

гостиничный бизнес ★ ★ ★ ★ ★ Пять звезд

Best Western ежедневно приветствует
сотни тысяч гостей.
Готовы ли вы получить свою долю рынка?

Stay with people who care.

12+





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

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ КАТАЛОГ
УДОБНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ ВЕРСИЯ

РОССИЯ КОНГРЕСС-УСЛУГИ



ГОСТИНИЦЫ • КОНГРЕСС-ЦЕНТРЫ • ВЫСТАВОЧНЫЕ КОМПЛЕКСЫ • MICE-КОМПАНИИ

ТИРАЖ:
10 тыс. экз.

ВЫХОД ИЗДАНИЯ:
март 2014 г.

РАСПРОСТРАНЕНИЕ КАТАЛОГА:

- вместе с журналом Business Travel среди корпоративных заказчиков конгрессных услуг, MICE - компаний (5000 адресов);
- на выставках FITUR (Мадрид), ITB (Берлин), MITT (Москва), IMEX (Франкфурт), MIBEXPO (Москва), WTM (Лондон), EIBTM Барселона;
- на специализированных workshop (АНТОР-MICE, MICE Forum, и др.) и региональных workshop «Турбизнес»
- на конференции WTM Vision, семинарах Travel Business Day

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

conference.ru

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ
BUSINESS TRAVEL

Турбизнес
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О РАЗМЕЩЕНИИ В КАТАЛОГЕ

тел./факс: (495) 723-72-72

Пшеничная Анастасия | e-mail: catalog@tourbus.ru

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 г.

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

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

Учредитель ООО «Турбизнес»

ИД «Турбизнес»

Генеральный директор ИД «Турбизнес»
Иван Калашников

Исполнительный директор Ольга Мальцева

Заместители генерального директора
Елена Борисова, Александр Попов

Отдел рекламы Ольга Гришина,
Наталья Железова, Анастасия Пшеничная

Отдел информации и распространения
Лариса Тарасюк, Лариса Лаврова

Отдел workshop Людмила Сивова,
Елена Архипова, Кристина Сивова,
Евгения Шуманская



СОДЕРЖАНИЕ

2-7 В РОССИИ

8-9 НАЗНАЧЕНИЯ

СОБЫТИЯ

13 От Fiera Milano к Hospitality Design

14 Участники Форума гостиничного комплекса обсудили главные проблемы индустрии гостеприимства

ОТЕЛЬ

15-16 Какие проекты самые перспективные?

КЛАССИФИКАЦИЯ

17-19 «Звезды» — наш профессиональный символ...

20-21 НАГРАДА

ОБЗОР РЫНКА

22-23 От состояния роста к состоянию насыщения

24-25 Экономическое чудо

26 ВЕСТНИК АБТ

РЕСТОРАН

27 Новости, назначения

28-29 Ресторан: факторы успеха

30-31 ТЕХНОЛОГИИ

СТРОИМ ОТЕЛЬ

32-33 Главное — эффективность процедур

ХАУСКИПИНГ

34-35 Хаускиперы отметили профессиональный праздник

ТУРИЗМ

36 Новые туристические проекты Москвы

37 Перспективы городского туризма

В МИРЕ

38-39 Экоотели: не просто тренд

40-48 НОВОСТИ





Hampton by Hilton открылся в Воронеже

Бренд Hampton by Hilton объявляет об открытии своего первого отеля на территории России. Hampton by Hilton Voronezh стал первым отелем международной гостиничной сети в городе и 21-м отелем Hampton на территории Европы.

Нampton by Hilton входит в состав десяти глобальных гостиничных брендов компании Hilton Worldwide. Гости отелей этого бренда ценят великолепное соотношение цены и качества, а также единые стандарты сервиса, комфортабельные номера и фирменную дружелюбную культуру обслуживания, которую называют «Хэмптоналити» (Hamptonality). Гости любого отеля сети всегда ждут фирменные сервисы, среди которых бесплатный Wi-Fi, горячий завтрак, услуги для проведения бизнес-мероприятий и возможность воспользоваться фитнес-центром. Каждый номер имеет привлекательный дизайн и укомплектован самым современным оборудованием. Гости отеля

получают 100-процентную гарантию бренда Hampton, которая обещает максимально комфортное пребывание в отеле и качественное обслуживание персонала.

Отель Hampton by Hilton Voronezh расположен в деловой части города, неподалеку от важнейших объектов транспортной инфраструктуры, среди которых вокзал Воронеж-1 и международный аэропорт Воронежа. Гостиница на 148 номеров занимает 12 этажей общей площадью 7485 квадратных метров. Здание отеля расположено в 10 минутах ходьбы от центра города, торгового центра «Галерея» и основных достопримечательностей Воронежа.

«Появление отеля Hampton by Hilton в Воронеже — это знаковое событие для города. Безус-

ловно, это определенный толчок в развитии городской инфраструктуры бизнеса и туризма. Формат Hampton очень подходит для деловой среды города и совсем не похож на другие форматы отелей. Гости отеля получают качество мирового уровня за приемлемую стоимость. Мы уверены, что гости города, а также потенциальные инвесторы региона будут довольны качественным сервисом, предложенным «Hampton by Hilton Воронеж», — говорит управляющий партнер группы компаний «Основа» Александр Калтыков.

Гости, приехавшие в город с деловыми целями, могут воспользоваться услугами конференц-зала отеля Hampton by Hilton Voronezh, в котором комфортно разместятся до 30 человек. Кроме того, к услу-

гам гостей предлагается восемь переговорных комнат общей вместимостью до 200 человек, оборудованных самой современной техникой и расположенных на территории многофункционального центра рядом с отелем.

В настоящий момент на территории России работают пять отелей Hilton Worldwide четырех брендов: Hilton Moscow Leningradskaya, DoubleTree by Hilton Novosibirsk, Hilton Garden Inn Perm, Hilton Garden Inn Krasnodar и Hampton by Hilton Voronezh. Бренд Hampton by Hilton планирует в три раза увеличить свое присутствие в России уже до конца текущего года, открыв два новых отеля: Hampton by Hilton Volgograd Profsoyuznaya и Hampton by Hilton Samara.

Бренд ibis пришел в Калининград

Ведущий международный гостиничный оператор и лидер европейского рынка французская группа Accor объявила об открытии в Калининграде своего нового отеля «ibis Калининград Центр», который стал третьим совместным проектом Accor и крупнейшей турецкой компании Akfen Real Estate Investment Trust (Akfen REIT).

«ibis Калининград Центр» — это стандартизированный отель с 167 номерами, три из которых готовы разместить людей с ограниченными физическими возможностями. Современный дизайн номеров, их техническая оснащенность, прекрасная звукоизоляция, удобные подушки и уютные одеяла позволяют превратить отдых в отеле в удовольствие.

ibis — единственный бренд в сегменте бюджетных отелей, который предлагает своим гостям горячие закуски и напитки круглосуточно 7 дней в

неделю. Завтрак шведский стол ждет гостей отеля с 6:30 до 10:00, а для тех, кто по каким-то причинам не может позавтракать в это время, с 4 часов утра до 12 часов дня приготовлены булочки и кофе. В отеле работает круглосуточный бар, в котором гости всегда имеют возможность насладиться и чашкой чая, и бокалом хорошего вина. Ресторан отеля Sudet Cie предлагает возможность продегустировать лучшие блюда Средиземноморья.



Официальная гостиница Эрмитажа приняла гостей

В Петербурге состоялась торжественная церемония открытия официальной гостиницы Эрмитажа, сообщает «Интерфакс-Туризм» со ссылкой на пресс-службу музея.

Это отель 5*, единственный в России и за рубежом получивший право использовать товарные знаки музея на основании лицензионного договора.

В холлах и номерах отеля можно видеть реплики фарфора и мебели из эрмитажного собрания. Паркетные полы, освещение, материалы и цветовое решение перекликаются с интерьерами музея.

Между гостиницей и Эрмитажем в течение дня будет курсировать специальный микроавтобус для гостей, которые еще в отеле, в специальном Эрмитажном центре во входной зоне, смогут приобрести билеты в музей, узнать о новых временных выставках и вступить в Клуб друзей Эрмитажа.

Школу гостиничного бизнеса и институт курортологии создадут в Алтайском крае

Администрация Алтайского края намерена создать школу гостиничного бизнеса и институт курортологии, переговоры об этом уже ведутся с европейскими школами отельеров и Томским НИИ курортологии и физиотерапии, сообщил вице-губернатор региона Михаил Щетинин в ходе научно-практической конференции «Развитие санаторно-курортного комплекса Алтайского края».

«Я не исключаю, что с Лозаннской школой отельеров у нас что-то получится, потому что мы активно с ними сотрудничаем, они поддерживают наши начинания», — цитирует г-на Щетинина «Интерфакс-Туризм».

Вице-губернатор отметил, что Алтайский край заинтересован в создании площадки для обучения собственных гостиничных менеджеров и обслуживающего персонала.

Михаил Щетинин отметил, что администрация региона заинтересована и в том, чтобы исследования курортного потенциала проводились на месте. Поэтому власти региона предложили Томскому НИИ курортологии и физиотерапии открыть в алтайском городке-курорте Белокурихе свой филиал.

Park Inn by Radisson Pulkovo Airport откроется в Санкт-Петербурге в 2014 году

Carlson Rezidor Hotel Group, одна из крупнейших и наиболее динамично развивающихся компаний в мировой гостиничной индустрии, представляет гостиницу Park Inn by Radisson Pulkovo Airport в Санкт-Петербурге.

Открытие отеля средней ценовой категории на 200 номеров запланировано на первый квартал 2014 года. В российское портфолио Carlson Rezidor входят 22 дей-

ствующих отеля, только в Санкт-Петербурге под управлением группы находятся шесть действующих и строящихся гостиниц с общим номерным фондом более 2800 комнат.

Park Inn by Radisson Pulkovo Airport расположится рядом с новым терминалом 3 аэропорта Пулково — третьего по величине аэропорта России (после Домодедово и Шереметьево). Гостиницу и терминал свяжет крытая пешеходная галерея. Помимо 200 комфортабельных номеров и сьютов в инфраструктуру отеля войдут ресторан, лобби-бар площадью 470 квадратных метров, а также 20 комнат для проведения встреч и мероприятий общей площадью 438 квадратных метров и фитнес-центр.

Петербург: показатели растут во всех сегментах

Jones Lang LaSalle представил обзор рынка современных отелей Петербурга по итогам лета и трех кварталов 2013 года.

Дэвид Дженкинс, руководитель департамента гостиничного бизнеса компании Jones Lang LaSalle, подводит итоги: «Период с июня по август традиционно является высоким сезоном для Санкт-Петербурга. Гостиничный рынок города по-прежнему характеризуется преобладанием туристического спроса, а пик достижимых тарифов приходится на июнь. Летний сезон 2013 года был особенно удачным — доходность росла в диапазоне от 12 до 22% в зависимости от сегмента по сравнению с аналогичным периодом 2012 года».

Летом наблюдалась следующая динамика показателя RevPAR:

гостиницы сегмента люкс +22% (рост загрузки и среднего тарифа на 11%);

* отели верхнего предела верхнего сегмента +18% (загрузка +12%, тариф +6%);

* гостиницы верхнего сегмента +12% (рост загрузки и тарифа на 6%);

* гостиницы верхнего предела среднего сегмента +15% (загрузка +4%, тариф +11%);

* в среднем сегменте +22% (загрузка +2%, тариф +20%).

«Гостиничный рынок в Петербурге восстановился, особенно воодушевляет рост средних тарифов в целом по городу, — отмечает Дэвид Дженкинс. — Если говорить о показателях за девять месяцев этого года, мы также отмечаем рост загрузки и тарифа. Для инвесторов, рассматривающих возможность девелопмента гостиниц в городе, интересным будет сравнить показатели RevPAR для каждого сегмента в Санкт-Петербурге



с аналогичными в Москве. Наблюдается значительная разница в цифрах: RevPAR отелей в Москве более чем на 40% опережает петербургские значения. Учитывая, что затраты на строительство гостиниц схожи, очевидно, что доходность гостиничной недвижимости в Москве выше, чем в Санкт-Петербурге».

Что касается показателей первых девяти месяцев года, то вследствие удачного летнего сезона загрузка люксовых отелей выросла на 5%, тариф — на 7%, в результате доходность увеличилась на 13%. «Средний тариф гостиниц сегмента люкс в Петербурге на 12% ниже московского показателя, и, если мы говорим о сравнении двух столиц, именно в этом сегменте наблюдается минимальная разница в цене. Это объясняется высоким качеством люксовых объектов в Петербурге. При этом разница в загрузке составляет около 25%, что свидетельствует об отличиях в рыночных условиях и сильной сезонности петербургского рынка, — считает Дэвид Джен-

кинс. — Недавнее открытие Four Seasons еще не отразилось на показателях люксового сегмента. Мы полагаем, что влияние этого объекта рынок прочувствует в 2014 году в виде дальнейшего роста среднего тарифа по городу в целом».

В гостиницах верхнего предела верхнего сегмента и загрузка, и средний тариф выросли за прошедшие девять месяцев на 5%. Разница в загрузке по сравнению с московскими гостиницами составляет всего 10%, тогда как в среднем тарифе достигает 25%.

Средний тариф гостиниц верхнего сегмента в Петербурге на 25% ниже аналогичного показателя в Москве из-за преобладания корпоративного спроса в столичных отелях.

Значительный рост показателя RevPAR (на 18%) еще раз наглядно демонстрирует ценовые предпочтения основной массы гостей Петербурга — они выбирают качество по доступной цене. Загрузка объектов в сегменте Upper Midscale в этом сегменте за девять месяцев выросла на 10% к про-

шлому году и превысила 68%, что является самым высоким показателем в городе.

Загрузка среднеценовых гостиниц достигла своего максимального значения — чуть менее 68%, увеличившись лишь на 2,5% по сравнению с прошлым годом. Судя по всему, по загрузке данный сегмент достиг своего пика, и теперь рост здесь возможен только за счет среднего тарифа, который с начала этого года уже значительно увеличился — на 12%.

«Очевидно, что показатели загрузки в нижних сегментах рынка достигают своих предельных значений. Учитывая грядущее открытие новых гостиниц — в 2014 году ожидается выход на рынок 800 номеров, мы прогнозируем стабильные показатели загрузки, тогда как с точки зрения увеличения тарифов ближайшие два года будут сложными для петербургских отельеров. Поэтому, на наш взгляд, последний квартал 2013 года является идеальной возможностью для участников рынка нарастить средний тариф», — полагает г-н Дженкинс.



Гости Москвы все чаще предпочитают сервисные апартаменты

За последние два года число сервисных апартаментов в Москве выросло в два раза и составило 1800 квартир. Об этом на прошедшей в Москве пресс-конференции заявил глава Комитета по туризму и гостиничному хозяйству Сергей Шпилько.

«Система размещения гостей в виде аренды жилых квартир уже давно работает во всем мире. Данный вид размещения крайне перспективен и востребован. И на сегодняшний момент сервисные апартаменты в Москве загружены на уровне 80%», — заявил он.

По словам г-на Шпилько, такая форма размещения пользуется спросом среди приезжающих в столицу, особенно это касается бизнесменов в длительных командировках, поскольку жилые апартаменты рассчитаны на временное, но при необходимости весьма длительное проживание, от месяца и более.

Сергей Шпилько отметил, что еще недавно столицу упрекали за недостаток маломестных объектов размещения, ставя ей в пример Санкт-Петербург с его многочисленными хостелами и мини-отелями. Однако, несмотря на то, что от Северной столицы Москва по-прежнему отстает, такие претензии в ее адрес более не звучат.

«Сервисные апартаменты — это квартиры с полной обстановкой, евроремонт, оборудованной кухней, где есть все необходимое. Там регулярно убирают и

меняют постельное белье, кроме того, можно воспользоваться услугами службы поддержки, которая выполняет функции консьержа, — рассказал гендиректор компании LikeHome Антон Мальков. — Безусловно, в таких квартирах предоставляются услуги телефонии, есть телевидение и Интернет. В целом сервис несколько богаче, чем в отелях», — добавил он.

Стоит отметить, что в России сегмент сервисных апартаментов выглядит иначе, чем во всем мире. «На Западе сервисные апартаменты — это отдельные дома с собственной консьерж-службой, у нас пока это отдельные квартиры или несколько квартир, которые могут быть даже не объединены на одном этаже», — рассказал Антон Мальков.

Как отметила гендиректор компании Intermark Service Apartments Каринэ Шмарева, порядка 30% всего фонда сервисных апартаментов столицы принадлежит сетевым операторам. Несмотря на то, что с 2009 года число таких апартаментов выросло в два раза, предложения все еще не хватает.

«В основном это квартиры в самом центре Москвы, в непосредственной близости от метро. Такое размещение пользуется особенной популярностью среди бизнесменов, которые приезжают в столицу на длительный срок», — отметила г-жа Шмарева.

Порядка 17% апартаментов в Москве относятся к бизнес-сегменту, 30% — к сегменту стандарт, а остальные квартиры сдаются от собственников или агентов по недвижимости. Цена размещения составляет от 5,5 до 10 тыс. рублей за квартиру бизнес-класса, от 4 до 6 тыс. — за стандартную квартиру. Квартира экономкласса сдается по цене от 3,5 до 4 тыс. рублей в сутки.

Основные каналы продвижения, которые используют компании, управляющие сервисными апартаментами, — это корпоративные клиенты, системы бронирования и трэвел-агенты.

По словам Каринэ Шмаревой, предложение в Москве отличается от предложения других столиц, и это, в частности, обусловлено состоянием жилого фонда в центре города, качеством подъездов и проч. Однако зачастую опе-

раторы сервисных апартаментов пытаются решать эти проблемы своими силами — ремонтируют и поддерживают в порядке подъезды домов, в которых расположены квартиры.

Как отметил Сергей Шпилько, ситуация с сервисными апартаментами в столице сейчас похожа на ситуацию с хостелами, которая была еще несколько лет назад. Туристы проявляли недоверие к этому сегменту, хостелы считали практически ночлежками. «Однако за это время на рынке появилось качественное предложение, несмотря на то, что остались и такие игроки, которые только называют себя хостелами», — сказал он.

Глава Москомтуризма добавил, что не следует пытаться создать впечатление, что вопрос с развитием сегмента сервисных апартаментов в столице решен. «Процесс пошел, и он более-менее соответствует платежеспособному спросу. В Москве на рынке сервисных апартаментов существует и вполне цивилизованная часть, но в данный момент нам есть над чем работать», — подвел итог встречи Сергей Шпилько.



AZIMUT Hotels будет управлять онлайн-репутацией с помощью решений ReviewPro

Компания ReviewPro, ведущий поставщик аналитических данных по управлению репутацией в сети Интернет и социальных сетях для компаний гостиничного бизнеса, вступает в стратегическое партнерство с международной гостиничной сетью AZIMUT Hotels.

Двустороннее соглашение между компаниями призвано

расширить возможности AZIMUT Hotels по эффективному отслеживанию отзывов от гостей, оставленных в Интернете, и предоставлению оперативных ответов на них.

Гостиничная сеть объединяет под своим брендом более 20 отелей в 12 городах России и семи городах Германии и Австрии (включая Берлин, Мюнхен и Вену). Общий номерной фонд сети — 9100 номеров.

Наталья Корнейчук, директор по маркетингу и PR AZIMUT Hotels, сообщила: «Внедрение ведущего решения по сбору онлайн-аналитики ReviewPro обусловлено нашим стремле-

нием улучшить уровень взаимодействия с гостями отелей, и мы надеемся, что это сыграет важную роль в повышении уровня доверия к нашему бренду и дальнейшему росту удовлетворенности гостей».

После заключения соглашения генеральный директор компании ReviewPro Р. Дж. Фридлендер заявил: «Серьезный рост гостиничного бизнеса в России за последние годы ставит сложные задачи и вместе с тем создает большие возможности для ведущих гостиничных сетей, таких как AZIMUT Hotels. Мы с нетерпением ждем начала работы с компанией и будем рады помочь ей в повыше-

нии таких показателей, как ADR, RevPar и загрузки отелей, путем сравнения этих коэффициентов и уровня удовлетворенности гостей с аналогичными данными конкурентов посредством нашего решения Revenue Optimizer».

«Наш показатель уровня удовлетворенности гостей Global Review Index, ставший отраслевым стандартом, также предоставит компании AZIMUT Hotels уникальную информацию о ее сильных и слабых сторонах и позволит принять необходимые меры для повышения уровня обслуживания и, в конечном счете, увеличения дохода», — добавляет г-н Фридлендер.

