



Весна в «World Class Жуковка»

Beauty Spa by «World Class Жуковка» этой весной предлагает новые уникальные процедуры, аюрведические ритуалы и индивидуальные комплексные программы с использованием инновационных разработок в области здоровья и красоты. Сотрудничество с ведущими косметическими лабораториями Швейцарии, Франции и Америки позволяет предложить гостям спа-центра серию эксклюзивных процедур. В частности, только в этом спа-центре можно найти профессиональную косметику ORGeV, процедуры также проводятся на косметических продуктах Thalion, Bellefontaine, Karin Herzog и Epicura. Помимо профессиональных услуг по уходу за лицом и телом Beauty Spa by «World Class Жуковка» предлагает детское спа-меню (массаж, европейский маникюр, укладка и прочее), а также русскую баню.

www.worldclass.ru

Искусство путешествовать

Этой весной в центре Москвы начала свою работу компания Sky Club, обещающая в скором времени стать лидером в области премиального туризма. Sky Club способна в кратчайшие сроки решить задачу любой сложности: организовать деловую поездку, найти оптимальный вариант размещения или дефицитные билеты, организовать ужин на частном острове, забронировать яхту, разработать сложную туристическую программу в незнакомой стране и порекомендовать хорошего гида. Самые интересные события, теннисные и гольф-турниры, яхт-шоу и автосалоны, оздоровительные поездки и просто отдых в лучших отелях мира с запоминающейся программой развлечений — Sky Club предоставляет полный спектр туристических услуг. Но самое главное, что отличает Sky Club от других туристических агентств, — это команда профессионалов с огромным опытом.

www.sky-club.ru



ЕКАТЕРИНА ПИЛАСОВА

Персональный подход

Ожидания туристов постоянно меняются, и требования, предъявляемые к международным гостиничным сетям, очень высоки. Это показывает новое исследование, результаты которого были опубликованы компанией InterContinental Hotels Group (IHG). Ранее в индустрии гостеприимства приоритетными считались два фактора: международный уровень сервиса и соответствие местным традициям и особенностям каждого конкретного рынка. Исследование показало, что все больше туристов ожидают персонализированного обслуживания на всех уровнях. Примерно трое из пяти опрошенных потребителей (59%) заявили, что считают свое пребывание в гостинице гораздо более комфортным, если им предоставляются услуги с учетом их личных предпочтений, а более чем у половины опрошенных (54%) индивидуальный подход создает впечатление, что их ценят как клиентов. Следует отметить, что разные туристы по-разному определяют понятие «персональный подход» — в зависимости от возраста и страны проживания.



Акула на борту

В этом году внутренние рейсы авиакомпании Japan Transocean Air будут выполняться на самолетах с необычным дизайном: на Boeing 737 400s будет красоваться китовая акула. Необычный персонаж — один из символов аквариума в Окинаве, который в этом году отмечает свое десятилетие. Предполагается, что пассажиры Jinbei Jet (джинбей — китовая акула) захотят больше узнать о жизни океана и посетят Churaumi Aquarium — первое место в мире, где можно увидеть восьмиметровую китовую акулу и гигантского манту.

www.oki-churaumi.jp



Лампочка на память



Опрос TripBarometer «Правда о путешествиях и путешественниках» показал, что в среднем по миру двое из трех путешественников забирают вещи из гостиничных номеров. Среди россиян 46% респондентов признали, что при отъезде не прочь бросить в чемодан пару «сувениров на память». Это значительно меньше среднего показателя в 65%, полученного по результатам опроса, проведенного TripAdvisor. Россияне наряду с египтянами (44%), турками и греками (по 46%) наименее склонны увозить с собой вещи из гостиничных номеров, тогда как наибольшими любителями не оставить после себя ничего «лишнего» оказались испанцы и австралийцы (по 77%). Наиболее часто россияне забирают с собой туалетные принадлежности (эти предметы отметили 23% российских участников исследования по сравнению с 45% путешественников в целом по миру), чай и кофе (18%), канцелярские принадлежности (11%), салфетки (10%) и полотенца (9%). При этом всего 1% россиян признались в том, что не считают зазорным перед отъездом выкрутить в номере электрическую лампочку, а 3% — захватить приглянувшийся банный халат. Ответы путешественников на вопросы анкеты TripBarometer по ряду позиций расходятся с тем, что говорят о пропажах сами отельеры. Более половины опрошенных владельцев отелей во всем мире утверждают, что при отъезде их гости забирали с собой из номеров самые разнообразные «сувениры». К примеру, 25% опрошенных отельеров отметили, что после отъезда гостей не удается найти полотенце.



Sofitel отмечает юбилей

Сеть отелей Sofitel, включающая более 120 отелей, сообщает о своей 50-летней годовщине. В этом году Sofitel не только отдаст дань традициям и истории бренда, но и представит более 30 новых отелей. В честь юбилея одна из лучших французских отельных сетей выпустит специализированный путеводитель — сочетание классического каталога отелей и lifestyle-рекомендаций для путешественников. В путеводитель будут включены эксклюзивные интервью с шеф-поварами Michelin-ресторанов, дизайнерами и деятелями культуры, которые поделятся с читателями своими мыслями о прошедших 50 годах и будущем Sofitel.

www.sofitel.com