими ноутбуками даже на пляже. «Мы стараемся вовлечь гостей в активные игры, заинтересовать чтением. Пусть они

отдохнут в специальной «свободной» зоне! Так здорово смотреть на то, как дети проводят время со своими родителями и все члены семьи наконец «отлепились» от телефонов».

Мишель отмечает, что программа уже приобрела популярность и может стать постоянной услугой их отелей. «Нам кажется, дело здесь не в том, что «отдых от технологий» теперь становится тенденцией — подобный способ проведения досуга просто необходим, чтобы отдохнуть полноценно», — сообщила она телекомпании Эй-би-си. А некоторые отели решились и на вовсе отчаянный шаг — на время отпуска у отыскающих забираются все гаджеты (конечно, с их разрешения).

В гостиницах сети Four Seasons в Коста-Рике была вве-

дена программа «Отключиться, чтобы включиться», в рамках которой у гостей забираютсяайфоны минимум на сутки (их помещают в камеру хранения). Гаджет возвращают владельцу с новым фирменным чехлом и брошюкой, в которой приводится список интересных вещей, которыми можно заниматься без использования технологий: от уникального гавайского серфинга до релаксации в спа.

Отель River Place в Портленде (штат Орегон) разработал пакет услуг, который поможет гостям отвлечься от своих электронных устройств и обратить внимание друг на друга.

Вся электроника будет храниться в специальной камере, пока гости будут наслаждаться полноценным здоровым отдыхом без техники.

журнал гостиничный бизнес **Пять звезд**

продолжает
подписку
на 2013 год



Стоимость подписки

12 номеров – 6 выпусков, включая НДС 18% – 1982,40 руб.

Подписчикам журнала гарантируется:

доставка журнала по Москве – курьерской службой, доставка журнала по регионам – почтой, бесплатное получение тематических приложений, справочников, информационных материалов ведущих компаний гостиничного бизнеса.

— Подписной купон —

Фирма _____
Профиль деятельности _____

FIO и должность получателя _____

Индекс _____ Фактический адрес _____

Тел./факс _____

e-mail _____

www _____

ИНН _____

КПП _____

Альтернативные агентства подписки:

- ГАЛ, тел. (495) 981-03-24,
www.artos-gal.mpi.ru
- Интер-Почта-2003,
тел. (495) 500-00-60,
www.interpochta.ru
- Урал-Пресс,
тел. (495) 789-86-36/37/38,
www.ural-press.ru
- через Сбербанк (не забудьте прислать нам по факсу копию платежного извещения с указанием ваших почтовых координат).
Ltarasyuk@tourbus.ru

Наши реквизиты:

ООО ИД «Турбизнес»
ИНН 7743553760
КПП 774301001
ОАО МКБ «Замоскворецкий»
Г. Москва
БИК 044583636
р/с 40702810600000003981
к/с 30101810400000000636

Дополнительная информация:
Отдел распространения ИД «Турбизнес»,
тел. (495) 723-72-72, e-mail: Ltarasyuk@tourbus.ru



ВЕДУЩИЕ РОССИЙСКИЕ БИЗНЕС-ОТЕЛИ, КОНГРЕСС-ЦЕНТРЫ И MICE-КОМПАНИИ В ОДНОМ КАТАЛОГЕ!

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ КАТАЛОГ
• УДОБНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ ВЕРСИЯ

РОССИЯ КОНГРЕСС-УСЛУГИ

9^й
выпуск

гостиницы • конгресс-центры • выставочные комплексы • MICE-компании

ТИРАЖ
10 000 экз.

ДАТА ВЫХОДА
1 марта 2013 г.

РАСПРОСТРАНЕНИЕ КАТАЛОГА
вместе с журналом Business Travel среди корпоративных
заказчиков конгрессных услуг и MICE-компаний,
на специализированных выставках и workshop

СОВМЕСТНОЕ ИЗДАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТА CONFERENCE.RU, ЖУРНАЛОВ BUSINESS TRAVEL И «ТУРБИЗНЕС»

conference.ru

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ
BUSINESS TRAVEL

Турбизнес
ИЗДАТЕЛЬСТВО с 1997 г.

Дополнительная информация о размещении в каталоге

тел./факс: (495) 723-7272
e-mail: catalog@tourbus.ru

БОЛЕЕ 15000 НАИМЕНОВАНИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ
ТОВАРОВ ДЛЯ ГОСТИНИЧНОГО И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА СО СКЛАДА
В МОСКВЕ И ПОД ЗАКАЗ, НАПРЯМУЮ ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ.



eternum
created 1924



isi



MATFER



ISA



RONA
5 Star Glass



«КОМПЛЕКС-БАР» ПРЕДЛАГАЕТ:

- барное и ресторанное стекло
- столовый фарфор
- профессиональный барный инвентарь
- кухонный и кондитерский инвентарь
- предметы сервировки стола
- сиропы, топпинги и фруктовые пюре Monin
- столовые приборы

«КОМПЛЕКС-БАР» МОСКВА

129085, ул. Годовикова, д.9,
стр. 31, этаж 4.
тел./факс: (495) 411-90-60
эл. почта: sale@complexbar.ru

www.complexbar.ru

БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА ЛЮБОГО КОЛИЧЕСТВА ТОВАРА ПО МОСКВЕ ДО АЭРОПОРТОВ И ВОКЗАЛОВ