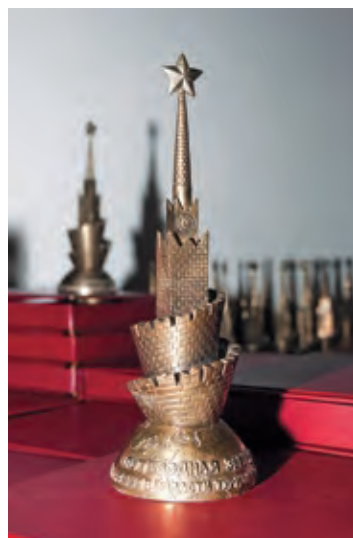
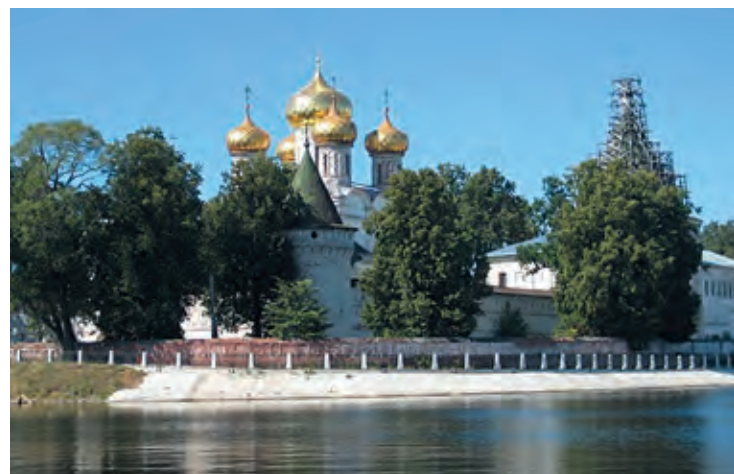
В Костроме построят новые гостиницы

В Костроме 12 земельных участков были выделены под строительство гостиниц и туристических комплексов, документация еще на три участка находится в стадии оформления, сообщается на сайте администрации города.

Как пишет «Интерфакс-Туризм», при разработке проектов учитывается потребность в разно-

плановых местах остановки туристов: и с рекреацией, и кратковременного пребывания, и hostels, и гостиницы экономкласса.

На данный момент в Костроме есть 22 гостиницы, рассчитанные на 1600 мест, и один хостел. В период межсезонья наполнение гостиниц в среднем составляет 30%, а летом доходит до 80%. В период праздников этот показатель возрастает до 100%. Городу требуется приблизительно три тысячи дополнительных гостиничных мест.



Лучшие столичные гостиницы получают «Путеводную звезду»

Торжественная церемония вручения ежегодной профессиональной премии «Путеводная звезда» состоится 3 декабря в гостинице «Балчуг Kempinski». Премия присуждается «За выдающийся вклад в развитие туризма в городе Москве».

Высококомпетентный профессиональный экспертный совет

определит победителей в 17 номинациях — внутренний туризм, въездной туризм, выездной туризм, социальный туризм, бизнес-туризм, экскурсионное обслуживание, объекты туристского показа, предприятия общественного питания, подготовка кадров для туристической индустрии, гостиничные предприятия по критериям классификации (3, 4, 5 «звезд»), специализированные средства размещения (мини-отели, хостелы, мотели и др.), транспортные предприятия, туристские СМИ, туристский интернет-портал (лучший раздел о Москве).

Также будут вручены специальные призы и дипломы.

Премия была учреждена Комитетом по туризму города Москвы в 1999 году для повышения качества туристского и экскурсионного сервиса, гостиничного обслуживания, формирования положительного имиджа города как мирового туристского центра, увеличения эффективности рекламно-информационных кампаний и содействия увеличению туристских потоков в Москву.

В Москве построят отели Radisson Congress и Park Inn by Radisson

Крупнейший международный гостиничный оператор в России добавит еще 1000 номеров к своему столичному портфолио.

Radisson Congress Hotel на 400 номеров с одним из крупнейших в городе конгресс-центров площадью порядка 4000 кв. м и расположенный рядом отель Park Inn by Radisson на 600 номеров запланированы к открытию на 2016 год, они будут построены на территории Всероссийского выставочного центра (напротив павильона «Москва»). Девелопер проектов — ООО «Возрождение ВВЦ».

«Благодаря подписанию этих объектов портфолио компании Rezidor в Москве и области увеличится до 11 действующих и строящихся отелей с

общим номерным фондом 3704 комнаты. Открытие этих гостиниц еще больше укрепит позиции наших основных брендов в столице и откроет новые возможности для развития MICE-сегмента благодаря самому масштабному конгресс-центру среди всех гостиниц международных брендов в Москве, которым будет располагать Radisson Congress Hotel», — говорит Вольфганг М. Нойманн, президент и генеральный директор компании Rezidor, находясь в Сочи на конференции по инвестициям в гостиничный бизнес России и СНГ (RHIC).

Всероссийский выставочный центр, популярное место отдыха москвичей и гостей столицы, занимает площадь 2 375 000 кв. м и является по-настоящему имиджевым объектом как для Москвы, так и для всей страны. Принятая недавно концепция развития ВВЦ стоимостью \$1,5 млрд позволит значительно улучшить его инфраструктуру.

Так, благодаря новаторским идеям компании «Возрождение ВВЦ» здесь появится крупнейший в Европе океанариум Water Planet с пространством для огромного числа видов рыб, начиная от тропических до дельфинов и касаток, аквапарк, а также новые зоны для всезонного отдыха и развлечений взрослых и детей.

Radisson Congress Hotel категории upper upscale предложит для размещения гостей 400 номеров. В инфраструктуру отеля войдут масштабный конгресс-центр площадью порядка 4000 кв. м, рестораны, бары, лобби-лаундж, фитнес-центр и парковка. Гостиница средней ценовой категории Park Inn by Radisson, рассчитанная на 600 номеров, предложит к услугам гостей зону для проведения встреч и переговоров, ресторан, лобби-бар, тренажерный зал и парковку. Кроме того, гости отеля Park Inn by Radisson и организаторы мероприятий

смогут воспользоваться масштабными возможностями конгресс-центра.

В России и странах СНГ под управлением гостиничной группы Carlson Rezidor находятся 60 действующих и строящихся отелей с общим номерным фондом 15 343 комнат — это ключевой регион с точки зрения развития бизнеса компании. «Мы стали первым гостиничным оператором, пришедшим на российский рынок еще в 1991 году, и сохраняем свою приверженность этому региону по сей день. В России есть огромный потенциал для развития благодаря многим факторам: это и запасы природных ресурсов, и развитие экономических центров, и проведение таких значимых мероприятий, как Олимпийские игры, Гран-при «Формулы 1». Компания Rezidor намерена продолжить рост бизнеса на российском рынке в тесном сотрудничестве со своими партнерами», — отмечает Вольфганг М. Нойманн.

Волшебное очарование праздника



ХОЛИДЕЙ ИНН МОСКВА ЛЕСНАЯ ХОЛИДЕЙ ИНН МОСКВА СУЩЕВСКИЙ

РОЖДЕСТВЕНСКИЕ И НОВОГОДНИЕ ВЕЧЕРА
НОВОЕ МЕНЮ ОТ 3500* РУБЛЕЙ НА ЧЕЛОВЕКА
ПРОЖИВАНИЕ В ДЕНЬ БАНКЕТА ОТ 2600** РУБЛЕЙ

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ
И БРОНИРОВАНИЕ +7 495 783 64 64

* Не включает 10% вознаграждение за обслуживание.
** Предоставляется при наличии мест, по предварительному запросу, при заказе мероприятия.



Питер Тиши назначен генеральным менеджером отеля «Radisson Завидово»

Генеральным менеджером гостиницы «Radisson Завидово» назначен Питер Тиши. Открытие курортного отеля на берегу Ивановского водохранилища запланировано на второй квартал 2014 года.

Г-н Тиши, австриец по национальности, обладает обширным опытом в международной гостиничной индустрии. В течение своей карьеры он занимал различные управленческие позиции, в частности менеджера ресторана, руководителя F&B службы и заместителя гене-

рального менеджера в отелях Германии, Швеции, России и стран Дальнего Востока.

В 2002 году г-н Тиши занимал позицию генерального менеджера гостиницы «Пулковская» в Санкт-Петербурге, которая в мае 2006 года была преобразована в отель «Park Inn by Radisson Пулковская». Это стало первым назначением г-на Тиши в группе Rezidor. В дальнейшем Питер был переведен в Египет на должность генерального менеджера отеля Radisson Blu Resort, Sharm El-Sheikh. В декабре 2010 года он получил назначение на должность генерального менеджера отеля Radisson Blu Hotel Lagos в Нигерии, где проработал до перевода в Украину для участия в открытии отеля на горнолыжном курорте Буковель в Карпатах — Radisson Blu Resort, Bukovel.

Питер Тиши окончил Schloss Klessheim College в Зальцбурге, Австрия, по специальности туризм и гостиничное управление. Владеет немецким, английским, русским, французским и шведским языками.

Гостиница «Radisson Завидово» предложит для размещения гостей 239 комфортабельных номеров. В инфраструктуру отеля войдет спа-центр, где к услугам гостей будут работать фитнес-зал, сауна, парная, бассейн. Также к услугам гостей — игровая комната для детей, парковка, рестораны, кафе и магазины.

Деловые путешественники смогут воспользоваться услугами современного конференц-центра, располагающего семью комнатами для проведения встреч и мероприятий, а также конференц-залом



(общая площадь почти 1000 кв. м), который при необходимости можно поделить на три отдельных зала с помощью передвижных перегородок. Конференц-зона такого масштаба, безусловно, будет способствовать повышению привлекательности Завидово как MICE-направления.

Габриэла Дитетова возглавила менеджмент отеля Park Inn by Radisson City Centre, Sochi

Габриэла Дитетова назначена на должность генерального менеджера гостиницы Park Inn by Radisson City Centre, Sochi. Отель средней ценовой категории добавит 153 номера на гостиничный рынок Сочи.



Габриэла родилась в Чехии, она обладает солидным опытом работы в международной гостиничной индустрии.

К группе Rezidor г-жа Дитетова присоединилась десять лет назад в качестве специалиста отдела продаж отеля Radisson SAS Alcron в Праге, Чешская Республика.

В том же году она получила повышение и была назначена на

должность старшего менеджера по продажам, а в 2001 году стала заместителем директора по продажам.

В 2002 году Габриэла заняла должность директора по продажам гостиницы Radisson SAS Grand Hotel в Софии, Болгария.

В 2005 году Габриэла была назначена директором по продажам и маркетингу открывающейся гостиницы Park Inn Sarvar в Венгрии.

С января по декабрь 2008 года она работала на той же позиции в Radisson SAS Carlton Hotel в Братиславе, Словакия. С декабря 2008 года и до последнего времени Габриэла работала на позиции генерального менеджера отеля Park Inn by Radisson Ostrava в Чехии.

Габриэла владеет английским, русским и болгарским языками.

Park Inn by Radisson City Centre, Sochi расположится в самом центре города, в непосредственной близости от железнодорожного вокзала. Отель предложит гостям 153 комфортабельных номера, а также фитнес-зал, конференц-залы, лаунж-бар и ресторан баварской кухни Paulaner.

Гостиница Park Inn by Radisson City Centre, Sochi входит в портфолио гостиничной группы Rezidor, которая является лидирующим международным гостиничным оператором в Большом Сочи.

Под брендами компании Rezidor в Сочи и на Крас-

ной Поляне работают четыре отеля на 1186 номеров, еще одна гостиница, Radisson Blu Beach Resort & SPA, на 508 номеров готовится к открытию в четвертом квартале 2013 года.

«Я очень рада новой возможности в своей карьере — возглавить открывающийся отель средней ценовой категории Park Inn by Radisson в центре Сочи. Для меня лично работа в России — это очень увлекательный опыт. Мне всегда интересно знакомиться с новыми городами, а тем более с таким, как Сочи. Ведь этот город можно назвать, по-настоящему уникальным рекреационным направлением — здесь совершенно прекрасное море и удивительные по красоте горы. А с новой инфраструктурой город может стать еще более привлекательным для гостей», — говорит Габриэла Дитетова, генеральный менеджер гостиницы Park Inn by Radisson City Centre, Sochi.

Вальтер Нойманн стал руководить сетью AZIMUT Hotels

Совет директоров AZIMUT Hotels назначил генеральным директором компании Вальтера Нойманна.

Себастиан Крамер, исполнявший до середины октября обязанности генерального директора и операционного директора AZIMUT Hotels, останется операционным директором сети.

Вальтер Нойманн обладает почти тридцатилетним опытом работы в индустрии гостеприимства в России и Европе. В AZIMUT Hotels он переходит из Rocco Forte Hotels, где занимал должность гендиректора отелей «Астория» и «Англетер» в Санкт-Петербурге. Также Вальтер Нойманн работал в «Гранд Отеле Европа» начальником отдела управления номерным фондом. До этого г-н Нойманн 13 лет работал на руководящих позициях в Германии в Lindner Hotels, Arabella Sheraton Group и директором

сети отелей Travel Charme Hotels & Resorts. Имеет степень MBA в сфере управления туристической деятельностью.

Генеральный директор AZIMUT Hotels Вальтер Нойманн так рассказал о своих целях на новой позиции: «Моя деятельность будет сконцентрирована на поддержании уверенных темпов развития компании: масштабной программе реновации всей линии отелей AZIMUT Hotels и реализации новых гостиничных проектов в России и Европе, которые на сегодняшний день находятся на стадии девелопмента».



Буркхард Вольтер — генеральный менеджер отеля «Никольская Kempinski Москва»

Буркхард Вольтер назначен генеральным менеджером отеля «Никольская Kempinski Москва», торжественное открытие которого состоится 31 октября 2013 года. Г-н Вольтер — опытный отельер с двадцатилетним стажем работы в ведущих пятизвездочных отелях по всему миру.



До назначения в Москве Буркхард Вольтер руководил отелем Kempinski Hotel & Residence Palm

Jumeirah в Дубае. Опытный управленец, Буркхард Вольтер имеет степень бакалавра по управлению в индустрии гостеприимства Баварской гостиничной школы. Уроженец Германии, он свободно владеет родным немецким, а также английским и французским языками.

Г-н Вольтер начал свою карьеру в 1984 году в качестве шеф-повара. После различных должностей в департаменте общественного питания в отелях Германии, Швейцарии и Великобритании он продолжил профессиональную деятельность на круизных судах.

Карьера в ведущих гостиничных цепочках, таких как Four

Seasons, Shangri-La, Hilton, Raffles, Orient Express, привела г-на Вольтера в Марокко, Оман, Саудовскую Аравию, Камбоджу и ОАЭ. В 2010 году Буркхард Вольтер присоединился к отелям Kempinski, где получил должность генерального менеджера отеля Kempinski Hotel Ajman.

В новой должности генерального менеджера отеля «Никольская Kempinski Москва» в управлении г-на Вольтера будут находиться 211 номеров и люксов отеля, шесть ресторанов и баров, а также спа-центр L. Raphael и мультифункциональные залы для проведения мероприятий.

Ширлин Лим возглавила отель Radisson Sonya, Санкт-Петербург

Компания Carlson Rezidor объявляет о назначении Ширлин Лим генеральным менеджером гостиницы Radisson Sonya в Санкт-Петербурге.

Ширлин — по-настоящему человек мира, она родилась в Сингапуре, является гражданкой Великобритании и Австралии. Ширлин имеет диплом по специальности

гостиничное управление университета Les Roches (Швейцария), а также является обладательницей степени бакалавра Университета Корнелл — одного из крупнейших вузов в США. Опыт работы г-ж Лим в международной гостиничной индустрии охватывает работу в крупных гостиничных компаниях США, Бразилии, Сингапура, Великобритании и Ближнего Востока.

Ширлин присоединилась к компании Rezidor в 2003 году в качестве менеджера службы приема и размещения гостей в отеле Diplomat Radisson SAS в Бахрейне. После небольшого перерыва, в 2006

году, она заняла позицию менеджера номерного фонда гостиницы Radisson SAS Portman Hotel в Лондоне. Позже была назначена на должность помощника генерального директора по операционным вопросам в этом же отеле. Уже в феврале 2009 года г-жа Лим получила должность заместителя генерального менеджера Radisson Blu Hotel Manchester Airport, а в июне 2010 года была назначена генеральным менеджером Park Inn Hyde Park. С сентября 2010 по июль 2012 года Ширлин занимала позицию генерального менеджера гостиницы Park Inn Heathrow.

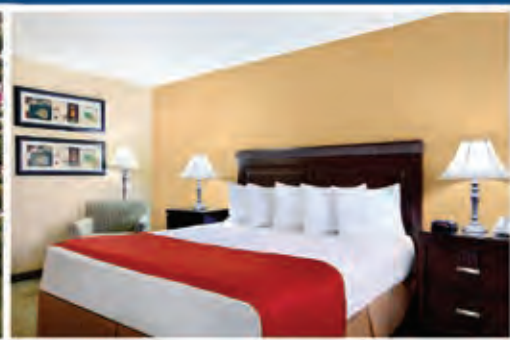




Первый шаг: Добро пожаловать в Best Western!

Вы хотите сделать надежные инвестиции в Ваше будущее? Начните с гостиниц Best Western. Ни одна другая мировая гостиничная сеть не способна принести мир к Вашим ногам так, как Best Western.

В портфолио Best Western – более 4000 гостиниц в более чем 100 стран мира, к Вашим услугам международный опыт и глобальная маркетинговая стратегия крупнейшей гостиничной сети. Наше конкурентное преимущество, способность оказывать влияние и контролировать рынок Вас не разочаруют. Остановите свой выбор на гостинице, которая подходит именно Вам: отеле высокого класса BEST WESTERN PREMIER®, верхнего сегмента среднего класса BEST WESTERN PLUS® или гостинице среднего класса со стандартным набором услуг BEST WESTERN®. Сделайте свой первый инвестиционный шаг в гостиничный бизнес в сопровождении Best Western, и мы будем рады предложить стабильность, надежность и превосходные показатели. Обсудите свои возможности с нами сегодня.



development@bestwesternrussia.ru | join.bestwesternrussia.ru | + 353 1 4605100

*Тарифы приблизительные и не окончательные. Best Western® - это ассоциативное объединение отелей, принадлежащих независимым владельцам и управляемых независимыми гостиничными операторами. Товарные знаки Best Western и Best Western являются знаками обслуживания или зарегистрированными знаками обслуживания Best Western International, Inc. ©2013 Best Western International, Inc. Все права защищены.



PLUS

Первое знакомство: незабываемо

Зачем останавливать свой выбор на потенциальных возможностях, когда перед Вами проверенный план с конкретными результатами? Инвестируйте свои средства в гостиницы BEST WESTERN PLUS® и позвольте самому узнаваемому в мире бренду индустрии гостеприимства работать на Вас. Мы будем рады поделиться нашим богатым опытом привлечения клиентов среднего достатка, желающих потратить свои средства на деловые и туристические поездки.

С нами Вам гарантирована высокая окупаемость инвестиций и, без сомнения, рост личного достатка. Мы предлагаем самую конкурентоспособную в сравнении с крупнейшими глобальными операторами структуру оплаты и цен за услуги.

Готовы ли Вы обсудить наши финансовые условия? Звоните нам сегодня. Best Western крупнейшая в мире гостиничная сеть с более чем 4000 гостиницами в более чем 100 стран мира*.



development@bestwesternrussia.ru | join.bestwesternrussia.ru | + 353 1 4605100

Best Western® - это ассоциативное объединение гостиниц, принадлежащих независимым владельцам и управляемых независимыми гостиничными операторами. Товарные знаки Best Western и Best Western являются знаками обслуживания или зарегистрированными знаками обслуживания Best Western International, Inc. ©2013 Best Western International, Inc. Все права защищены.



PREMIER

Первое впечатление: неповторимо

Подключитесь к огромной покупательной способности самого быстрорастущего в мире бизнес сектора – туризма и гостиничного хозяйства. Число состоятельных туристов, готовых потратить свои средства на услуги гостиниц BEST WESTERN PREMIER®, быстро растёт. Мы предлагаем нашим клиентам именно то, что они ищут: стильный дизайн, надёжный и высококачественный сервис и индивидуальное обслуживание. Вам представляется замечательная возможность инвестировать в этот прибыльный сектор и получить высокую ставку окупаемости вложений. Готовы ли Вы обсудить наши финансовые условия? Звоните профессиональным сотрудникам Best Western сегодня.



development@bestwesternrussia.ru | join.bestwesternrussia.ru | + 353 1 4605100

Best Western® - это ассоциативное объединение гостиниц, принадлежащих независимым владельцам и управляемых независимыми гостиничными операторами. Товарные знаки Best Western и Best Western являются знаками обслуживания или зарегистрированными знаками обслуживания Best Western International, Inc. ©2013 Best Western International, Inc. Все права защищены.

От Fiera Milano к Hospitality Design

Для развития гостинично-ресторанного бизнеса компания Fiera Milano, известный организатор международной выставки Host в Милане, решила запустить новый дизайнерский проект — выставку Hospitality Design. Анонс уже представлен в этом году в рамках Moscow Design Week, проходящей в Центре дизайна Artplay. Проект будет запущен только в 2014 году.

Президент Fiera Milano Микеле Перрини рассказал о масштабах проходящей в Милане с 18 по 22 октября выставке Host: «Это самая крупная международная выставка в мире, охватывающая отели, рестораны, сектор услуг. Площадь выставки — более 100 тыс. кв. м, на ней представлены 1600 международных компаний. В этом году в рамках Host будет презентован новый уникальный проект — инновационный стенд EXIHS (Excellent Italian Hospitality Services), созданный дизайнером и архитектором Данте Бенинью. Проект базируется на идее единого пространства и отсутствия барьера, даже в виде стойки ресепшн, между сотрудниками гостиницы и гостями. По замыслу архитектора, в отеле должно быть единое пространство для общения». По мнению господина Перрини, это большой прорыв в дизайне и новое слово в проектировании отелей, основа для создания гостиницы будущего.

По мнению Пьерпаоло Лодиджиани, генерального директора Fiera Milano Russia, именно формат выставки очень удобен для продвижения всевозможных дизайнерских решений для гостиничного и ресторанного бизнеса. Это своего рода бизнес-платформа для презентации новых идей, а также хорошая возможность молодым дизайнерам заявить о себе. Выставка должна объединить все сегменты отрасли гостеприимства. Архитекторы, дизайнеры, производители мебели, технического оборудования, сантехники могут представить новинки гостиничного бизнеса и дизайна.

По словам Микеле Перрини, российская площадка больше всего подходит для организации подобных мероприятий. «Мы надеемся на успешное сотрудничество с российскими архитекторами и дизайнерами, которые всегда открыты для общения, к тому же в центре Artplay их очень много. Могу отметить, что в отличие от Moscow Design Week выставка Hospitality Design будет иметь коммерческую направленность, и мы надеемся наладить потенциальные контакты как с творческими представителями, так и с руководителями гостиничных комплексов», — сказал он.

Господин Лодиджиани рассказал, почему именно Россия была выбрана для проведения выставки Hospitality Design в следующем году. По его сло-



Президент Fiera Milano Микеле Перрини, президент оргкомитета Moscow Design Week Александр Федотов и генеральный директор Fiera Milano Russia Пьерпаоло Лодиджиани

вам, ни в одной стране мира за последние 20 лет не построено и не открыто такое количество ресторанов и отелей, как в России. «Многие из них поражают своими архитектурными формами, дизайнерскими идеями и решениями, особенно это касается ресторанов. У ресторана может быть не самая лучшая кухня, мне, как итальянцу, это бросается в глаза, но дизайн помещения при этом на очень высоком уровне», — отметил Пьерпаоло.

В свою очередь президент оргкомитета Moscow Design Week Александр Федотов подтвердил, что предстоящая выставка будет носить характер B2B, одной из основных ее задач будет поддержка и продвижение молодых российских дизайнеров. Коммерческая составляющая выставки будет приоритетным моментом. Она будет интересна компаниям, строящим отели или сдающим их «под ключ». Это вдвойне актуально в преддверии чемпионата мира по футболу, который пройдет в 2018 году. Как минимум 11 городов настроены на строительство новых гостиниц, и поэтому в рамках выставки будут организованы бизнес-мероприятия с участием представителей власти, инвесторов и других заинтересованных лиц.

Лариса Михайлик



Участники Форума гостиничного комплекса обсудили главные проблемы индустрии гостеприимства

1-2 октября в Москве прошел Ежегодный деловой Форум гостиничного комплекса, организованный при поддержке Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы.



Первого октября прошли семинары и мастер-классы на площадках выставочного комплекса «Крокус Экспо». Участники получили возможность ознакомиться с лучшими и недавно открытыми гостиницами столицы на экскурсиях, организованных в рамках Форума.

2 октября финальное обсуждение самых острых отраслевых проблем состоялось на пленарном заседании Форума в «Президент-отеле».

Сергей Шпилько, председатель Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы, на пленарном заседании дал характеристику работы гостиничного комплекса города. Он отметил в целом положительную динамику показателей операционной деятельности московских отелей, подчеркнув при этом, что она по-прежнему зависит от фактора сезонности: уровень загрузки падает в периоды снижения бизнес-активности. Сославшись на недавнее исследование компании Jones Lang LaSalle Hotels, глава Москомтуризма заявил, что Москва остается одним из самых приоритетных европейских рынков в плане вложений в гостиничную недвижимость. Благоприятный инвестиционный климат в столице обеспечивает и рост туристских посещений: в прошлом году он впервые превысил пятимиллионный рубеж.

Сергей Шпилько отметил и рост числа маломестных средств размещения в столице: хостелов, мини-отелей. Теперь в городе 236 таких объектов, их число выросло более чем вдвое за пять лет. И такой активный рост связан с увеличением количества индивидуальных путешественников, приезжающих в город.

В Москве стал развиваться и формат апартаментов — сдача квартир посуточно гостям города. Зачастую несколько таких апартаментов сдает один провайдер. Уровень комфорта, который предоставляют такие средства размещения, зачастую очень высок, цены же — значительно ниже, чем в столичных отелях. Перспективы развития такого рода средств размещения очевидны. Сергей Шпилько рассказал и о том, что делает Москомтуризм для привлечения туристов в столицу: растет событийный ряд, создаются поводы для посещения столицы в низкий сезон. Комитет работает и над решением визовой проблемы. Задача минимум в этом плане — разрешение на безвизовый въезд в Москву на 72 часа туристам, имеющим обратный билет.

В рамках Форума прошли круглые столы, посвященные проблемам привлечения инвестиций в гостиничный сектор российских городов и введению обязательной классификации средств размещения в 11 субъектах Федерации, которые примут чемпионат мира по футболу 2018 года.

Этот номер журнала «Пять звезд. Гостиничный бизнес» предлагает читателям материалы с подробным освещением мнений участников этих двух круглых столов.

Ведущие отельеры стали спикерами семинаров Форума. На деловых площадках обсуждались важные отраслевые темы: вопросы операционной деятельности гостиниц, повышение уровня сервиса, продвижение отеля, эффективность рекламных кампаний, управление репутацией отеля на различных интернет-ресурсах.

Фото 1 Сергей Шпилько отвечает на вопросы участников пленарного заседания

Фото 2 Алексей Мусакин, генеральный директор Cronwell Hotels&Resorts и Татьяна Гостенина, вице-президент ФРиО

Фото 3 На деловых площадках Форума



Какие проекты самые перспективные?

В рамках ежегодного делового Форума гостиничного комплекса состоялся круглый стол «Градостроительная политика в сфере индустрии гостеприимства, привлечение инвестиций в гостиничную сферу».

О деятельности Московского правительства в сфере гостиничного бизнеса рассказал Александр Гончаров, заместитель председателя комитета по обеспечению реализации инвестиционных проектов в строительстве и контролю в области делового строительства Москомстройинвеста. 24 декабря 2012 года постановлением правительства Москвы № 793-ПП была утверждена отраслевая схема размещения гостиниц в городе Москве до 2025 года. Схема определяет места размещения гостиниц по территории города в соответствии с расчетной потребностью и типологией гостиничных объектов. Уже сформирован адресный перечень мест размещения гостиниц первой очереди на среднесрочный период (2012–2016 гг.), в него включены объекты с подготовленными разрешительными документами.

В 2013 году за счет средств инвесторов в Москве запланировано построить 16 гостиниц на 3798 мест, в том числе два объекта на 170 мест в рамках переоборудования существующих зданий. Уже сдано пять объектов гостиничного назначения на 920 мест. В 2014 году запланировано строительство 17 гостиниц на 3374 места, а в 2015 г. — 21 объект гостиничного назначения на 8307 мест. В общей сложности трехлетний план включает введение 54 новых гостиниц объемом 15 479 мест.

Каким же образом привлекаются инвесторы для реализации тех или иных проектов? Прежде всего, это торги. В настоящий момент Москомстройинвестом подготовлено шесть лотов с высокой степенью проработки документации на рассмотрение потенциальных инвесторов. Все предлагаемые площадки под гостиничное строительство расположены в разных округах (информация представлена на сайте tender.mos.ru).

Большой интерес для инвесторов могут представлять гостиницы, построенные в 50–80 годах прошлого века, которые подлежат реконструкции. Сейчас реализуются три таких проекта.

В центре столицы расположено много домов, из которых выселены жители, но дальнейшая их судьба не определена. В Москве создан штаб по вовлечению в хозяйственный оборот данных объектов. Уже при-

нято решение о передаче 15 из них под гостиницы — на Мясницкой, Арбате, в Подколокольном переулке и др. Александр Гончаров отметил, что в Москомстройинвесте готовы к встрече с потенциальными инвесторами — гостиничными операторами, у которых есть намерение заниматься такими объектами. Важно, чтобы заинтересованные лица могли ознакомиться с площадками до торгов, тогда Комитету не придется заниматься документацией по неперспективным площадкам.

К сожалению, сегодня земельные участки под застройку предлагаются по очень высокой цене. Гораздо выгоднее аренда или строительство гостиницы в составе многофункционального комплекса. Для повышения экономической привлекательности проектов сейчас прорабатывается вопрос снижения арендной ставки на земельные участки, предполагаемые к строительству гостиниц.

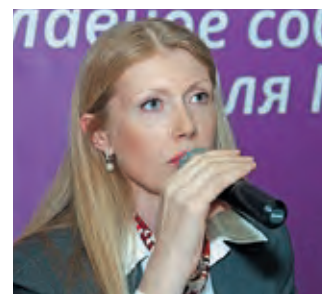
Качественному улучшению номерного фонда столицы могут способствовать реконструкция и модернизация «советских» гостиниц. О том, как подобная практика претворяется в жизнь, рассказал Алексей Воробьев, генеральный директор ЗАО «Туристские гостиничные комплексы «Измайлово», вице-президент Российской гостиничной ассоциации.

Гостиничный комплекс «Измайлово», состоящий из пяти корпусов, был построен в 1980 году как олимпийский объект. Тогда при строительстве были использованы самые новейшие технологии на уровне мировых стандартов. Более десяти лет комплекс загружался на 100% за счет туристических групп и профсоюзных путевок. В 90-е годы наблюдался общий упадок в гостиничной отрасли, а к началу XXI века эти гостиницы уже морально и физически устарели.

Было принято решение сдвоенный корпус сделать разноуровневым: «Дельта» — 4*, «Гамма» — 3*. Это дало возможность предложить рынку разный продукт и увеличить клиентскую нишу. Была проведена полная реновация за счет собственных средств предприятия и пройдена классификация по новой государственной системе. Сегодня в комплексе 14 конференц-залов, 11 ресторанов, обширная структура развлечений, средняя загрузка за 2012 год — 82,5%.



Александр Гончаров,
заместитель председателя
комитета по обеспечению
реализации инвестиционных
проектов в строительстве
и контролю в области
делового строительства
Москомстройинвеста



Анжелика Норманн,
консультант консалтинговой
компании Ernst & Young



Станислав Ивашкевич,

заместитель директора
отдела стратегического
консалтинга и оценки
CBRE Group



Алексей Воробьев,

генеральный директор
ЗАО «Туристские гостиничные
комплексы «Измайлово»
(«Гамма», «Дельта»)



Екатерина Гаранина,

генеральный директор
компания «Аккорд
менеджмент групп»

«Да, программа реновации была сложной, затратной, особенно по «Дельте», но она себя полностью оправдала — доход по гостинице «Дельта» вырос на 15–20%», — отметил г-н Воробьев.

Об особенностях привлечения инвестиций в гостиничную отрасль рассказала Анжелика Норманн, консультант консалтинговой компании Ernst&Young. Она отметила, что, по ее мнению, Москва — это лучший гостиничный рынок страны. И сегодня есть много известных и новых инвесторов, готовых вложить деньги в столичные отели. Но существует ряд серьезных причин, мешающих им действовать активнее. Во-первых, дороговизна предлагаемых под строительство участков; во-вторых, огромное количество согласований; в-третьих, неудачно расположенные участки под гостиничную застройку. Инвесторы хотят строить в деловых кварталах города, а они в основном сконцентрированы в центре. Дорогой участок не предполагает строительства бюджетного отеля, при этом luxury-сегмент уже близок к насыщению. Хотя, по мнению Анжелики, самый выигрышный вариант — отель среднеценового сегмента под западным брендом в центре, он окупится гораздо быстрее.

Станислав Ивашкевич, заместитель директора отдела стратегического консалтинга и оценки CBRE Group, не согласен с подобным утверждением. По его мнению, особая привлекательность гостиницы в центре — это устаревший стереотип. Открытый недавно отель в Одинцово — яркое тому подтверждение, он отлично загружается. Сегодня бизнес в Москве постепенно перемещается из центра на периферию города. Западные компании строят брендовые отели и на Ленинградском шоссе, и на юго-западе столицы, где также наблюдается активное развитие деловой инфраструктуры.

Выступление Екатерины Гараниной, генерального директора УК «Аккорд менеджмент групп», также было посвящено специфике привлечения инвестиций в гостиничную отрасль. Она отметила, что, несмотря на нестабильную обстановку в экономике, гостиничная недвижимость остается перспективным направлением для инвестирования, особенно эта тенденция просматривается в регионах. Екатерина объяснила это падением доходности других видов недвижимости вследствие насыщения рынка, созданием в регионах благоприятных условий для реализации проектов, а также проведением событийных мероприятий мирового масштаба, затрагивающих регионы. Но существует и ряд сдерживающих факторов. «Гостиничный бизнес — для терпеливых», — считает Екатерина. Он капиталоемкий, при этом сроки окупаемости длительные, а проекты очень сложные. Это непрозрачный бизнес в том смысле, что инвесторам очень сложно понять внутренние технологии, влияющие на успешность

предприятия, к тому же очень высока его зависимость от внешних факторов. Из всех объектов коммерческой недвижимости гостиницы считаются самыми сложными как с точки зрения инвестирования, так и с точки зрения проектирования, строительства и согласования. Чтобы уверенно чувствовать себя на гостиничном инвестиционном рынке, нужно научиться анализировать данные о регионе и делать релевантные выводы. Необходимо четко обозначить цели и специфику предприятия. Нужно научиться профессионально себя продвигать, понимать, «как мы выйдем на международных выставках, как представим себя на отдельных событиях, как формируется стратегия продвижения страны на международном рынке и как можно участвовать в этом продвижении». Необходимо уметь считать инвестиции и использовать профессиональные подходы к расчетам инвестиционных расходов и определению рисков. «В нашей отрасли существует много мифов, — отметила Екатерина Гаранина, — о процентах загрузки гостиниц, особенно московских; о сверхдоходности отелей верхнего сегмента; зарубежных сетях и международных гостиничных марках; о возможности строительства конкурентоспособного гостиничного комплекса без привлечения профессионального оператора и т.д. Их нужно развешать».

В чем же суть взаимоотношений между инвестором и гостиничным оператором? Гостиничный оператор — это профессиональный консолидатор всех участников проекта. Но зачастую инвестор не может доверить ему управление инвестиционным проектом строительства гостиничного комплекса, и тогда возникает множество проблем. Заказчик вмешивается в работу управляющей компании, оказывает влияние на методы и способы проведения исследований и окончательные выводы. Он уверен в правильности собственного видения будущего гостиничного комплекса и не соглашается с выводами управляющей компании. Еще хуже обстоят дела, если заказчиков несколько и каждый из них доказывает свою точку зрения. Другой ряд проблем связан с несовершенством нормативной и правовой базы (особенно региональной) в области проектирования и строительства гостиничных предприятий. И как правило, в регионах отсутствует какой-либо учет туристских потоков, что значительно усложняет прогнозирование развития гостиничного и туристского бизнеса.

Резюмируя свое выступление, Екатерина Гаранина обозначила самые действенные стратегии по управлению гостиницами: борьба за качество сервиса и рейтинги, выход на несвойственные концепции отеля сегменты рынка; минимизация издержек за счет аутсорсинга и автоматизации; технологичность; развитие дополнительных услуг, не связанных с размещением.

Ксения Галина

«Звезды» — наш профессиональный символ...

Обязательная классификация гостиниц — теперь одна из самых «горячих» отраслевых тем. Во всяком случае, в 11 субъектах Федерации, которые готовятся принимать чемпионат мира по футболу 2018 года. Для них дата названа — 1 июля 2015 года. Причем это дата не старта, как ошибочно думают многие, а завершения процедуры классификации. За три года до открытия чемпионата в регионах, которые будут его принимать, запрещается деятельность средств размещения, не прошедших процедуру классификации по государственной системе.

Принятие поправок к системе классификации, утвержденной приказом Минспорттуризма № 35 от 25 января 2011 года, которую в профессиональной среде принято называть «новой», — еще одна важная новость по теме. Поправки внесены и утверждены приказом Министерства культуры, теперь отредактированный документ — на утверждении в Минюсте.

Всем этим темам были посвящены несколько профессиональных встреч — семинары по классификации средств размещения, организованные Комитетом по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы в отеле Best Western Vega Hotel & Convention Center, специальная конференция Московского международного форума МТСО-2013, наконец, Гостиничный форум — 2013. Журнал «Пять звезд. Гостиничный бизнес» подводит итог профессиональным дискуссиям по теме классификации и публикует выдержки самых ярких выступлений.

Болевые точки

Сергей Шпилько, председатель Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы, выступая и на Московском международном форуме МТСО-2013, и на Гостиничном форуме — 2013, отме-

тил, что Москомтуризм изначально выступал за продление сроков введения обязательной классификации. «Но закон принят, и теперь придется работать в этих условиях», — сказал глава Москомтуризма.

Г-н Шпилько сообщил, что в Москве из порядка 500 средств размещения лишь 22 гостиницы прошли процедуру классификации. По словам главы Москомтуризма, «представители средств размещения пока не осознали сложности положения». Он призвал отельеров, представляющих крупные гостиницы, которым предстоит довести свой уровень до требований системы, заняться этой работой уже сейчас.

Еще одна проблема, по мнению Сергея Шпилько, состоит в малочисленности экспертов по классификации средств размещения.

Вызывает вопросы и порядок прохождения классификации. Перед означенной датой — 1 июля 2015 года — отели, по словам главы Москомтуризма, рискуют попасть «в очередь», а это может привести и к повышению расценок аккредитованных организаций, и самое страшное — к торговле «звездами». Он заверил представителей гостиничного комплекса столицы, что Комитет по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы сделает всё, чтобы аккредитованные организации работали с максимальной активностью.



Сергей Шпилько,
председатель Комитета по
туризму и гостиничному
хозяйству города Москвы

Федеральный закон № 108-ФЗ от 7 июня 2013 года: «С 1 июля 2015 года в субъектах Российской Федерации, в которых будут проводиться спортивные соревнования, перечень которых устанавливается уполномоченным Правительством Российской Федерации федеральным органом исполнительной власти, предоставление гостиничных услуг, услуг по временному размещению и (или) обеспечению временного проживания допускается при наличии свидетельства о присвоении гостинице или иному средству размещения категории, предусмотренной системой классификации гостиниц и иных средств размещения, в порядке, установленном в соответствии с Федеральным законом от 24 ноября 1996 года № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».



Николай Королев,
заместитель директора
департамента туризма
и региональной политики
Минкульта



**Маргарита
Немоляева,**
президент ассоциации
«Отель Эксперт»



Наталья Петровская,
адвокат, член Лиги хостелов

К чему готовиться?

Итак, новая редакция системы классификации средств размещения зафиксирована приказом Министерства культуры № 14-77 от 23 сентября 2013 года. Но документ еще не вступил в силу, он находится на утверждении в Министерстве юстиции.

Каких перемен ждать отельерам?

Прежде всего, отметили **Николай Королев**, заместитель директора департамента туризма и региональной политики Минкульта, и **Маргарита Немоляева**, президент ассоциации «Отель Эксперт», руководитель коллектива разработчиков новой редакции, никаких кардинальных перемен в системе не произошло. Учтена специфика маломестных средств размещения, а также хостелов. «Новая редакция направлена на то, чтобы учесть всё разнообразие средств размещения. Это связано с тем, что система классификации становится обязательной, — заверила г-жа Немоляева. — Учитываются особенности эксплуатации отелей, расположенных в историко-архитектурных памятниках и в районах исторической застройки, а также апарт-отелей, курортных гостиниц, домов отдыха, пансионатов и иных аналогичных средств размещения».

Что же касается крупных отелей — от 50 номеров, требования к ним стали даже менее жесткими, чем в предыдущей редакции. Например, в отелях 4* вместо ежедневной смены белья предусматривается обязательная смена белья через день. Г-жа Немоляева заверила, что разработчики новой редакции руководствовались главным принципом: любые изменения, ставящие своей целью повышение качества обслуживания, не должны привести к дополнительным затратам со стороны отельеров!

Что касается номерного фонда, то в соответствии с международным стандартом вводится новая категория номеров высшей категории «джуниор сьют» (по сути, это те номера, которые прежде относились к

категории «студия», для которой теперь обязательно наличие кухонного уголка). В остальном требования к номерному фонду останутся без изменений.

Принципиальные изменения в новой редакции связаны с введением типологии отелей и появлением категории «без звезд». Последняя была введена для тех средств размещения, которые по тем или иным причинам не могут претендовать на категорию 1*. **Маргарита Немоляева** отметила, что это вовсе не значит, что «беззвездная» категория будет указана в свидетельстве и в знаке категории гостиницы, — в этих документах будет лишь информация о типе средства размещения. Тип средства размещения будет присваивать аккредитованная организация, которая будет классифицировать гостиницу.

Важные изменения коснулись и требований к персоналу: теперь сотрудникам средств размещения не обязательно повышать свою квалификацию в вузах — это можно сделать и на тренингах на месте работы.

Наиболее важным новшеством новой редакции системы классификации станет ее распространение на маломестные средства размещения — мини-отели, хостелы, сельские гостевые дома. При этом, по словам **Маргариты Немоляевой**, авторы системы, составляя требования к хостелам, опирались на рекомендации Лиги хостелов. Это касается требований к площади номера (для хостелов допускается площадь номера из расчета не менее 4 кв. м на одну кровать — одноярусную или двухъярусную, расстояние от верхней спинки двухъярусной кровати до потолка — не менее 75 см), то есть в основу легли требования профессионального союза.

Другое дело, что часть представителей Лиги хостелов считают, что хостел — особый вид предпринимательской деятельности, и на него не должна распространяться система классификации гостиниц. **Наталья Петровская**, адвокат, член Лиги хостелов, выступая на Гостиничном форуме, сказала, что «звезды» хостелам не нужны. По мнению эксперта, лучше сориенти-

Большинство отельеров классифицированных средств размещения довольны результатом прохождения процедуры и утверждают, что официальные «звезды» на фасаде принесли им дополнительные дивиденды. Так, Валерий Максимов, генеральный директор отеля Best Western Vega Hotel & Convention Center, утверждает, что получение категории 4* открыло дорогу к новым географическим рынкам и клиентским нишам. Отельер счел также очень полезными замечания и рекомендации экспертов по классификации: они подметили те недостатки, которые менеджеры отеля не видели — «замылился» глаз. Другая реакция — у руководителей тех гостиниц, которым пришлось понизить свою категорию при получении «звезд». Один столичный отель стал «двухзвездным», а до прохождения процедуры позиционировал себя на 3*. По словам генерального директора гостиницы, этот фактор сказался на операционных показателях отрицательно: цены остались прежними, а загрузка упала.

Самое главное: остаются в силе «звезды» гостиниц, которые уже прошли классификацию в рамках предыдущей редакции системы или готовятся ее проходить в ближайшее время, до регистрации новой редакции в Минюсте. Им не надо будет проходить процедуру раньше, чем через оговоренные законом два года.

В Москве из порядка 500 средств размещения лишь 22 гостиницы прошли процедуру классификации.

рует потребителя балльная оценка, которая выставлена в глобальных системах бронирования.

И самое главное: остаются в силе «звезды» гостиниц, которые уже прошли классификацию в рамках предыдущей редакции системы или готовятся ее проходить в ближайшее время, до регистрации новой редакции в Минюсте.

Им не надо будет проходить процедуру раньше, чем через оговоренные законом два года.

Никуда без «звезд»

Выступая на обучающей программе, посвященной классификации гостиниц, Маргарита Немоляева рассказала, на что нужно обратить внимание гостиницам, которые только готовятся к процедуре классификации. Эксперт считает, что в первую очередь нужно соотнести возможности отеля с требованиями классификации и понять, на какую категорию он сможет претендовать. Она посоветовала акцентировать внимание на тех требованиях, выполнение которых наиболее затратно. Например, для гостиницы, которая претендует на 4*, обязательно кондиционирование воздуха во всех помещениях. Отель, который хочет иметь категорию 3*, не может не гарантировать бесперебойного горячего и холодного водоснабжения в течение всего года и полной независимости в этом вопросе от городских коммунальных служб.

Если к серьезным вложениям гостиница не готова, значит, надо снизить уровень претензий по категориям. И не всегда, кстати говоря, это во вред. «Завышать «звезды» — это глупость. Отели с завышенными «звездами» неизбежно будут иметь много недовольных клиентов», — предостерегает эксперт.

Владимир Ефимов, эксперт по классификации отелей, отметил в своем выступлении на Гостиничном форуме, что гостиницы, сопротивляясь официальной классификации, тем не менее активно используют «звезды» или похожие на них знаки для собственного позиционирования: «Если смотреть интернет-источники или каталоги, то в них 70% московских отелей проставляют себе «звезды». Получается, нельзя сказать, что «звезды» нам не нужны. «Звезда» — наш профессиональный символ».

Ксения Русакова, заместитель начальника юридического департамента по корпоративному управлению ОАО «Гостиничная компания», и Маргарита Немоля-

ева подняли тему ответственности средств размещения за незаконно присвоенные «звезды». Потребитель, который заметил, что «звезды» отель «нарисовал себе сам», может пожаловаться в Роспотребнадзор и в Антимонопольный комитет, ведь это нарушение законов «О рекламе» и «О защите прав потребителя».

Конкурент, отметивший подобное нарушение, также может обратиться в Антимонопольный комитет — нарушение антимонопольного законодательства предполагает очень серьезные штрафы.

У ФИФА — свои оценки

Итак, обязательная классификация всех гостиниц вводится в субъектах Федерации, которые готовятся принять чемпионат мира по футболу 2018 года.

Помимо этого, представители ФИФА будут отдельно inspectировать отели, которые примут участников чемпионата: спортсменов, судей, официальные делегации, аккредитованных журналистов. Эта работа поручена агентству Вугон, выигравшему тендер ФИФА.

Лана Ключева, управляющий эксперт агентства, в выступлении на форуме MITCO-2013 рассказала о том, как будут оцениваться 700 средств размещения, которые станут обслуживать участников чемпионата. Эти гостиницы будут оцениваться с учетом требований целевых групп: например, отель как база для размещения команды должен иметь категорию не менее 4*, в требования ФИФА входит обязательное наличие парковки для автобуса. Отели для СМИ должны обеспечивать работу ресторанов и кафе круглосуточно — сотрудники прессы работают на подобных спортивных мероприятиях 24 часа в сутки.

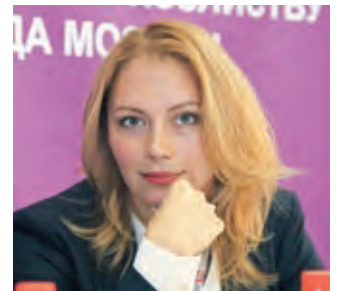
Г-жа Ключева отметила, что представители уполномоченного агентства ФИФА будут обращать особое внимание на хорошее освещение лобби, наличие полноценных систем вентиляции в общественных зонах отелей, отсутствие посторонних запахов в гостинице.

Представитель агентства Вугон отметила, что проинспектированные ею гостиницы не всегда соответствовали требованиям ФИФА, хотя были классифицированы и имели нужную категорию.

К приему участников чемпионата нужно будет готовиться особенно.



Владимир Ефимов,
эксперт по классификации отелей



Ксения Русакова,
заместитель начальника
юридического департамента
по корпоративному
управлению ОАО
«Гостиничная компания»



Лана Ключева,
управляющий эксперт
агентства Вугон

Элеонора Арефьева

Russian Business Travel & MICE Award — 2013: лауреаты названы

Четвертая церемония награждения победителей и лауреатов премии Russian Business Travel & MICE Award — 2013 состоялась в Москве в гостинице «Президент-отель». За звание победителей в 17 представленных номинациях боролись около 300 российских и международных компаний, работающих в сфере бизнес-туризма.

Себастиан Крамер,
операционный директор
AZIMUT Hotels:

— Для нас, как для сети отелей, большая честь стать победителями премии Business Travel & MICE Award именно в этой номинации. AZIMUT Hotels — это самая большая международная сеть отелей в России и по количеству номеров, и по географическому охвату рынка. Это позволяет нам предложить свои клиентам и партнерам полный спектр услуг по проведению деловых мероприятий в крупнейших городах России, Германии и Австрии, а также расселению по-настоящему крупных групп их участников. Награда Business Travel & MICE Award является еще одним подтверждением того, что мы развиваемся в верном направлении.

Рussian Business Travel & MICE Award — награда для лучших компаний и предприятий сферы делового туризма и MICE, которую в 2010 году учредили Торгово-промышленная палата РФ, журнал Business Travel и портал conference.ru.

Проект охватывает всех участников рынка делового туризма. В его рамках в 17 номинациях были названы лучшие конгрессные гостиницы в Москве, Санкт-Петербурге и регионах страны, лучшие конгрессные центры, организаторы конференций и инсентив-программ в России и за рубежом, business travel агентства, авиакомпании для бизнес-путешественников, конвеншн-бюро и ряд других. Кроме того, был вручен специальный приз за самый яркий MICE-проект года.

Открытое голосование началось 16 июня, продолжалось три месяца и завершилось за две недели до церемонии награждения. За это время было подано более 90 тысяч голосов, что гораздо больше, чем год назад. Для подведения итогов был сформирован экспертный совет Russian Business Travel &

MICE Award. В него вошли представители ведущих российских и международных компаний — крупных заказчиков услуг business travel и MICE.

Специализация деятельности компаний, представители которых являются членами экспертного совета, охватывает самые разные рыночные сектора — от авиационной и оборонной промышленности до фармацевтики, электроники и автомобильного бизнеса. Во главе экспертного совета RBTMA — вице-президент Торгово-промышленной палаты Александр Рыбаков.

Награды победителям вручали Сергей Шпилюк — председатель Комитета по туризму и гостиничному хозяйству г. Москвы; Ольга Ярилова — директор департамента туризма и регионального развития Министерства культуры Российской Федерации; Евгений Писаревский — заместитель руководителя Федерального агентства по туризму РФ; Александр Рыбаков — вице-президент Торгово-промышленной палаты РФ, председатель экспертного совета награды; Ксения Бойкова — генеральный директор АНО «Конгрессно-выставочное бюро





города Москвы»; Елизавета Назарьева — директор выставки МІТТ и проекта «Индустрия встреч»; Ким Ваддуп — президент выставки делового и инсентив-туризма Moscow International MICE Forum и другие.

По традиции ведущими церемонии были профессионалы туриндустрии: генеральный директор компании Hospitality In. Comm Елена Лысенкова, генеральный директор компании «Випсервис» Дмитрий Горин и президент группы компаний UTS Алексей Крылов.

Гостями церемонии стали более 300 руководителей конгрессных гостиниц, профильных компаний, представители крупных корпоративных заказчиков MICE и business travel услуг.

Среди обладателей премии Russian Business Travel & MICE Award — 2013:

Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 5* — отель «Ритц Карлтон Москва»

Лауреаты номинации:

Отели «Марриотт Ройал Аврора», «Марриотт Гранд-отель», «Марриотт Тверская», отель «Балчуг Kempinski Москва»

Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 4* — гостиница «Дельта» ТГК «Измайлово»

Лауреаты номинации:

Korston Hotel Moscow, «Холидей Инн Москва Сущевский»

Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 3* — гостиничный комплекс «Космос»

Лауреаты номинации:

РУСОТЕЛЬ, ТГК «Бета»

Лучшая конгрессная гостиница С.-Петербурга — гостиница «Астория»

Фото 1 Александр Рыбаков, вице-президент ТПП РФ, вручает награду Анне Поверенновой, главе департамента коммуникаций сети AZIMUT Hotels

Фото 2 С почетной наградой — Алексей Воробьев, генеральный директор ЗАО ТГК «Измайлово» («Гамма», «Дельта»)

Фото 3 Маргарита Держачева, заместитель директора по продажам и маркетингу, Московское представительство Rocco Forte Hotels, и Мария Рыжкова, директор Московского представительства Rocco Forte Hotels, с наградой отеля «Астория», который входит в коллекцию Rocco Forte

Фото 4 Елена Лысенкова и Алексей Крылов, ведущие церемонии

Фото 5 Алена Костенко, директор по продажам отеля The Ritz-Carlton, Москва — лауреата премии

Фото 6 Елена Маневич, заместитель генерального директора, коммерческий директор ОАО «ТК «Космос»

Фото 7 Виктор Табачков, генеральный директор Гранд-отеля «Жемчужина», Сочи

Лауреаты номинации:

«AZIMUT Отель Санкт-Петербург», «Radisson Royal Отель Санкт-Петербург»

Лучшая региональная конгрессная гостиница — отель «Жемчужина» (г. Сочи)

Лауреаты номинации:

Отель Vostok, парк-отель «Воздвиженское»

Лучшая гостиничная сеть для деловых мероприятий — AZIMUT Hotels

Лауреаты номинации:

Rixos Hotels, HELIOPARK Hotels & Resorts

С полным списком награжденных можно познакомиться на сайте www.mice-award.ru.

Официальный зарубежный партнер награды: KMICE by Karavan (Турция)

Международный партнер проекта: World Travel Market

Официальный выставочный партнер награды: «MITT — Индустрия встреч»

Официальный страхового партнера церемонии: «Группа Ренессанс Страхование»

Официальный партнер награды: проект MICEDISCOUNT

Официальный технический партнер церемонии: SKYFOX GROUP

Алексей Воробьев,
генеральный директор
ЗАО ТГК «Измайлово»
«Гамма» — «Дельта»):

— Победа в конкурсе Russian Business Travel & MICE Award очень почетна для нас. Прежде всего, потому что эта оценка коллег, а значит, оценка профессиональная, что всегда дорогого стоит. Почетно быть первыми среди лучших. Нам очень приятно, что из множества очень достойных столичных отелей именно нашему выпала честь получить высокую награду из рук Сергея Павловича Шпилюко, главы Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы. Я хотел бы поблагодарить организаторов и сказать, что эта премия очень востребована профессиональным сообществом. Признание высокого статуса конкурса очевидно: самые авторитетные представители индустрии деловых встреч выходили на сцену в день вручения наград.

От состояния роста к состоянию насыщения

Ключевые гостиничные рынки России проанализировали эксперты компании Jones Lang LaSalle Hotels. Журнал «Пять звезд. Гостиничный бизнес» знакомит читателей с их выводами.

«Москва остается ключевым гостиничным рынком в России как для девелоперов, так и для инвесторов. Сегодня в городе работают 36 отелей под управлением международных операторов (около 11 тыс. номеров), а на ближайшие три года заявлено открытие еще 4,5 тыс. номеров, преимущественно экономичного и среднего сегментов. В результате до конца 2016 года рынок брендированных отелей в Москве может вырасти на 40%», — считает Дэвид Дженкинс, руководитель департамента гостиничного бизнеса компании Jones Lang LaSalle в России и СНГ.

Загрузка московских гостиниц превысила докризисный уровень во всех сегментах, за исключением Upper Upscale (верхний предел верхнего ценового сегмента). В 2008 году загрузка таких объектов составляла 70,4%, тогда как сейчас из-за значительно выросшей конкуренции после открытия таких объектов, как Radisson Royal Hotel Moscow, InterContinental Moscow Tverskaya и других, она находится на уровне 62%.

Средний тариф и доходность отелей Москвы во всех сегментах уступает докризисным показателям: например, средняя цена в люксовом сегменте в 2007 году достигла 15,9 тыс. рублей, а в 2013 году этот показатель составляет около 13 тыс. рублей.

«Мы не ожидаем, что ADR и RevPAR в Москве сравняются с рекордами 2007–2008 годов. В тот период из-за недостатка предложения на рынке был «пузырь», и коррекция была неизбежна. Эта ценовая коррекция совпала с периодом кризиса», — отмечает Дэвид Дженкинс.

Если анализировать ситуацию более подробно, то в сегменте люксовых гостиниц столицы эксперты Jones Lang LaSalle Hotels отмечают стабильность загрузки на протяжении последних четырех лет: она остается на уровне 65%. За тот же период средний тариф вырос всего на 7%, так что в сущности можно говорить

о статичности данного сегмента. Открытие гостиницы Four Seasons в будущем году должно оказать влияние на показатели этого сектора.

Показатели в верхнем пределе верхнего сегмента были подвержены более ощутимым колебаниям. «Открытие сразу нескольких новых гостиниц привело к резкому снижению загрузки в 2011 году, что потребовало более продолжительного времени для восстановления — только гостиницы верхнего предела верхнего сегмента пока не достигли докризисного уровня загрузки», — комментирует Дэвид Дженкинс. — Из-за падения среднего тарифа за первые три квартала 2013 года на 6% и минимального увеличения загрузки показатель RevPAR отстает от прошлогоднего на 5%».

В сегменте Upscale, напротив, отмечается существенный рост загрузки (по итогам трех кварталов 2013 года она составила 71%), в то же время тариф снизился на 1%. При росте загрузки средний тариф не увеличивается даже на уровень годовой инфляции.

Средний тариф в сегменте Upper Midscale не менялся с 2010 года, в то время как загрузка после периода незначительного роста сильно упала в этом году (74% в 2012 году, до 70% за первые три квартала текущего года). «По всей вероятности, загрузка в этом сегменте уже достигла предела, тем не менее гостиницы по-прежнему не могут начать наращивать свои тарифы. Если принять во внимание ежегодную инфляцию, то фактически происходит снижение цен. С появлением значительного количества новых гостиниц в данном сегменте в течение следующих трех лет можно ожидать дальнейшего падения стоимости проживания», — прогнозирует Дэвид Дженкинс.

Загрузка среднего сегмента достигла отдельных показателей, а динамика среднего тарифа, который в 2013 году стал снижаться, обусловлена показателем сегмента Upscale, который определяет максимальную планку. Изменения в тарифах верхнего предела сред-



Дэвид Дженкинс,
руководитель департамента
гостиничного бизнеса
компании Jones Lang LaSalle
в России и СНГ

него сегмента окажут давление на цены гостиниц среднего сегмента.

По мнению Дэвида Дженкинса, «в условиях, когда до конца года осталось всего три месяца, можно прогнозировать, что положительную динамику по году продемонстрирует только люксовый сегмент, в то время как в остальных показатель RevPAR снизится на 1–4% по сравнению с 2012 годом. С падением средних тарифов — на фоне увеличения расходов отельеров на уровне инфляции или даже выше нее — возрастает давление на прибыльность гостиничного бизнеса, что не способствует ее росту. Подобное может негативно сказаться на денежном потоке гостиниц. Положительным для владельцев отелей в Москве является рост интереса потенциальных инвесторов к покупке гостиниц в городе, сочетающийся с нехваткой объектов на продажу, что приводит к снижению ставок капитализации и увеличению стоимости объектов».

Москва является наиболее привлекательным городом России с точки зрения деvelopeмента новых гостиниц. «Инвесторы сейчас принимают решение о строительстве объектов на основе IRR (внутренней нормы доходности). Доходность московских проектов с грамотной концепцией в хорошей локации находится на уровне 20% и выше, тогда как в регионах, даже в востребованном среднем ценовом сегменте, — 10% и ниже», — комментирует г-н Дженкинс.

Рынок Санкт-Петербурга по-прежнему характеризуется высокой сезонностью. Сегодня, по данным Jones Lang LaSalle, в городе насчитывается 7,5 тыс. номеров в управлении международных операторов, это только 25% от общего объема гостиничного предложения Петербурга. С 2011 года рынок в городе значительно вырос — на 1 тыс. номеров в отелях глобальных сетей, еще 800 номеров должны появиться до конца 2013 года и в будущем году. По мнению Дэвида Дженкинса, «все это делает инвестиции в гостиничный рынок Петербурга долгосрочными с точки зрения окупаемости. В то же время даже в краткосрочной перспективе мы видим потенциал в сегменте экономических и среднеценовых отелей».

Гостиничный рынок регионов России (без учета Москвы, Санкт-Петербурга и Сочи) отличается ограниченным предложением номеров и высокой чувствительностью к цене проживания. Рост показателей региональных отелей происходит только в части загрузки, тогда как средний тариф остается относительно стабильным, и это обстоятельство не дает особых



надежд на увеличение доходности. Так, загрузка гостиниц среднего сегмента в регионах в 2012 году достигла 49% (для сравнения: в 2011 году она находилась на уровне 44%), верхнего сегмента — 45% (против 37% годом ранее). Тариф в среднем сегменте составляет 3,6 тыс. рублей, в верхнем — 4,6 тыс. рублей. По прогнозу Jones Lang LaSalle, в 2013 году загрузка региональных отелей вырастет еще на 7–10%, тогда как средний тариф останется на прежнем уровне.

Комментируя инвестиционную активность в гостиничном сегменте, Дэвид Дженкинс заявил: «По нашим оценкам, объем инвестиций в гостиничный рынок Москвы в 2011 году составил около 800 млн долларов, преимущественно благодаря продаже отеля Ritz-Carlton, в 2012 году — 655 млн долларов (сделки с такими объектами, как «Метрополь», «InterContinental Москва Тверская», «Radisson Славянская» и др.). С начала 2013 года была объявлена только одна крупная сделка в сегменте — продажа «Renaissance Olympic Москва».

Главную роль на инвестиционном рынке в гостиничном сегменте в Москве играет «локальный» капитал, включая покупателей из России, Украины, Азербайджана и Казахстана. В то же время растет спрос со стороны китайских инвесторов, а также наблюдается «отдаленный» интерес ближневосточных покупателей. По мнению экспертов Jones Lang LaSalle, в обозримом будущем основные инвестиции в гостиничный рынок России по-прежнему будут локальными.

Новые отели — отличительная черта почти каждого крупного российского города. Гостиничный комплекс ГРИНН, Орел

Гостиничный рынок регионов России (без учета Москвы, Санкт-Петербурга и Сочи) отличается ограниченным предложением номеров и высокой чувствительностью к цене проживания. Рост показателей региональных отелей происходит только в части загрузки, тогда как средний тариф остается относительно стабильным, и это обстоятельство не дает особых надежд на увеличение доходности.

Экономическое чудо

В последние годы Москва предлагает различные варианты недорогого размещения. И каждый турист, желающий приехать в город по делам или на отдых, может без труда найти подходящий вариант.



Крупных гостиниц, предлагающих экономичное размещение, в Москве появляется немного — в основном рынок отелей 1-2* представлен объектами советской постройки. Между тем отели экономического сегмента международных брендов, которые уже начали работу в Москве, имеют прекрасные показатели. Так, отель «ibis Москва Павелецкая» с момента своего открытия в 2009 году неизменно демонстрирует показатели загрузки, близкие к максимальным.

В ближайшем будущем, по мнению экспертов, инвесторы будут проявлять все больше интереса к гостиницам экономсегмента в столице. В частности, руководитель департамента гостиничного бизнеса компании Jones Lang LaSalle в России и СНГ Дэвид Дженкинс отмечает, что на ближайшие три года в Москве заявлены к открытию еще 4,5 тысячи номеров преимущественно экономического и среднего сегментов. На сегодня лишь порядка 30 крупных отелей Москвы можно отнести к категории экономического и бюджетного сегментов.

Нишу недорогого размещения в столице заняли маломестные средства размещения. Сейчас в Москве работают 101 хостел, 134 мини-отеля.

Особенно важным с точки зрения развития туристской индустрии в Москве эксперты считают появление хостелов. Этот формат размещения стимулирует молодежный туризм. Клиенты хостелов не просто хотят посмотреть Прагу, Барселону, Москву — им нужна атмосфера молодежной тусовки, которую может предложить только хостел.

Как сказал Иван Ксенофонов, владелец хостела «Таганка»: «Наши потребители — это особый сегмент, они едут в хостел во многом ради того, чтобы получить социальную сеть в офлайне. Эти туристы могут и отказаться от поездки в город, если не найдут там хостелов».

Формат капсульных отелей поначалу стали осваивать в столичных аэропортах, но недавно первое такое средство размещения открылось в центре города на 1-й Тверской-Ямской улице.

Апартаменты — квартиры, которые сдаются посуточно, — это относительно новый для рос-



Фото 1 «ibis Павелецкая» — один из первых брендовых отелей экономкласса в столице

Фото 2 Хостел сети Bear Hostels в центре Москвы

Фото 3 Капсульный отель Sleepbox Hotel на 1-й Тверской-Ямской улице



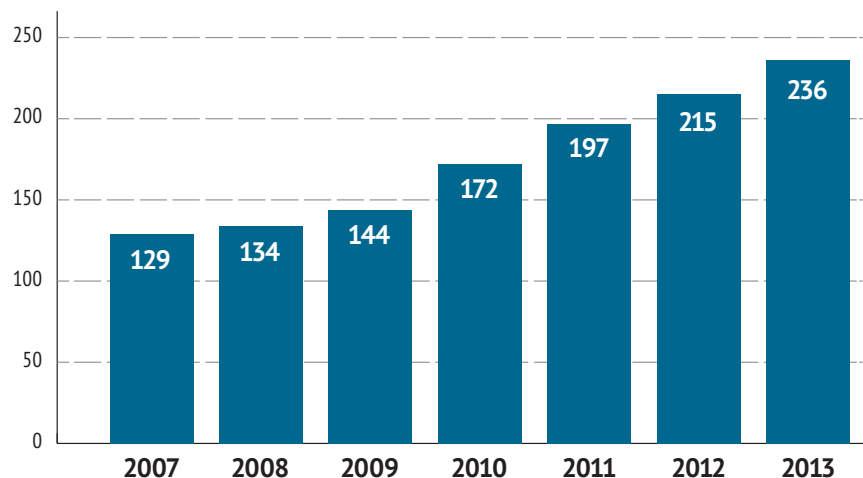
сийской столицы, но набирающий популярность вариант размещения. Примечательно, что такой формат очень популярен в городах с наиболее высокими ценами на гостиничное проживание: Нью-Йорке, Лондоне, Гонконге, Сиднее.

Апартаменты привлекают и тех, кто едет в города с экскурсионными целями, и бизнес-туристов. Владельцы апартаментов, как правило, доверяют управление своей недвижимостью компании-провайдеру. Каринэ Шмарева, генеральный директор компании Intermark Serviced Apartments, которая занимается этим бизнесом, рассказала, что цена апартаментов экономсегмента колеблется в диапазоне от 4 до 6 тысяч рублей за сутки. С учетом того, что апартаменты обычно снимают несколько человек, цены на размещение в них можно сопоставить с ценами хостелов.

Столица за последние несколько лет пережила настоящий бум маломестных средств размещения. По данным Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы, количество таких объектов с 2007 по 2013 год выросло в два раза: их теперь в столице 235. Маломестные средства размещения предоставляют гостям столицы более 12 тысяч мест.

Георгий Мохов, заместитель главы Комитета по туризму и гостиничному хозяйству, назвал быстрый рост хостелов, мини-отелей и других небольших и необычных объектов гостепри-

Развитие маломестных средств размещения



■ Количество маломестных средств размещения

Источник: Комитет по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы

имства в Москве экономическим чудом. По его мнению, такие темпы роста вызваны в первую очередь изменением структуры спроса на туристические услуги столицы, а конкретно — ростом индивидуальных «самостоятельных» туристов, настроенных на экономичное размещение. По прогнозам Москомтуризма, рост маломестных средств размещения в столице в ближайшее время продолжится.





В МОСКВЕ ОТКРЫЛАСЬ НОВАЯ ПЛОЩАДКА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ

Партнер Ассоциации Бизнес-Туризма отель «Садовое кольцо», успешно прошедший аттестацию АБТ в категории «бизнес-отель», представил новую площадку для организации конференций, семинаров, круглых столов, выставок и других мероприятий. Дом приемов «Садовое кольцо» расположен в историческом центре Москвы, рядом с Сухареvской площадью.

Новый деловой центр представляет собой часть одноименного гостиничного комплекса, но расположен в отдельно стоящем здании. Таким образом, гости Дома приемов во время проведения мероприятий не нарушают покой тех, кто живет в отеле.

В Доме приемов «Садовое Кольцо» разместились четыре многофункциональных зала общей вместимостью до 260 человек. Каждый из них оборудован современной презентационной техникой, профессиональной аудиоаппаратурой, системой кондиционирования и позволяет проводить мероприятия любого формата, от пресс-конференций до встреч на высшем уровне. Площадь самого большого Павловского зала составляет 87 кв. м.

«Конкуренция на столичном рынке в сегменте организации деловых мероприятий довольно высока. Однако о полном насыщении рынка говорить пока рано. Новые объекты появляются редко, а у «старых» игроков оборудование ветшает, помещения требуют дополнительного ремонта. Поэтому у меня нет сомнений, что новый Дом приемов «Садовое Кольцо» будет пользоваться большим спросом», — говорит генеральный директор управляющей компании «Аккорд менеджмент групп» Екатерина Гаранина.



Образовательный семинар АБТ: первый шаг к успеху

На образовательный семинар «Продажи в гостиничной индустрии. Корпоративные клиенты. Что нужно знать, чтобы работать с ними успешно», организованный Ассоциацией Бизнес Туризма (АБТ) 13 сентября в отеле Hilton Moscow Leningradskaya, приехали десятки представителей отельной индустрии из Москвы и регионов.



Участники семинара вместе с Ириной Боссхард, руководителем программы АБТ «Аттестация бизнес- и конференц-отелей» и спикером мероприятия, выяснили, как сделать пребывание бизнес-туриста в отеле максимально комфортным и на какие нюансы стоит обратить особое внимание при приеме деловых групп. Слушатели обсудили перечень критериев, по которым деловые путешественники выбирают отель. Наличие высокоскоростного Интернета, удачное расположение, возможности бизнес-зоны определяют порой не только уровень комфорта, но и удачное проведение переговоров.

«Всегда нужно четко понимать, что деловой путешественник едет в командировку работать, а не отдыхать. Поэтому для бизнесмена так важно наличие в номере письменного стола, хорошего освещения и места для встреч с партнерами», — говорит г-жа Боссхард.

В ходе образовательной программы слушатели семинара узнали, как грамотно управлять расходами на деловые поездки, определили роль посредника в работе с корпоративным сегментом и обозначили основные принципы, по которым должна выстраиваться корпоративная travel- и event-политика.

«Образовательный семинар АБТ — это лучшая площадка для обсуждения наиболее важных вопросов. Ирина Боссхард — прекрасный бизнес-тренер. Она всегда готова обсудить сложную ситуацию и дать несколько путей решения любой проблемы. Кроме того, на семинарах АБТ появляется эксклюзивная возможность узнать, что происходит у твоих коллег, и проанализировать их опыт. На образовательной сессии так интересно, что время пролетает незаметно», — отметила Юлия Назарова, отель Hilton Moscow Leningradskaya.

Софья Дукорская

Марко Закк — шеф-повар ресторана Paulaner отеля «Park Inn by Radisson Ярославль»

Марко Закк назначен шеф-поваром ресторана баварской кухни Paulaner, который располагается при новом отеле «Park Inn by Radisson Ярославль». Ресторан, как и гостиница, откроется уже этой осенью.

Опыт работы Марко очень тесто связан с немецкой кухней. За время своей карьеры



он работал в ресторанах Германии, Чешской Республики, Великобритании, Египта. Будучи уже

опытным шеф-поваром, Марко возглавлял специальную кухню в резиденции немецких президентов и неоднократно готовил для высокопоставленных гостей.

«Я рад представившейся возможности возглавить именно ресторан баварской кухни, которую считаю одной из своих любимых. Мне также очень интересно поработать в новом для меня городе и вдвойне интересно, что это город с такой богатой историей, как Ярославль. Уверен, что местным жителям и гостям нашего отеля придется по вкусу традиционная баварская кухня, а ресторан Paulaner станет одним

из любимых мест для встреч с друзьями и семейных праздников», — говорит Марко Закк.

В ресторане Paulaner гости смогут окунуться в неповторимую атмосферу старого Мюнхена и попробовать классические баварские блюда, приготовленные по оригинальным рецептам под руководством г-на Закка. Аппетитная рулька, поджаристые колбаски, картофельный суп-пюре или хрустящий салат, заправленный оригинальным соусом, — отказаться невозможно! Прекрасным дополнением к меню станет большой выбор известных сортов баварского пива.

«Балчуг Kempinski» открыл сезон воскресных бранчей

Осенью отель «Балчуг Kempinski Москва» возобновил воскресные бранчи. Так, полюбившиеся гостям отеля бранчи с шампанским Louis Roederer в бутылках «магнум» — прекрасная возможность насладиться лучшими деликатесами ресторана в сопровождении изысканного напитка. «Размер имеет значе-

ние», но наибольшую ценность имеют гастрономические пристрастия взыскательных посетителей отеля.

Эту истину и взял за основу составления бранч-меню шеф-повар «Балчуга» Хольгер Якиш. На шведском столе можно найти как кулинарные премьеры на основе сезонных продуктов от лучших поставщиков, так и блюда-бестселлеры: устрицы с приправами, гребешки, креветки, сибас, байкальскую копченую рыбу, фуа-

гра, хамон «Иберико». Но, в первую очередь, «Балчуг Гриль» — это ресторан «огненной кухни», а значит, оказавшись здесь, непременно стоит дегустировать блюда, приготовленные на гриле. Среди разнообразия десертов есть два абсолютных хита — горячий штрудель и песочное пирожное со сливой и коричневым соусом.

«Балчуг Гриль» располагает всеми слагаемыми успешного заведения: открытой кухней, современным дизайном, внимательным сервисом, предупре-



дительным персоналом и великолепными видами на Кремль и Красную площадь. Для маленьких гурманов приготовлена детская комната с набором угощений и развлечений на любой вкус и возраст.



Шоколадное настроение в отеле «Radisson Blu Белорусская»

С 14 по 20 октября отель «Radisson Blu Белорусская» превратился в самое сладкое место в Москве. В отеле, известном своей гастрономической концепцией «Путешествие вокруг света», искушенных гостей и посетителей ожидала «Шоколадная неделя», центром которой стали ресторан Filini и бар Sure.

Шоколад, сладкий и соленый, в качестве десерта и в основном блюде! Гости отеля и жители Москвы смогли попробовать кулинарные шедевры от шеф-повара Сергея Печникова. Причем в меню были предусмотрены как достаточно традиционные блюда, например, шашлычок из свежих фруктов в шоколадной глазури, так и весьма необычные, например, гигантские тигровые креветки гриль с чесночным черным шоколадом и садовой зеленью, чили-корн-карне с рисом и шоколадным соусом, шоколадное ризотто с орехами и сухофруктами и т.д. Гости ждали и дру-

гие сюрпризы, среди которых три торта дня. Дэбора Хэйнс, генеральный менеджер отеля «Radisson Blu Белорусская», пригласила всех гостей и жителей Москвы присоединиться к «шоколадному путешествию» и попробовать изысканные и необычные блюда из шоколада и с шоколадом. «Мы всегда стремимся радовать и приятно удивлять своих гостей, создавая яркие впечатления. Шоколад как ничто другое помогает создавать яркие моменты и позитивный настрой даже в самый пасмурный осенний день! Поэтому я всегда говорю, что от сладкого нужно получать удовольствие!» — считает г-жа Хэйнс.

Ресторан: факторы успеха

На летних образовательных семинарах, которые были организованы Комитетом по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы и ИД «Турбизнес» и прошли в гостинице «Novotel Москва Сити», активно обсуждалась тема организации питания в гостинице. Какой ресторан открывать при отеле, как сделать его популярным у гостей, как контролировать работу сотрудников — обо всем этом рассказали признанные эксперты.



MOSCOW CITY

Раздумья над проектом

Размер «точки питания» в отеле определяется, исходя из объема номерного фонда и ресторанного окружения. Если рядом — несколько достойных кафе и ресторанов, а гостиница невелика, число посадочных мест в ресторане рассчитывается по минимуму. Если ресторанов вокруг гостиницы нет, а в непосредственной близости имеются потенциальные потребители (сотрудники близлежащих офисов, посетители торговых центров), есть смысл расширить зону питания в отеле. С таких рекомендаций начала свое выступление **Елена Перепелица**, генеральный директор консалтинговой компании RestCom. По ее мнению, важно сразу продумать ценовую нишу, определить целевую аудиторию ресторана. Нет смысла открывать роскошный ресторан в трехзвездном отеле: его цены отпугнут гостей, а привлечь иную аудиторию будет сложно из-за имиджа гостиницы.

Определяться с площадями под кухню нужно, исходя из того, будет ли это предприятие полного цикла или ему необходим только цех доготовки. Сейчас все чаще и чаще городские рестораны отказываются от первичной обработки продуктов: дорого место, затраты на расход воды и энергии, зарплаты дополнительных сотрудников тоже высоки. Поэтому, по словам эксперта, «во многие рестораны стараются закупать уже очищенную картошку».

Планируя цех доготовки, нужно четко представлять, какие технологические процессы в нем должны проходить. Первичную обработку продуктов необходимо отделять от «горячего» цеха. «Холодный» цех (приготовление закусок, салатов) нередко также находится отдельно от «горячего». Нужно предусмотреть немалые площади под хранение продуктов, размещение холодильных, морозильных камер: закупать продукты малыми партиями невыгодно.

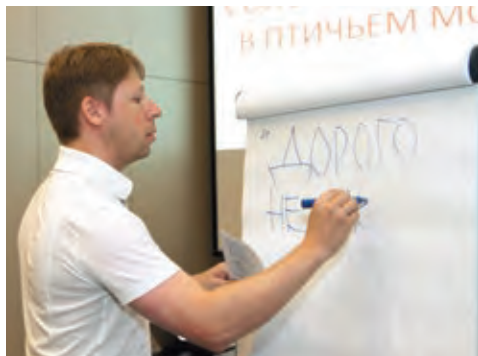
Производство кондитерских изделий — очень затратный процесс, оно требует дорогого оборудования и высокооплачиваемых специалистов, поэтому все чаще кондитерские изделия, в том числе и в замороженном виде, предпочитают закупать «на стороне», по словам Елены Перепелицы, это общеевропейский тренд. Впрочем, если речь идет о большом отеле — от 300 номеров, то в штате понадобится и пекарь, и кондитер.

Очень важен и подсчет расхода электроэнергии на работу ресторанного оборудования. Есть места (и это особенно касается Москвы), где подключить дополнительные мощности невозможно.

Ресторан должен проектироваться с учетом соблюдения норм санитарно-гигиенической и пожарной безопасности. Декларацию по соблюдению противопожарных мер должен разрабатывать опытный специалист и делать это до начала строительства кухни и ресторана.



Елена Перепелица,
генеральный директор консалтинговой
компании RestCom



Станислав Келейников,
руководитель рекламного агентства «НАФ
Медиа»



Антон Матвеев,
коммерческий директор тренинговой
компании Big Tree

Как продвигать гостиничный ресторан?

Эту тему обсудил со слушателями семинара **Станислав Келейников**, руководитель рекламного агентства «НАФ Медиа».

Он начал с того, что для рекламы ресторана важно максимально задействовать внутренние ресурсы отеля: объявления в лобби о новинках меню, папка гостя в номерах, видеоролик о дополнительных услугах в отеле. Прекрасно, если сотрудники, которые общаются с гостями, могут «вкусно» рассказать о гостиничном ресторане. Эффективным средством привлечения клиентов могут быть и ознакомительные туры на кухню для гостей.

Конечно, нужно не забывать и о других видах рекламы, в первую очередь — на интернет-ресурсах. Реклама ресторана обязательно должна включать новости о спецпредложениях, информацию о детском меню (это всегда повышает популярность), а также о бонусах и скидках лояльным гостям.

На продвижение ресторана также хорошо «работает» проведение конкурсов, мастер-классов, дегустаций, презентаций, выставок, корпоративных вечеринок. На дегустацию нового меню полезно приглашать прессу. Станислав Келейников советует использовать любые информационные поводы для того, чтобы привлечь СМИ: готовить новости о работе ресторана, публиковать экспертные мнения, хороший шеф-повар может вести в журнале или на портале свою колонку.

Эксперт советует особо заняться созданием атмосферы заведения. «С одной стороны, это эфемерная история — ничего конкретного. Но если в ресторане максимум уюта и комфорта, вкусно, с гостями всегда хорошо обращаются — это одна из самых важных коммуникаций».

Особое искусство — правильная работа со своей целевой аудиторией. Начинается она с названия

ресторана — уже в нем должен быть посыл к аудитории, подсказка, на кого рассчитано заведение. «Не надо говорить о премиальности ресторана, если ее нет. Такой ход приведет только к тому, что вы получите недовольных клиентов», — предупреждает Станислав Келейников.

Обратная связь — очень важный фактор успеха ресторана. «Нужно чувствовать клиента, смотреть на образ жизни тех, кто приходит к вам в ресторан. Нужно понимать, как к вам относятся, — рекомендует эксперт. — Если ожидания аудитории обмануты, дайте ей об этом сказать и подтягивайте ножки к табуретке».

Натуральные продукты и инициативный персонал

«Если вы хотите, чтобы к вам приходили люди, все должно быть натуральное. Никаких сливок растительного происхождения!» — такой рецепт популярности ресторана озвучила Тамара Шарова, президент Московской ассоциации кулинаров, профессор кафедры технологии продуктов питания МГУТУ им. К.Г. Разумовского. Тренд предпочтения натуральных, экологически безупречных продуктов становится глобальным.

Г-жа Шарова много говорила и о кадрах для ресторана. Эксперт обратила внимание слушателей на то, что официант — очень важная фигура в заведении. Он должен уметь рассказать, какие продукты использовались при приготовлении того или иного блюда, что особенно удастся повару, помочь клиенту сделать выбор. На взгляд Тамары Шаровой, нельзя нанимать на работу сотрудников зала и работников кухни, которые окончили «недельные курсы», они должны иметь профессиональное среднее образование.

Антон Матвеев, коммерческий директор тренинговой компании Big Tree, также отметил, что на работу в рестораны все чаще приходят случайные люди. Среди профессиональных черт, необходимых сотрудникам, которые контактируют с клиентами, г-н Матвеев назвал инициативность. Слишком много в ресторанном бизнесе зависит от этой характеристики.

Эксперт рассказал и о том, что именно на ресторан приходится большая часть злоупотреблений персонала отеля. Персонал может контролировать менеджера, видеокамеры. Но, на взгляд эксперта, очень хорошим контролером является «тайный гость». Процедура проверки методом «тайный гость» включает критерии злоупотреблений сотрудников, клиентоориентированности, инициативности, умения красиво оказать услугу.

Если вы хотите, чтобы к вам приходили люди, все должно быть натуральное. Никаких сливок растительного происхождения!



Тамара Шарова,
президент Московской ассоциации кулинаров,
профессор кафедры технологии продуктов
питания МГУТУ им. К.Г. Разумовского

Элеонора Арефьева

Отельеры ждут новых решений

Быстро развивающиеся технологии диктуют определенные требования к отраслевым решениям, таким образом, в ближайшие годы ожидается переход на более современные программные продукты в гостиничном секторе. Сергей Дудин, генеральный директор компании «Эделинк», одного из лидирующих поставщиков программных решений для гостиничных предприятий, рассказал о тенденциях и перспективах развития рынка, существующих решениях компании и о планах на будущее.



Сергей Дудин,
генеральный директор
компании «Эделинк»

На сегодняшний день можно выделить следующие тенденции развития систем для рынка услуг гостеприимства:

- Переход на «облачные» технологии, это связано с радикальным снижением затрат на технологическую инфраструктуру предприятий.

- Отельеры хотят видеть в системе управления инструмент, который помогает продавать не только гостиничные номера онлайн, но и другие услуги, предоставляемые предприятием гостеприимства.

- Одним из важных параметров является возможность интегрировать систему управления гостиничным предприятием с различными смежными системами, причем не только от одного производителя.

- Мобильные носители — планшеты, смартфоны и т.д. — это не завтрашний, а сегодняшний

день, это новые возможности для отелей и новые вызовы для систем управления.

- Повышается заинтересованность в социальных сетях и использовании их для некоторых бизнес-процессов, например, для отправки гостям подтверждений бронирования, уведомлений о специальных предложениях и акциях.

Экспертные мнения практикующих отельеров позволяют сделать вывод, что управляющие готовы использовать возможности новых информационных технологий и ждут удобных современных решений от ведущих производителей.

Решения компании «Эделинк»

Наш продукт АСУ «Эдельвейс» является одним из лидирующих программных продуктов для гостиниц в России и странах ближнего зарубежья. На сегодняшний день мы насчитываем 340 клиентов. Следуя тенденциям рынка, мы постоянно совершенствуем и дорабатываем наш продукт для улучшения эффективности использования.

В этом году была доработана функциональность системы в разрезе планирования мероприятий: возможность быстро забронировать на любую дату сложное мероприятие, состоящее из резервирования различных ресурсов отеля, быстрое выставление общего счета за

все услуги отеля для групп и индивидуальных гостей, гибкая отчетность.

Для отелей, которые сдают номера на базе почасовой основы, оптимизирована работа с графической «шахматкой»: расширены возможности по переключению масштаба таким образом, чтобы можно было легко бронировать номер и на два-три часа, и на несколько суток. В новой версии системы наглядно отображаются ранние заезды и поздние выезды. И в дополнение — автоматический контроль и предупреждение пользователя о возможных «накладках» по времени заезда и освобождения номеров при высокой загрузке отеля.

Рост продаж через Интернет требует расширения возможностей для интеграции с каналами продаж. Одним из новых интерфейсов является полностью автоматизированный обмен данными с системой-менеджером каналов продаж Wubook. Все настройки квот и тарифов можно проводить в АСУ «Эдельвейс», а бронирование от Booking.com и множества других систем автоматически загружаются в программу автоматизации отеля.

Также значительные доработки были сделаны в другом продукте нашей компании — системе онлайн-бронирования Web-booking.ru. Теперь гость может указать не только даты, но и время заезда и выезда на

первом шаге бронирования. Это учитывается системой при поиске свободных номеров для исключения накладок с заездом в номер, где есть проживающий гость с поздним выездом. Такие номера исключаются из результатов поиска. Появилась возможность передавать в Web-booking.ru несколько тарифов и вариантов питания из АСУ «Эдельвейс».

Планы на будущее

Сейчас мы ведем разработку продукта для автоматизации гостиничных предприятий нового поколения — **Hotel Manager Assistant Ecvi**. В рамках выставки «Отель-2013», которая проходила с 1 по 3 октября в Москве, была представлена первая версия программы.

HMA Ecvi — полноценная система для автоматизации бизнес-процессов гостиничного предприятия, которая отвечает всем требованиям, предъявляемым к современным АСУ. На новом витке развития наших продуктов мы пересмотрели сам подход к системе — она предназначена стать умным помощником, «цифровым партнером» в мире обмена информацией для любого работника отеля.

Ecvi полностью построена на веб-технологиях, позволяющих использовать все преимущества «облачных» решений. Учитывая разные подходы отельеров к информационным системам, новый продукт может работать

как через Интернет, так и во внутренней сети отеля.

HMA Esvi версии 1.0 предназначена для малых отелей. Рынок малых отелей по-прежнему нуждается в полноценном продукте. В этой версии реализованы следующие компоненты: интерактивная графическая «шахматка» номерного фонда, карточка гостя, расчеты за проживание и дополнительные услуги, базовые отчеты, архив-справочник постоянных гостей и компаний, гибкая настройка тарифной политики и номенклатуры дополнительных услуг, интерфейс с фискальным регистратором. В дальнейшем, с постепенным наращиванием функциональности, решение будет предлагаться гостиничным предприятиям всех сегментов.

Стоимость продукта будет основана на арендной плате. Однако это не исключает возможности полноценного развертывания системы на стороне гостиницы в локальном режиме.

Смена поколений в сфере информационных технологий раскрывает перед участниками рынка большие возможности. Мы внимательно следим за всеми тенденциями. «Эдельинк» обладает 15-летним опытом разработки, внедрения и сопровождения программных продуктов в сфере гостеприимства и уже сейчас делает реальные шаги в будущее.

Компании HRS.com и Асгор договорились о стратегическом партнерстве

Асгор, крупнейший гостиничный оператор в Европе, и HRS приняли решение о долгосрочном международном партнерстве.

Компании будут тесно сотрудничать как в туристическом, так и в корпоративном сегменте. Таким образом, 3500 отелей сети Асгор, от бюджетных до самых роскошных, уже доступны для бронирования по

всему миру на сайтах HRS.com, hotel.de и Tiscover.

В будущем все отели сети Асгор будут интегрированы с единым интерфейсом бронирования HRS.com. Это позволит синхронизировать все цены и информацию о свободных номерах. Также на бронирования во многих отелях Асгор будут распространяться корпоративные скидки, воспользоваться которыми смогут посетители сайтов HRS.com и hotel.de.

«Я очень рад, что мы продолжаем успешно развивать отношения с таким стратегически важным партнером. Сотрудничество с HRS обеспечит нам уверенное

присутствие на мировом рынке и значительно расширит существующий канал сбыта», — комментирует Жан-Люк Кретьен, вице-президент по продажам Асгор Hospitality Distribution & Loyalty.

Тобиас Parre, главный управляющий HRS.com, добавляет: «Мы уверены в успехе нашего партнерства. Асгор является одним из крупнейших гостиничных операторов с огромным выбором отелей в разных ценовых категориях как для туристов, так и для деловых путешественников. А это значит, что мы сможем предложить нашим клиентам еще больше отелей по всему миру».

Red Coat Direct меняет представление об организации деловых встреч

Red Coat Direct, первое в своем роде приложение, разработанное для бренда Marriott Hotels, приходит в Европу, трансформируя процесс организации деловых встреч.

Приложение уже используется в 40 отелях США, в отелях бренда в Великобритании, внедряется в 31 европейской гостинице. Приложение помогает организаторам мероприятий вносить изменения в проект при помощи кнопки, не

выходя из конференц-зала. Приложение Red Coat Direct — это первое гостиничное приложение, которое поможет удовлетворить любой запрос организатора, в разумных, разумеется, пределах: от изменения температуры в зале, дополнительного кофе-брейка до переноса времени ланча или внесения новых блюд в меню.

К концу 2014 года приложение Red Coat Direct будет внедрено в 500 отелях по всему миру.

«Люди стали работать более мобильно и глобально, но до сих пор организация мероприятий оставалась консервативной. Мы переосмысливаем все аспекты этого бизнеса, начиная от физических размеров залов до процесса работы участников и организаторов, чтобы помочь

наилучшим образом организовать рабочий процесс», — сказала Пегги Роэ, вице-президент по операционным услугам бренда Marriott Hotels.

Приложение программируется для каждого мероприятия. Запрос может быть сделан не менее чем за три дня до его начала и даже во время его проведения. После того как запрос сделан, он направляется к координатору мероприятия и в тот отдел, который должен его выполнить.

Приложение доступно на устройствах с выходом в Интернет, включая iPhone, iPad, Android phones, Kindle Fire и ноутбуки. К 2014 году, когда начнется массовое применение приложения, заказы можно будет делать на 19 языках.



тел.: +7 (812) 457 0707, +7 (495) 638 5630 | www.edelink.ru

АСУ Эдельвейс
web-booking.ru

ТЕХНОЛОГИИ И РЕШЕНИЯ
ДЛЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА





Главное — эффективность процедур

В последнее время опция спа — велнес стала популярной и востребованной в гостиницах. Забота о здоровье сегодня — всеобщий тренд, составляющая стиля жизни многих людей, и они готовы выделять на это время, вне зависимости от того, находятся на отдыхе или в деловой поездке.

К сожалению, иной раз в отечественных спа-центрах большее внимание уделяется антуражу — мраморным колоннам и фонтанам в позолоте, чем качеству услуг.

Между тем именно в области спа-услуг особенно важны уровень мастерства и конечный результат. Клиент не станет платить просто за возможность расслабиться в роскошных интерьерах. От каждой процедуры гость должен чувствовать эффект, только в этом случае он станет лояльным.

Анапа. Все решают нюансы и сильная концепция

Виктория Киян, руководитель проекта Manu Thalasso пятизвездного отеля «Довиль» в Анапе, говорит о том, что нужно очень внимательно относиться к проекту спа-центра: «Наша индустрия — индустрия нюансов, и если их не учитывать, то объект будет убыточным. Я часто посещаю спа-центры не только в России, но и за рубежом. И замечаю многие мелочи, которые портят эти объекты. Например, пол ледяной, а гость наступает на него босыми ногами — где уж тут расслабиться?! Или не слишком хорошая вен-

тиляция — запахи посторонние». Эксперт считает, что на вентиляцию и кондиционирование воздуха в спа-центре надо обращать особое внимание. И еще важна идеальная звукоизоляция. Клиенту спа-центра не должны мешать «лишние» звуки и запахи.

Спа-центр отеля «Довиль», открытие которого намечено на 2014 год, располагается в отдельно стоящем корпусе на площади более 2300 кв. м. Виктория Киян рассказывает, что разработка программ началась с тщательного анализа целевой аудитории и попыток разобраться, какие виды услуг будут востребованы гостями отеля. В итоге пришли к выводу, что нужно сосредоточиться на блоке эстетических программ и комплексах процедур, направленных на общее оздоровление организма.

«У нас будет большой аювердический блок, — рассказывает Виктория. — Аюверда, которая сегодня в мировом тренде, может стать хитом нашего спа-центра. Отдельные программы разработаны для молодых мам, есть процедуры для мужчин и для пар». Виктория Киян рассказала, что в спа-центре «Довиля» будет работать врач-идеолог. Он будет рекомендовать гостям программы, процедуры, разрабатывать диеты. «Самое главное для нас, то, к

чему мы стремимся, — клиенту должен быть очевиден результат уже с первых посещений нашего спа-центра», — говорит Виктория. Она также рассказала, что одной из особенностей будущего спа-центра будет большой выбор уникальных массажей: «Еще до открытия центра среди гостей отеля стал пользоваться огромной популярностью массаж полудрагоценными камнями». Эксперт отметила, что в «Довиле» не собираются отказываться от традиционных методов оздоровления, которыми всегда славилась Анапа, имеется в виду, например, лечение знаменитыми анапскими грязями.

Шамони. Главное — профессиональные сотрудники

Эксперты подчеркивают, что большинство спа-центров, особенно гостиничного типа, в основном схожи в технологическом оснащении и функциональном зонировании. Отличие же — в уровне сервиса и мастерстве сотрудников. Сейчас спа-технологии — не секрет, и каждый отель может позволить себе приобрести пару единиц «чудо-оборудования». Успех спа-центра определяет в первую очередь высокопрофессиональная команда. «Развитие спа-услуг в отеле напрямую зависит от квалификации специалистов, их способности качественно оказывать самые сложные услуги, — уверена руководитель спа-центра в отеле Les Aiglons, Resort&Spa в Шамони Стефания Бозон. — Современные спа-технологии совершенствуются очень динамично, каскад новинок по различным направлениям поступает на рынок чуть ли не каждый месяц. С той же частотой нужно обновлять и услуги спа-центра: должны разрабатываться новые процедуры, программы.

Стефания заведует центром спа-услуг в отеле уже 2,5 года, пришла в этот бизнес более четырех лет назад. Рассказывает, что начала с работы на ресепшн и знает все тонкости индустрии изнутри.

«Самая сложная проблема, с которой я столкнулась в отеле, — это разведение потоков, — комментирует г-жа Бозон. — Мы принимаем клиентов с улицы, вход для всех желающих — свободный. Многие приходят к нам семьями, иногда шумными компаниями. И для того, чтобы другим клиентам, принимающим косметические и массажные процедуры, было комфортно, пришлось много потрудиться. Мы сделали разные входы, чтобы люди не пересекались, «увели» кабинеты для массажа на нулевой этаж. В основном наши посетители — французы, средний класс. У нас не люксовый отель, но мы предоставляем сервис самого высокого качества. И всегда стараемся соответствовать тенденциям времени. Так, в конце этого года наш спа-центр ждет полная реновация и смена бренда косметики.

Несмотря на тот факт, что Шамони считается горнолыжным курортом, востребованность спа-

услуг здесь очень высока и практически не зависит от фактора сезонности.

«Самые популярные процедуры для наших клиентов, а это в основном спортсмены, горнолыжники, альпинисты, — это спортивный и общий расслабляющий массаж, сочетающий различные техники для быстрого восстановления сил и энергии, — добавляет эксперт. — Самой уникальной и многими любимой считается процедура глубокого массажа «Ломи-Ломи».

Москва. Спа 24 часа в сутки

Анатолий Филиппов, управляющий оздоровительным центром отеля Marriott Moscow Royal Aurora, рассказывает, что эта структура работает круглосуточно и предоставляет услуги как гостям, так и жителям Москвы, которые составляют примерно 40% от общего числа посетителей центра. Москвичи обслуживаются только по системе клубных карт. «Разовые посещения мы исключили еще в 2001 году, — комментирует управляющий. — Практика показывает, что в борьбе за привлечение и удержание клиента выигрывает тот, кто смог создать в спа-центре атмосферу клуба, где каждый гость — добрый приятель, всегда желанный».

В инфраструктуру оздоровительного центра входят тренажерный зал, бассейн с подводным течением, гидромассажные ванны, сауна, паровые кабины TYLO, шесть массажных кабинетов. Г-н Филиппов подчеркивает, что массаж — наиболее востребованная услуга спа-центра городского отеля. Его гости — люди, которые приезжают в столицу по делам, и им необходимо расслабиться и восстановить силы после перелета и напряженного дня. Той же цели служат водорослевые и шоколадные обертывания, которые также весьма востребованы. Оздоровительный центр Marriott Moscow Royal Aurora стал предлагать такие процедуры одним из первых в Москве.

Г-н Филиппов рассказал о том, что в ходе прошлогодней реновации оздоровительный центр Marriott Moscow Royal Aurora был обновлен. Причем он не просто приобрел свежий и респектабельный вид, но стал более функциональным и удобным для гостей. В бассейне теперь плитка с противоскользящими свойствами, подогреваемые полы. Пришлось отказаться от услуги, которая была весьма востребована, но не безвредна для организма, — от солярия.

По опыту г-на Филиппова, найти хорошего профессионала и удержать в штате спа-центра — нелегкая задача. Тем более что он должен быть не просто мастером своего дела, но и уметь расположить к себе клиента. Требование клиентоориентированности для спа-бизнеса, возможно, даже более актуально, чем для многих других служб гостиницы.

Татьяна Белоножкина

Современные спа-технологии совершенствуются очень динамично, каскад новинок по различным направлениям поступает на рынок чуть ли не каждый месяц. С той же частотой нужно обновлять и услуги спа-центра: должны разрабатываться новые процедуры, программы.

Хаускиперы отметили профессиональный праздник

Представители каждой профессии имеют день в году, на который приходится их праздник. Хаускиперы — очевидно, по той причине, что труд их очень нелегок и от его результатов зависит слишком многое в гостеприимстве, — свое профессиональное торжество празднуют неделю.

22-я Неделя хаускиперов в сентябре с размахом была отмечена в России.

Первый клуб профессионалов гостеприимства собрался в ТГК «Измайлово», в отеле «Дельта». Торжество прошло в раскрепощенно-юмористической обстановке. Его заметно украсили представители компаний — поставщиков товаров и услуг для нужд хаускипинга, они приготовили героям праздника свои подарки.

Хаускипером 2013 года была названа Ольга Назаренко из отеля «Корстон», Москва.

24 сентября прошло заседание самарского филиала Клуба, 25 октября — встреча в Казани, а очередное заседание состоится 21 ноября в Кисловодске.

В преддверии профессионального праздника 5-6 сентября в гостиницах «Гамма» — «Дельта» ТГК «Измайлово» состоялся Всероссийский профессиональный гостиничный конкурс «Комфорт и уют — 2013» по направ-

лению «Хаускипинг», в котором приняли участие 29 гостиниц и аутсорсинговых компаний Москвы и области, Санкт-Петербурга и Сочи, Кисловодска и Железноводска, Ярославля и Алтая. За первенство боролись 40 представителей компаний-участников: 24 горничных и 16 супервайзеров.

Для большей объективности перед началом соревнований была проведена жеребьевка участников — горничные и супервайзеры выступали не под именами своих предприятий, а под номерами. Испытания состояли из теоретического и практического этапов. В рамках первого — участники должны были ответить на вопросы, касающиеся повседневной деятельности гостиничного персонала: техники безопасности, организации труда службы хаускипинга, поведения в нестандартных ситуациях. Кроме того, горничные и супервай-



зеры должны были кратко представить свою гостиницу, моделируя ситуацию: «Гость спросил, чем интересна наша гостиница».

В рамках практической части участники выполняли свои непосредственные обязанности, но под пристальным вниманием жюри и гостей конкурса: из четырех гостиничных номеров, в которых работали горничные и супервайзеры, компанией «Bosh Системы безопасности» была организована прямая трансляция в зал «Москва-1», что позволило гостям и жюри мероприятия отслеживать буквально каждое движение конкурсантов. И коллегия из 12 членов жюри дала свою оценку каждому участнику.

В итоге жюри пришло к выводу, лучшие горничные — в отеле «Марко Поло Пресня» (Москва), на втором месте — представители этой профессии из санатория «Плаза» (Кисловодск). Тройку лидеров замкнула гостиница «Гамма» — «Дельта» ТГК «Измайлово» (Москва).

В номинации «Лучший супервайзер» победа присуждена представителям профессии из санатория «Алтай-West», Белокуриха, Алтайский край. На втором месте — «Park Inn by Radisson Ярославль», на третьем — «Radisson Роза Хутор», Сочи.

Призы зрительских симпатий заслужили представительницы гостиницы «Метрополь» и Группы компаний F5 Service (Москва).

Ярким событием мероприятия стало «Унитаз-шоу» — мастер-класс по скоростному приведению в порядок «кошмара домохо-



5

заяк» — унитаза. Перед началом мастер-класса «подопытные» унитазы в произвольном порядке покрывались густым кетчупом, горничным же предстояло вернуть им первозданную белизну. Несмотря на сложность поставленной задачи — отмыть неподключенный к воде и канализации унитаз, — полная уборка в исполнении мастериц из компании «Аготель» заняла 3 минуты 25 секунд.

1 декабря 2013 года открывается прием заявок на участие в конкурсе «Комфорт и уют — 2014».

Фото 1 Раз в год хаускиперы используют швабры не как рабочий инструмент

Фото 2 На празднике в «Измайлово»

Фото 3 Татьяна Кибирева поздравляет коллег

Фото 4 Хаускипер года Ольга Назаренко (справа)

Фото 5 Участники конкурса «Комфорт и уют»



3



4

Новые туристические проекты Москвы

В столице с успехом прошел Московский международный форум МТСО-2013, который уделил особое внимание ключевым проблемам гостиничного рынка.



Третий Московский международный форум МТСО-2013 проходил в дни проведения выставки «Отдых» и собрал сотни участников: лидеров российской и мировой туриндустрии, представителей государственных органов власти, руководителей эксклюзивных туристских проектов, экспертов международного уровня, отельеров, юристов, представителей ведущих профильных СМИ и вузов.

Серия круглых столов, проводимых в рамках МТСО-2013, началась с обсуждения изменений законодательства в сфере оказания гостиничных услуг, в первую очередь — новой редакции Системы классификации и введения классификации в обязательном порядке в 11 субъектах Федерации, в которых будут проходить матчи чемпионата мира по футболу 2018 года.

В связи с этим обстоятельством на Форуме обсуждалась возможность освобождения маломестных средств размещения от обязательного прохождения этой процедуры. В частности, Наталья Петровская, член правления Лиги хостелов, считает, что необходимо сформировать группу средств размещения, не требующих обязательной классификации (хостелы, капсульные отели), и четко прописать этот момент в законе.

Об одном из динамично развивающихся сегментов гостиничного рынка — сервисных апартаментах — рассказала Каринэ Шмарева, генеральный директор ЗАО «Интермарк Сервис Апартаментс». По ее словам, в Москве пока их совсем немного, в отличие от таких мегаполисов, как Гонконг, Нью-Йорк, Сидней или Сингапур, однако с течением времени ситуация будет меняться.

Наконец, Лана Ключева, управляющий партнер Vugon, официального агентства по размещению на чемпионате мира по футболу в 2018 году, рассказала о том, как оценивается количество и качество номерного фонда в городах — организаторах ЧМ-2018 и как происходит проверка действующих контрактов с гостиницами и подписание новых контрактов на размещение.

Второй круглый стол был посвящен анализу туристического потенциала Новой Москвы. На присоединенных к Москве территориях есть все возможности для развития культурно-познавательного, лечебного, спортивного, экологического, научно-образовательного, конгрессного и агротуризма. Эксперты пришли к выводу, что для того, чтобы туристы поехали в «Новомосковье», необходимо правильно позиционировать регион и налаживать эффективные связи между турбизнесом и местными властями.

На еще одном круглом столе развернулась яркая презентация всего огромного разнообразия московских экскурсий, появившихся в столице в последние годы. По словам Сергея Шпилько, председателя Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы, туристический рынок постепенно меняется, трансформируется, и турист все больше стремится к индивидуализации, отказываясь от готовых пакетов, что влечет за собой появление новых туристических предложений.

Завершил программу МТСО круглый стол по проблеме мультязычной городской навигации. Эксперты обсудили, какими должны быть принципы развития туристской навигации в городе с учетом мирового и российского опыта и как сделать навигационную систему наглядной, яркой и простой, но при этом не разорительной для города.

Перспективы городского туризма

Около 500 российских и зарубежных экспертов приняли участие во II конгрессе Всемирной туристской организации UNWTO, посвященном городскому туризму.

Доклады выступавших на заседаниях делегатов от туристских организаций и компаний были посвящены различным аспектам реализации инновационных стратегий, призванных повысить конкурентоспособность и эффективность предпринимательской деятельности в сфере городского туризма. Выступая на открытии мероприятия, исполнительный директор UNWTO Марсио Фавилла заявил, что «более половины населения во всем мире живет в городах, и с каждым годом все больше людей путешествуют по своей стране и выезжают за рубеж. Городской туризм — это революция XXI века, он развивается очень быстро, так как основные турпотоки идут, конечно, в города».

Он напомнил, что в 2012 году мировой турпоток превысил отметку в 1 млрд человек. В первом полугодии 2013 года он вырос на 5%. При этом Центральная и Восточная Европа продемонстрировала 10-процентный рост выездного турпотока, а Россия — 20-процентный. По прогнозам, по итогам 2013 года международный турпоток увеличится на 3,8%.

В прошлом году UNWTO совместно с 21 городом мира, включая Москву, развернула проект «Города», предполагающий конкретные шаги по развитию туризма в мегаполисах. «По окончании этого проекта мы представим доклад, в котором подведем итоги нашей работы», — сказал Марсио Фавилла.

В ходе конгресса состоялись три рабочие дискуссионные сессии, на которых обсуждались модели

развития туризма в мегаполисах, механизмы воздействия туризма на экономику городов, опыт использования стратегий, технологий и инструментов для привлечения туристов в городские туристические дестинации. На сессиях с докладами выступили руководители крупнейших и наиболее успешных городских офисов по туризму — Мадрида, Мельбурна, Парижа, Лиссабона, Кейптауна, Барселоны и других популярных туристических столиц мира.

В частности, на конгрессе был презентован прототип Madrid Precious Time (буквально «Мадрид — драгоценное время»), разработанный в сотрудничестве с Мадридским офисом по туризму и конгрессам и присоединившимися членами UNWTO. «Мы решили разработать концепцию туристических прототипов, вовлекая в это различные организации. Это первая попытка задать туристские модели для конкретных территорий, которые потом можно воспроизводить в применении к другим турнаправлениям», — объяснила Иоланда Пердомо, директор программы аффилированных членов UNWTO.

Также на мероприятии прошел круглый стол, на котором были представлены туристические возможности российских регионов и инновационные методы в развитии турпродуктов и инфраструктуры. С докладами выступили представители турбизнеса Югры, Вологды, Свердловской и Тульской областей, были презентованы проекты «Москва космическая», «Карта гостя Санкт-Петербурга» и ряд других.

Фото 1 Марсио Фавилла, исполнительный директор UNWTO

Фото 2 Сергей Шпилько представил новые туристические проекты Москвы

Фото 3 Один из столичных проектов — «Город ждет тебя»



Экоотели: не просто тренд

Экологические отели — относительно новое слово в гостиничном бизнесе. Все больше людей захлестывает волна интереса к охране окружающей среды и это сказывается на росте популярности такого вида размещения: экоотели стали не только «правильными» с точки зрения защиты природы, но и весьма прибыльными, так как все больше путешественников, разделяющих тревоги экологов, выбирают именно такие гостиницы, куда бы они ни ехали.

В экоотелях, как правило, соблюдается ряд принципов по защите окружающей среды. Грамотная утилизация является одним из основных приоритетов. Никакое загрязнение не должно попадать в окружающую природу, поэтому мусор сортируется, прессуется и вывозится. Жидкие отходы или помещаются в специальные емкости и вывозятся, или очищаются. Самые передовые экоотели движутся в сторону попыток построения полностью замкнутых систем, где вода и воздух могли бы подвергаться регенерации, что позволило бы строить подобные отели где угодно — от морского дна до других планет.

Отношение к источникам энергии — еще один «конек» экологических гостиниц. Такое отношение предполагает строгие стандарты экономии, стремление перейти на альтернативные источники энергии. Многие отели используют солнечную энергию как для прямого подогрева воды,

так и для работы солнечных батарей. Круглый год в таких отелях жить сложно, так как запасть электроэнергию достаточно эффективно не научились до сих пор, но летний отдых целиком на энергии солнца вполне можно организовать. При отеле Blancaneaux Lodge в Белизе есть собственная маленькая гидроэлектростанция, которая позволяет перейти на самообеспечение.

Не в столь далеком будущем большинство отелей станут заботиться об окружающей среде. Уже и сейчас таких достаточно много. Вот всего несколько из них.

Отель The Scarlet находится в графстве Корнуолл на юго-западе Англии. Корнуолл с одной стороны омывается проливом Ла-Манш, а с другой — Атлантическим океаном. Побережье, где расположен отель The Scarlet, в основном скалисто и имеет множество бухт и заливов. В 45 км к юго-западу от полуострова Корнуолл находится архипелаг Силли, кроме того,



1



здесь имеются небольшие островки, разбросанные вдоль южного побережья полуострова. Отель The Scarlet пользуется системой сбора дождевой воды и солнечной энергией.

Отель Hoshinoya Karuizawa находится в японском провинциальном городке Каруизава, в часе езды от Токио. Электричеством отель обеспечивает гидроэлектростанция, в качестве источника энергии использующая близлежащие горные реки. Продукты, из которых готовят еду в ресторане отеля, выращены на местных фермах без использования пестицидов и вредных удобрений.

Отель Laguna Lodge, расположенный в пышных тропических джунглях Гватемалы, предлагает насладиться великолепным видом на озеро Атитлан и три конусообразных вулкана: Атитлан, Толиман и Сан-Педро. Он расположен поблизости Сантк-Крус-де-ла Лагуны.

Экологичность этого отеля — в том, что все номера построены из вулканических камней, глины и пальм. Мебель вырезана из древесины местных деревьев. А украшает съюты местный антиквариат.

Для получения электроэнергии и нагрева воды отель использует солнечные панели, а также пользуется системой сбора дождевой воды, которой снабжает ванные комнаты. При приготовлении блюд в ресторане отеля используются исключительно овощи, выращенные без применения химических удобрений. В меню ресторана нет мяса.

Спа-курорт Emirates Wolgan Valley Resort & Spa расположен в трех часах езды от Сиднея, в охраняемом природном заповеднике в самом сердце Голубых гор, признанных ЮНЕСКО объектом Всемирного наследия.

Отель участвует в различных программах по защите окружающей среды и пользуется возобновляемой энергией, получаемой методами, не требующими использования невозполнимых природных ресурсов. К концу прошлого года сотрудниками отеля было посажено более 200 тысяч деревьев, среди них сосна Wollemi — одно из древнейших и редчайших растений в мире, история которого уходит во времена динозавров, сейчас сосна находится под угрозой полного исчезновения.

Garonga Safari Camp — это смесь летнего лагеря и сафари-парка, расположенного в национальном заповеднике ЮАР.

Для проживания гостям предлагаются просторные тенты из дерева, оборудованные гамаками и огромными кроватями, а также современной плетеной мебелью. От живой природы их отделяет лишь занавес из плотной ткани.

Для сертификации «зеленых» отелей существует престижная система LEED («Лидерство в энергетическом и экологическом проектировании»). Сертификата LEED удостоиваются самые экологически безопасные здания.

Роман Помелов

Фото 1 Отель The Scarlet, Корнуолл

Фото 2 Пейзажи, которые открываются из окон номеров отеля Hoshinoya Karuizawa, — еще одно свидетельство его экологической концепции

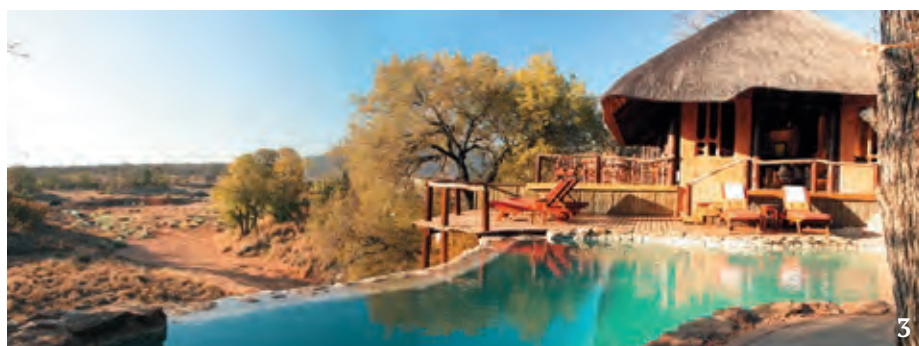
Фото 3 Garonga Safari Camp: жизнь на сафари

Фото 4 Отель Laguna Lodge предлагает окунуться в первозданную природу

Фото 5 Emirates Wolgan Valley Resort & Spa: так выглядят бассейны в экоотелях



2



3



4



5



Starwood увеличивает свое европейское портфолио

Компания Starwood Hotels & Resorts Worldwide открывает новые отели в Киеве, Афинах и Стамбуле.

Компания объявила об открытии отеля «Aloft Киев» в 2015 году, которое ознаменует выход бренда на украинский рынок.

Майкл Уэйл, президент компании Starwood в регионе ЕМЕА, отметил: «Мы рады расширению сети Starwood в Восточной Европе благодаря появлению бренда Aloft на Украине. Являясь одним из самых важных промышленных, образовательных и культурных центров, с каждым годом Киев привлекает все больше иностранных гостей, а также становится заманчивым туристическим и деловым направлением. Предлагая абсолютно новый, стильный и доступный подход в

сфере гостеприимства на рынке отелей среднего класса, Aloft станет идеальным дополнением для такого динамично развивающегося города, как Киев».

Отель Aloft Kiev расположится в самом сердце центрального делового района города, в непосредственной близости от многочисленных офисов, а также торговых, спортивных, культурных и развлекательных достопримечательностей.

Бренд Aloft не только регулярно получает самые высокие оценки гостей с момента своего запуска в 2008 году, но и продолжает расширять свое присутствие на рынке и увеличивать лояльность клиентов, подтверждая тем

самым успех уникального позиционирования этого бренда.

Номерной фонд отеля Aloft Kiev составит 310 гостевых номеров и 10 номеров класса люкс. Все комнаты будут выполнены в типичном для этого бренда стиле лофт с высокими потолками, большими окнами и чрезвычайно удобными кроватями, а также просторными душевыми кабинами и принадлежностями для ванной от Bliss Spa®.

В отеле гостям также будет представлен лаунж Re:mix SM и бар W XYZ SM. Эти площадки, предназначенные для общения, предоставят гостям возможность расслабиться, почитать прессу, поработать на ноутбуках, сыграть

партию в бильярд. В фитнес-центре Re:charge SM гости отеля смогут почерпнуть новую энергию, а уникальный Re:fuel SM by Aloft даст возможность взять еду и напитки с собой 24 часа в сутки. В меню Re:fuel представлено большое разнообразие сладких, острых и полезных блюд, закусок и напитков.

Отель также будет располагать круглосуточным рестораном, а для особых встреч и мероприятий гости смогут воспользоваться залом торжеств или одной из восьми креативных площадок для встреч, каждая из которых оборудована техникой нового поколения и имеет место для парковки автомобиля. Близость к останов-

кам общественного транспорта позволит гостям с легкостью добраться до делового и исторического центра города. Кроме того, в шаговой доступности от отеля — различные достопримечательности, торговые и развлекательные центры.

Наряду с открытием Aloft Kiev в 2015 году запланировано открытие первого отеля под флагом Aloft в России — Aloft St. Petersburg, что позволит закрепить позиции бренда в регионе Россия — СНГ. Aloft Kiev станет третьим отелем сети Starwood на Украине после открывшегося в 2011 году отеля Four Points by Sheraton в Запорожье и Bristol — отеля сети The Luxury Collection в Одессе, открытие которого запланировано на 2014 год. Кроме того, в 2016 году в Киеве откроется новый отель Sheraton.

Отель King George в Афинах присоединился к знаменитому бренду The Luxury Collection после успешно завершившейся реконструкции, длившейся три месяца. План реконструкции King George, Luxury Collection Hotel, Athens, принадлежащего компании Lampsa Hellenic Hotels S.A., отвечает требованиям самых взыскательных гостей и их представлению о непревзойденном комфорте и превосходном сервисе в культовой греческой столице. Новый отель расширит присутствие Starwood в Греции, где на данный момент компания представлена 11 отелями и курортами, 8 из которых принадлежат сети The Luxury Collection.

Реконструкция отеля King George, проводившаяся под руководством греческого архитектора Александроса К. Самараса (Alexandros K. Samaras) в сотрудничестве с местными мастерами, вернула величие оригинальной архитектуры, подчеркнув элементы современного стиля. Величественный отель предлагает гостям 59 элегантных номеров и

43 сьюта, все с впечатляющими видами на город и Акрополь. Неоклассический греческий интерьер с использованием шелка и атласа в обивке мебели характерен исключительно для этих мест. Великолепный двухкомнатный Penthouse Suite занимает весь девятый этаж отеля и охватывает 1131 квадратный метр. Кроме того, этот сьют может похвастаться великолепными террасами с потрясающим панорамным видом на город, бассейном с видом на Парфенон, джакузи под открытым небом, а также частным лифтом. Полностью реставрированный Penthouse Suite украшен оригинальными картинами и антикварными предметами интерьера XIX века.

Лобби со сложно декорированными высокими потолками, мраморными полами с переплетениями серых и желтых оттенков было тщательно восстановлено в своем былом величии. Недавно отреставрированный зал для проведения торжеств в изысканном неоклассическом стиле вмещает до 400 гостей. Зал также может быть разделен на три отдельные зоны, что делает его идеальным местом для проведения гранди-

озных мероприятий: от крупных торжеств и бизнес-конференций до личных празднеств.

Привлекающий своим неповторимым фасадом в неоклассическом стиле отель King George впервые распахнул свои двери в 1936 году, удобно расположенный на исторической площади Синтагма, в самом сердце Афин — «золотом» квартале. Отель находится между дворцом греческого парламента и Вукурестиу, улицей мировых брендов, в нескольких минутах ходьбы от Акрополя, старого города Плака и других известных достопримечательностей Афин.

Компания St. Regis Hotels & Resorts, входящая в состав сети Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc. (NYSE: HOT), подписала соглашение с турецкой компанией Nisantasi Konaklama ve Otel Hizmetleri A.S. (Dems Group) об открытии отеля St. Regis в Стамбуле. Запланированный к открытию в первой половине 2014 года, St. Regis Istanbul станет первым отелем класса люкс в Турции и позволит расширить присутствие Starwood в стране.

Спроектированный известным турецким архитектором, обла-

дателем высоких наград в области дизайна Эмре Аролатом (Emre Arolat) новый отель будет расположен возле парка Мачка и пролива Босфор. St. Regis Istanbul предложит гостям 118 номеров, в том числе четыре сьюта класса люкс с интерьерами, разрабатываемыми всемирно известными дизайнерами, а также великолепный президентский люкс площадью более 180 квадратных метров.

Среди фирменных услуг St. Regis, которые будут доступны в отеле, следует отметить наличие St. Regis Butler Service. Эта услуга включает в себя не только непревзойденное качество обслуживания, но и персональный сервис, учитывающий личные предпочтения каждого гостя. Кулинарные предложения также впечатлят своим разнообразием. В отеле будет расположено кафе с открытой кухней, которое станет местом общения и встреч в районе Нишанташи. Ресторан на крыше откроет гостям потрясающий вид на город, а лобби-бар послужит идеальным местом для уединенного отдыха. Отель также будет располагать спа- и фитнес-центром, бизнес-центром, конференц- и банкетными залами.





Глобальные цены вернулись на докризисный уровень

По данным последнего исследования Hotel Price Index (HPI) от Hotels.com, средняя стоимость гостиничного номера за первое полугодие 2013 года по всему миру увеличилась на 2% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. Даже такой незначительный рост подтверждает положительную тенденцию, которая наблюдается с начала 2010 года. Сейчас цены достигли уровня предкризисного 2006 года.

Первый индекс был установлен в 2004 году на уровне 100 пунктов и с тех пор отражает реальные цены, которые путешественники платят за проживание в отелях по всему миру. В первые шесть месяцев 2013 года индекс составил 111 пунктов, что на восемь пунктов ниже максимального значения в первом полугодии 2007 года и всего на 11 пунктов выше исходного показателя.

Латинская Америка демонстрирует хорошие результаты уже два года подряд. Цены на гостиничные номера за первое полугодие 2013 года увеличились на 7% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. Укрепление экономики США помогло Северной Америке и странам Карибского бассейна превзойти средние показатели с ростом цен на гостиничные номера на 3 и 5% соответственно.

Замедление темпов роста австралийской горнодобывающей промышленности в первой половине 2013 года привело к уменьшению количества бизнес-туристов в Тихоокеанском регионе, особенно в западной Австралии, и незначительному росту цен — всего на 1%. Учитывая то, что рецессия в Еврозоне только что закончилась, цены на отели в Европе и на

Ближнем Востоке также показали неуверенный рост в 1%.

Дэвид Рош, президент Hotels.com, комментирует: «Нет никаких сомнений, что Европа пострадала от последствий экономического кризиса 2008–2009 годов больше других регионов. Тот факт, что Еврозона показывает рост в течение первых двух кварталов 2013 года, свидетельствует о том, что экономический кризис хоть до конца и не закончился, но значительно ослабел. На многих направлениях, наиболее пострадавших от кризиса, цены на гостиницы стабилизируются, при этом некоторые направления даже показывают хороший рост».

Азия — единственный регион, в котором цены снизились — на 2% за первую половину 2013 года. Отдельные города в регионе показали хороший рост, но ослабление йены и рупии, а также сокращение количества въезжающих в Китай туристов сказались на общем результате. Несмотря на это, выездной туризм из Китая пока не пострадал и продолжил активно развиваться.

«Еще одно явление, влияющее на стоимость гостиничных номеров, — стремительное увеличение числа путешественников из Китая, — комментирует Дэвид Рош. — Китай официально стал крупнейшим рынком выездного туризма: согласно отчету Китайской академии туризма, в 2012 году зарубежные поездки совершили 83 млн китайских граждан. Всемирная туристическая организация объявила, что в 2012 году китайские путешественники на международный туризм потратили 102 млрд долларов США, что на 40% больше, чем в 2011 году. Таким образом, Китай обогнал общепризнанных лидеров туристического рынка — Германию и США. Зарубежные поездки остаются тем, что вдохновляет многих, особенно молодых туристов со свободными средствами, для выезда за границу».

Украина: инвестиционная активность снизилась

К такому выводу пришли эксперты компании Jones Lang LaSalle

«До 2009 года Киев был прекрасным гостиничным рынком, — напоминает Дэвид Дженкинс,

глава гостиничного подразделения компании Jones Lang LaSalle в России. — Однако кризис, политическая нестабильность и недавнее масштабное строительство новых объектов привели к резкому снижению среднего тарифа — на 30% с 2009 года. Сегодня в столице Украины работает около 100 гостиниц, включая девять брендованных — Hyatt, Intercontinental, Fairmont, два отеля Radisson, Holiday Inn, Park Inn, Ramada Encore

и Ibis, ряд объектов будет открыт в перспективе (Renaissance, Hilton, Novotel, Courtyard by Marriott и другие). Этот высоко конкурентный рынок по-прежнему востребован среди гостиничных операторов, тогда как инвесторы должны быть готовы к долгому сроку окупаемости объектов».

В таких ключевых региональных городах Украины, как Донецк, Харьков, Львов, Днепропетровск и Одесса, до кризиса наблюдалась

высокая девелоперская активность, тогда как сейчас ее очень мало. Мы видим большой потенциал курортной зоны Крыма с точки зрения развития гостиничных комплексов, однако он вряд ли реализуется в ближайшее время. В целом Украина и Киев в частности обладают огромными перспективами на рынке туризма, но для этого необходимо активное продвижение страны в качестве привлекательного направления.

От Африки до Германии: Carlson Rezidor представляет новые отели Park Inn by Radisson

Carlson Rezidor Hotel Group откроет два новых отеля под брендом Park Inn by Radisson в Нигерии и Германии.

Открытие отеля Park Inn by Radisson Hotel Gettlingen в немецком Геттингене запланировано на

четвертый квартал 2013 года. Благодаря новой гостинице средней ценовой категории на 114 номеров портфолио Carlson Rezidor в Германии увеличится до 52 объектов с общим номерным фондом более 11 000 комнат.

Park Inn by Radisson Gettlingen — это конверсия существующего объекта, который пройдет полную реновацию. Здание удобно расположено на одной из главных улиц Геттингена, старинного университетского городка, в пешей доступности от центра. Помимо 114 комфортабельных номеров в

инфраструктуру нового отеля войдут ресторан с террасой и бар. Оборудованная конференц-зона площадью 600 кв. м будет включать комнаты для проведения встреч и переговоров, а также конференц-зал, способный вместить до 195 участников мероприятия. Также для гостей будут работать сауна, тренажерный зал и парковка.

Открытие гостиницы Park Inn by Radisson Abuja Kaura (Нигерия) на 150 номеров запланировано на первый квартал 2015 года. Отель расположится в столице Нигерии Абудже, в районе Кора,

всего в 25 км от международного аэропорта. Помимо 150 современных комфортабельных номеров в инфраструктуру гостиницы войдут ресторан, бар и лаунж-зона, а также тренажерный зал, велнес-центр, панорамный бар на крыше и открытый бассейн. Для проведения встреч и мероприятий в отеле будет оборудована конференц-зона площадью 2000 кв. м, где расположатся залы для мероприятий и бизнес-лаунж, что сделает гостиницу привлекательной площадкой среднего ценового сегмента для MICE-индустрии.

Atlantis приходит в Китай

Kerzner International Holdings Limited, один из ведущих мировых девелоперов и операторов курортов, отелей и казино класса люкс, заключил соглашение с Fosun International Limited (включая ее дочерние предприятия), ведущей негосударственной компанией в Китае, об управлении курортом Atlantis в бухте Хайтань на острове Хайнань. Atlantis, Sanya Hainan станет первым курортом этого бренда в Китае и третьим в мире.

Новый Atlantis расположится на территории площадью 62 гек-

тара, откуда открывается завораживающий вид на Южно-Китайское море. Курорт предложит беспрецедентные опции для путешественников, в том числе принципиально новые развлечения в аквапарке Aquaventure Waterpark, морские развлечения и кулинарные изыски. Популярный среди путешественников остров Санья, где расположится курорт Atlantis, станет центром развлечений в Китае. Архитектурное и концептуальное планирование уже находится в разработке. Строительство Atlantis начнется до конца 2013 года и будет завершено к 2016 году.

«Курорты Atlantis стали настоящей визитной карточкой мест, где они расположены, — это Багамские острова

и остров Пальма Джумейра в Дубае, — сказал Гуо Гуангчанг, глава компании Fosun. — Atlantis, Sanya Hainan является актуальной интерпретацией всемирно известного бренда Atlantis, который предложит новые возможности отдыха для туристов из Китая и других стран».

Над проектом Atlantis, Sanya Hainan работает архитектурное бюро Brennan Beer Gorman Architects (Нью-Йорк) совместно с командой Kerzner и дизайнерами во главе с Солом Керцнером и Аланом Лейбманом, генеральным директором Kerzner International. Дизайнером интерьеров стал Джеффри Бирз, создавший интерьеры курортов Atlantis, Paradise Island и Atlantis, The Palm.

Novotel: все для You

Цель новой программы «You: наша цель — ваше удовольствие» — обеспечить наиболее комфортное и качественное проживание гостей во всех отелях сети Novotel.

Программа включает уникальную систему мероприятий, в числе которых специальное обучение сотрудников отелей специалистами HR и операционного отделов, регулярный мониторинг уровня удовлетворенности клиентов и даже выплаты возмещения клиентам, чьи возникшие по вине отеля проблемы не были решены в короткие сроки. Планируется, что к концу текущего года программа будет запущена во всех 400 отелях Novotel.

Kempinski Residences — новый проект в Хорватии

Группа Kempinski Hotel представляет свой новый проект в Хорватии — Kempinski Residences — Skipper Villas and Apartments, который является частью гостиничного комплекса Kempinski Adriatic, открывшегося в 2009 году и ставшего первым гольф- и спа-курортом сети в Хорватии.



Проект Kempinski Residences — Skipper Villas and Apartments, расположенный в Истрии, предлагает 22 частные виллы площадью 470–880 кв. м с земельными участками от 1100 до 2300 кв. м. Каждая вилла имеет отдельный бассейн и находится не далее

чем в 400 м от береговой линии. Все виллы построены с учетом последних требований для комфортного и продолжительного отдыха и отличаются безупречным сервисом: от самого современного оборудования, систем управления и утонченного

дизайна до возможности пользоваться всеми услугами гостиничного комплекса Kempinski Adriatic. Кроме того, в четырех корпусах резиденций размещаются 20 современных меблированных апартаментов, террасы которых выходят на Адриатиче-

ское море, побережье Словении и Италии, а также альпийские вершины.

На территории комплекса есть все, что нужно для отдыха класса люкс: гольф-поле, спа-комплекс, теннисный корт, волейбольные и баскетбольные площадки.

Dusit предложит уникальное пространство для мероприятий в Абу-Даби

17 сентября 2013 года было отмечено знаковым событием в жизни Абу-Даби — торжественным открытием Dusit Thani Abu Dhabi, пятого отеля Dusit International на Ближнем Востоке.

Расположившийся в 37-этажном небоскребе Dusit Thani Abu Dhabi может стать новой достопримечательностью города. Третий по высоте гостиничный атриум мира и конференц-центр, способный одновременно принять до 2000 гостей, выгодно отличают его от конкурентов из премиального сегмента. До отеля можно добраться из аэропорта всего за 20 минут и за 10 — от Национального выставочного центра Абу-Даби. В гостинице 402 номера.

Ценителей высокой тайской кухни непременно обрадует фирменный ресторан Benjarong, история которого уходит в далекое прошлое, когда география отелей Dusit ограничивалась лишь Таиландом. С тех пор по традиции рестораны Benjarong непременно можно обнаружить во всех премиальных отелях Dusit по всему миру. Фитнес-клуб DFIT, расположенный на 19 этаже, открывает взорам посетителей фантастические панорамные виды на город. Парная, сауна, большой открытый бассейн с террасой для принятия солнечных ванн непосредственно на крыше небоскреба — все это в распоряжении гостей отеля в свободном доступе.

Namm Spa приглашает пройти фирменные тайские процедуры в одном из восьми роскошных кабинетов, атмосфера которых располагает к безбрежным удовольствиям души и тела.

Общественная зона Skydome площадью без малого 2000 кв. м с ее просторными галереями и стройными, холеными пальмами,



подпирающими прозрачный купол, чьи своды напоминают пчелиные соты, располагает к неспешным беседам и прогулкам. В дневное время она полностью залита солнечным светом, проникающим через остекление крыши. Великолепный стеклянный купол

конференц-центра, возможности трансформации пространства по желанию заказчика и впечатляющие интерьеры каждого из переговорных залов делают Dusit Thani Abu Dhabi удачным местом для проведения мероприятий разного формата.

Отель Renaissance открылся в Измире

Бренд Renaissance Hotels объявил об открытии нового отеля бренда в Измире (Турция). Отель расположен рядом с центром города и набережной на берегу моря.

В гостинице есть просторный атриум, из окон открываются панорамные виды, что, конечно же, понравится гостям, путешествующим как по делу, так и для развлечения. В лобби отеля расположена библиотека с большим набором книг, там же находится стойка Navigator, которая снабдит гостя самой свежей информацией обо всем лучшем, что предлагает Измир.

Бренд Renaissance Hotels помогает гостю получить полноценные впечатления от путешествия через инновационные программы для гостей, которые включают фирменную консьержную службу и развлекательную платформу RLife LIVE, ведущую в индустрии гостеприимства программу, которая знакомит гостей с новинками в области музыки, искусства и многим другим в отелях бренда по всему миру. В прошлом году бренд запустил свою первую глобальную рекламную кампанию Live Life to DiscoverSM («Живи и делай открытия!»), которая помогает гостям познакомиться с городами, в которые они приезжают.

Отель Renaissance Izmir Hotel предлагает гостям 110 номеров.



Raffles расширяет китайскую коллекцию

Новый отель Raffles Hainan будет десятым по счету в сети Raffles Hotels & Resorts и вторым отелем цепочки в Китае. Роскошный курорт построен в новом привлекательном районе на юго-восточном побережье острова Хайнань.

Расположенный вдоль первоклассного пляжа, Raffles Hainan располагает 229 номерами и 32 виллами с панорамным видом на океан или гольф-поля. Большой спа-центр предлагает азиатские и западные программы восстановления. На территории курорта расположены семь ресторанов и баров, а также помещения для проведения частных мероприятий.

Номера и люксы отеля оформлены в современном стиле в сочетании с местными мотивами. Деревянная мебель, красочные ткани и предметы искусства отдают должное традиционным

горным племенам острова Хайнань и привносят местный колорит в интерьеры отеля.

Сеть отелей Raffles Hotels & Resorts тесно связана с миром искусства, и Raffles Hainan не является исключением — на территории курорта находится

более 1000 специально заказанных предметов искусства, включая работы современных китайских художников, скульптуры, племенные украшения, а также работы мультимедийного искусства. Курирует экспозицию галерея Willow Gallery из Гонконга.

Для проведения встреч и мероприятий можно выбрать либо павильон на пляже с потрясающим видом на море, либо балльный зал для официальных приемов. Также для деловых встреч отель предлагает семь многофункциональных конференц-залов.



ONYX перевыполняет планы

ONYX Hospitality Group — управляющая гостиничная компания, головной офис которой находится в Таиланде. На настоящий момент ONYX управляет более чем тридцатью отелями различных брендов. Большая часть из них находится в Таиланде, однако ONYX постоянно расширяется, открывая и получая в управление отели на Шри-Ланке, в Катаре, Индии, Китае, Гонконге.



В портфолио ONYX входят четыре бренда — Amari, Shama, OZO и Saffron. Под брендом Amari сегодня работают 13 отелей; «флагманскими» отелями являются Amari Watergate в Бангкоке и Amari Orchid в Паттайе. Amari есть и на всех основных курортах Таиланда — в Хуахине, на Ко Чанге, Самуи, Краби и Пхукете.

Кроме Amari, который считается среднеценовым продуктом, в коллекцию ONYX входит люксовый бренд Saffron, 5-звездный отель Oriental Luxury Bangkok, линейка бюджетных отелей с ограниченным сервисом OZO, ориентированная на «продвинутых» и само-

стоятельных путешественников, и цепочка апартаментов с гостиничным обслуживанием Shama, в основном представленная в Китае. В этой сети сегодня 22 отеля. Что касается OZO, то открылся пока только один — OZO Wesley в Гонконге, остальные пока в стадии строительства. Кроме того, в управлении ONYX находится и еще одна коллекция отелей под брендом The Mosaic Collection.

На сегодняшний день в управлении ONYX 33 отеля с общим номерным фондом более 5000 номеров. В 2010 году компания ONYX поставила перед собой цель стать к 2018 г. одной из ведущих

отельных групп в Азии и иметь в своем портфолио 51 отель. «К концу 2013 года в управлении ONYX будет уже 38 отелей, плюс подписаны контракты на управление еще 11 отелями, что уже говорит о том, что план, сформулированный в 2010 году, будет перевыполнен», — отмечает Питер Хэнли, президент и исполнительный директор группы ONYX.

В январе 2013 года открылся Amari Doha в Катаре, в июне — OZO Wesley в Гонконге. К концу 2013-го должен открыться Amari Buriram United в северо-восточной провинции Таиланда Бурираме. В конце 2013 — начале 2014 года должны

открыться отели OZO в Коломбо (Шри-Ланка) и на Самуи (Таиланд). К 2015 году в коллекции OZO будет уже семь отелей. В 2015 году откроется первый отель Amari в Индонезии — Amari Pecatu Bali. К 2016 году планируется открытие двух отелей Amari в Китае.

«2013-й для нас — очень интересный и важный год, поскольку в этом году открываются первые отели под брендом OZO в Гонконге и Коломбо. Мы чувствуем, что эта новая концепция будет пользоваться большим спросом и позволит нам продолжать успешно развиваться как в Азии, так и за ее пределами», — считает г-н Хэнли.



Роскошный отель открылся недалеко от Дели

Vivanta by Taj — Surajkund расположен в одном из древнейших индийских городов близ священного озера Сураджджунда.

Отель Vivanta by Taj — Surajkund предлагает гостям 287 номеров и люксов, некоторые из которых располагают просторными террасами. Здание построено в соответствии с последними техническими требованиями и оборудовано систе-

мой «умный дом». В его убранстве соединились минималистический декор, изящество и неповторимый уют загородного отеля.

Неброская элегантность в оформлении номеров, паркет из натурального бамбука и африканского тикового дерева, многочисленные варианты подсветки комнат, окна во всю стену, через которые струится солнечный свет, добавляя интерьеру пространства и теплоты, балконы, утопающие в зелени, с пуфами и шезлонгами — все это не может не произвести впечатления даже на самых искушенных путешественников.

Lotte — теперь в Ташкенте

Lotte City Hotel Tashkent Palace — именно так теперь звучит название гостиницы, расположенной в уникальном здании, являющемся архитектурной достопримечательностью, культурным наследием Узбекистана и экскурсионным объектом Ташкента.

Lotte City Hotel Tashkent Palace — гостиница международного уровня, отреставрированная по стандартам международного класса сети отелей корейской компании Lotte.

В гостинице применены новые стандарты качества Lotte,

инженерные разработки, введена современная система бронирования, которая предлагает гостям 232 элегантных, просторных и комфортабельных номера, самые современные удобства и услуги, не имеющие аналогов в Ташкенте.

В гостинице расположены два ресторана, ведущие шеф-повара которых способны удивить своими неповторимыми кулинарными способностями и изысканными блюдами.

В распоряжении гостей отеля также будет великолепный конференц-зал, где возможно проведение мероприятий любого уровня — от небольших бизнес-встреч, различных торжеств до международных конференций.



В Lotte City Hotel Tashkent Palace гости смогут насладиться индивидуальным подходом, теплотой и утонченно-

стью предлагаемого сервиса, отличающегося профессионализмом и восточным гостеприимством.



Отелю Carlton St.Moritz — век!

Знаменитый швейцарский отель празднует юбилей.

Отель Carlton — современный роскошный отель с 60 просторными номерами категорий Suite и Junior Suite, двумя ресторанами высокой кухни и первоклассным спа-центром площадью 1200 кв. м, располагающимся на трех этажах. Сочетание современных и исторических деталей можно заметить как во внешнем виде отеля, так и в интерьере 100-летнего здания. Изумительная лестница, лепной декор на потолке бельэтажа и кирпичные стены напоминают роскошные времена начала XX века, номера располагают широким выбором цветовой гаммы, высоким уровнем комфорта и современным техническим оснащением.

Отель Carlton гордится своими устоявшимися традициями, не переставая удивлять своих гостей новшествами и предоставлять обслуживание высшего уровня.

Courtyard by Marriott празднует 30-летие

Бренд Courtyard изменил индустрию гостеприимства, предложив в 1983 году концепцию отелей средней ценовой категории высокого уровня. Он отмечает свое 30-летие в почти тысяче отелях бренда в 38 странах, где трудятся более 30 тысяч сотрудников.

Бренд, который насчитывает самое большое количество отелей в семье Marriott International, отмечает юбилей вместе с гостями и клиентами по всему миру и организует пять грандиозных юбилейных мероприятий в Гонконге, Дохе, Мексико-Сити и Атланте.

«Запуск такого бренда, как Courtyard, был для нас самым

рискованным предприятием, которое обернулось колоссальным успехом, — сказал Билл Марриотт, председатель совета директоров и исполнительный директор компании Marriott International. — Я горд тем, чем стал бренд Courtyard, но еще более горжусь тем направлением, которое он задал развитию гостиничной индустрии».

Своими успехами бренд Courtyard обязан четкому пониманию того, что нужно деловому путешественнику. За три десятилетия своего существования бренд оперативно реагировал на изменяющиеся потребности именно этого контингента гостей. Бренд по-прежнему чутко откликается на веяния времени, внедряя передовые дизайнерские концепции, например, лобби Courtyard Refreshing Business или новый

дизайн деловых помещений Synergy room design.

«Тридцать лет назад наши отели принимали гостей, которые были ориентированы целиком и полностью на работу. Мы постоянно совершенствовались вместе с их постоянно меняющимися запросами и желанием иметь большую свободу выбора, и это принесло свои плоды», — считает Билл Марриотт.

В течение тридцати лет своей истории стремление бренда Courtyard идти в ногу со временем сделало его лидером в области внедрения инноваций. Он стал первым брендом, внедрившим концепцию «цифрового консержа», а именно интерактивную панель GoBoards®. В отелях ресторанов бренда Bistro впервые стало возможно подсчитать количество калорий в блюдах.



Глобальный рост бренда подвел к необходимости создания международной модели дизайна номеров, которые были разработаны с учетом потребностей четырех основных мировых регионов. Это позволило сохранить лояльность гостей и дать в руки владельцев эффективные бизнес-модели.

ж у р н а л
деловой бизнес
Пятьзвезд
продолжает подписку на 2014 год



Подписной купон

Фирма _____
Профиль деятельности _____
ФИО и должность получателя _____
Индекс _____ Факт.адрес _____
Тел./факс _____
e-mail _____
www _____
ИНН _____
КПП _____

Альтернативные агентства подписки:

- Деловая пресса:**
• (495) 665-68-92
www.delpress.ru
- Информ-Система:**
• (499) 89-45-55/69
www.informsistema.ru
- Урал-Пресс:**
• (495) 789-86-36/37/38
www.ural-press.ru

Наши реквизиты:

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

Стоимость подписки

(12 номеров - 6 выпусков), включая НДС 18% - 2124,00руб.

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.

Дополнительная информация:

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

Тб Workshop

ТУРБИЗНЕС

Приглашаем к участию в

ВЕСЕННЕЙ СЕРИИ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» В 2014 ГОДУ

12-14 марта

24-28 марта


31 марта-4 апреля

7-11 апреля

15-17 апреля

22-23 апреля

25 апреля

Саратов – Тольятти – Ульяновск 

Пятигорск – Ставрополь – Волгоград – Краснодар – Ростов-на-Дону

Ижевск – Пермь – Екатеринбург – Тюмень – Сургут

Челябинск – Уфа – Самара – Казань – Н.Новгород

Омск – Новосибирск  – Красноярск 

Тбилиси  – Баку

Калининград

Стоимость участия в workshop:

РОССИЯ -15 тыс. руб. (за один город),

Тбилиси, Баку - 17 тыс. руб. (за один город)

В стоимость участия входят: предоставление рабочего места (с табличкой и бейджи), рекламная кампания в журнале «Турбизнес», приглашение профессиональных посетителей, организация подъездных трансферов для посетителей (в некоторых городах), размещение информации в объединенном каталоге workshop и на сайте «Турбизнес», экскурсионное обслуживание (цены указаны без учета НДС 18%)

Стоимость проведения мастер-классов:

30 мин. – 7 тыс. руб.,

40 мин. – 9 тыс. руб.

Дополнительно предлагаем:

- доставку материалов в города проведения workshop к рабочему месту (46 руб./кг.)
 - пакеты обслуживания (от 5 тыс. руб. в одном городе вкл. трансферы по программе, обеды и проживание, Тбилиси, Баку - от 6 тыс. руб. в одном городе)
 - размещение рекламы в каталогах workshop (от 5 тыс. руб.)
 - заочное участие в workshop (7 тыс. руб.)
 - индивидуальные презентации для компаний в городах России и СНГ.
- В пакет обслуживания не входят авиа и ж/д билеты.

Отдел workshop «Турбизнес»:

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

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

WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» – БОЛЕЕ 300 МЕРОПРИЯТИЙ, В 43 ГОРОДАХ РОССИИ И СНГ С 1998 ГОДА



Более 15000 наименований профессиональных товаров
для гостиничного и ресторанного бизнеса со склада
в Москве и под заказ, напрямую от производителя.



eternum
created 1924



steelite
INTERNATIONAL



isi



MATFER



ILSA



RONA
3 Star Glass



«КОМПЛЕКС-БАР» ПРЕДЛАГАЕТ:

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

«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