

ПРОФЕССИОНАЛЫ БЕРУТ
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ НА СЕБЯ / 18
С ЛЮБОВЬЮ К РОССИИ / 20
БУТИК-ОТЕЛИ
КАК АЛЬТЕРНАТИВА / 21



Пятница, 20 октября 2017 №196
(№6190 с момента возобновления издания)
Цветные тематические страницы №13–28
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»
Зарегистрировано в Роскомнадзоре
ПИ № ФС 77-64424 31 декабря 2015 года
Коммерсантъ
в Санкт-Петербурге

Индустрия отдыха

Guide

ПАРТНЕР ВЫПУСКА

 **hotel
INDIGO**
AN **IHG**® HOTEL
St.Petersburg-Tchaikovskogo

РЕКЛАМА



ЕЛЕНА ФЕДОТОВА,
РЕДАКТОР GUIDE «ИНДУСТРИЯ ОТДЫХА»

ОТКРЫТЫЙ МИР

Нет на свете ничего лучше путешествий. Эта нехитрая истина осознается в полной мере с годами, когда амбициозные планы на жизнь, карьерные по служебной лестнице или заботы об устройстве семьи и быта становятся как-то уже неактуальны. Вот тогда приходит время путешествий. Хорошо, когда на это есть деньги, а время всегда найдется, было бы желание. Но и со скудным бюджетом можно путешествовать — тому есть масса примеров. И даже — без знания каких-либо языков, кроме своего родного. Что тоже подтверждается опытом людей без комплексов, которые ездят по странам и континентам разными способами.

Конечно, можно познавать дао в своем огороде. Но только хорошо при этом держать за свой огород всю планету. В конце концов, все мы — люди мира, все зависит от того, чувствуем мы это или нет. То есть от степени внутренней свободы. Об этом недавно сказал в интервью Александр Любимов — один из создателей телепрограммы «Взгляд». Его, правда, спрашивали о другом: «Не обидно ли вам, что свобода прессы, завоеванная, в том числе и вами, таким трудом... что все как-то быстро переменялось?» «Не обидно,— ответил Александр.— Это не моя проблема в конце концов. У меня свободы внутри осталось столько же».

Насчет «не моих проблем» можно и возразить, а вот ощущение собственной внутренней свободы, невзирая ни на что вокруг, говорит о крайнем индивидуализме. Завидное качество для человека, выросшего в системе — причем любой. Так вот, весь мир открыт — если это есть в ощущениях, значит, есть и в реальности.

Одна из героинь этого выпуска утверждает, что путешествие — прежде всего эмоция. То, о чем за железным занавесом пели: «А я еду, а я еду за туманом. За туманом и за запахом тайги». Или еще: «Долго будет Карелия снится...» Сегодня не слагают песен о путешествиях. Мир стал прагматичнее. Но эмоции никуда не делись. Не пора ли собирать чемодан?

ПУТЕШЕСТВИЯ ПО РОССИИ: БЕГ С ПРЕПЯТСТВИЯМИ

ПОСЛЕ ОТКРЫТИЯ ДЛЯ РОССИЯН ТУРЦИИ И ЕГИПТА РЫНОК ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА ПРОДЕМОНСТРИРОВАЛ СПАД, ЧТО СТАЛО ОСОБЕННО ЗАМЕТНО НА ФОНЕ ПРОШЛОГОДНЕГО ВСПЛЕСКА ИНТЕРЕСА К ОТДЫХУ ВНУТРИ СТРАНЫ. НЕ ИСКЛЮЧЕНО, ЧТО СВОЮ РОЛЬ В ПАДЕНИИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОТРАСЛИ СЫГРАЛИ И ДРУГИЕ ПРИЧИНЫ — К ПРИМЕРУ, НИЗКАЯ ПОКУПАТЕЛЬНАЯ СПОСОБНОСТЬ РОССИЯН НА ФОНЕ ИНФЛЯЦИИ. ВПРОЧЕМ, И ВНУТРЕННИЕ ПРОБЛЕМЫ — ДОРОГОВИЗНА ПЕРЕВОЗОК И КАЧЕСТВО ИНФРАСТРУКТУРЫ — ТАКЖЕ ВЫСТУПИЛИ В КАЧЕСТВЕ СДЕРЖИВАЮЩИХ ФАКТОРОВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В СТРАНЕ. ДМИТРИЙ МАРАКУЛИН



ЛЕДОВЫЙ БАЙКАЛЬСКИЙ МАРАФОН МОЖЕТ СТАТЬ СИМВОЛОМ ТРУДНОСТЕЙ ДЛЯ ПУТЕШЕСТВЕННИКОВ ПО РОССИИ

Неожиданно провальным для внутреннего туризма оказался нынешний летний сезон. И его показатели несопоставимы с итогами прошлого года, который, как говорит руководитель ГК «Серебряное кольцо» Анна Лупинова, «стал взрывом для внутреннего туризма». В 2016 году популярность отечественных курортов выросла на треть, если сравнивать с 2015 годом — по традиции, наибольшей привлекательностью обладало Черноморское побережье. Однако не обошли вниманием путешественники и города на Азовском море, Каспии, популярен был Алтай. Вместе с тем участники рынка предполагали, что востребованность россиянами путешествий по стране будет сохраняться ровно до отмены санкций и возврата на рынок Турции и Египта. И нынешний год подтвердил их прогноз.

Так, генеральный директор компании «Петротур» Борис Мазулов, говоря об итогах работы, отметил серьезное падение интереса со стороны соотечественников к отдыху в пределах страны. В частности, по его оценке, падение спроса только на экскурсионные туры достигло 30%. «Надеюсь, что рынок упал до дна и теперь — только рост», — добавляет топ-менеджер.

Директор Северо-Западного регионального отделения Российского союза туристической (СЗ РСТ) Екатерина Шад-

ская резюмировала: «К сожалению, в нынешнем году наблюдается тенденция к стагнации спроса на внутренний туризм — особенно на фоне бурного роста в прошлом сезоне».

Вместе с тем некоторые турфирмы были мягче в своих оценках результатов, которые продемонстрировал внутренний рынок. Так, в компании «Иволга» сообщили, что «летний сезон 2017 года для внутреннего туризма оказался практически на уровне предыдущего года, хотя и наблюдался некоторый спад». «Количество путешествующих с каждым годом неуклонно растет. Многие русские люди с удивлением открывают для себя родные места, памятники и природные явления. Для многих слово Россия начинает звучать по-другому, и это уже не пренебрежительное „эта страна“, — добавили в компании.

Добавим, что, по данным опроса ВЦИОМ, каждый третий россиянин летом не брал отпуск и никуда не ездил, только каждый шестой посетил один из уголков России, а 15% населения вообще живет за чертой бедности.

Участники рынка объясняют падение спроса разнообразными причинами, иногда соглашаясь с позицией коллег, а иногда и оппонирова друг другу. Так, госпожа Лупинова видит объяснение в стабилизации курса валют и экономической ситуа-

ции, благодаря чему поездки за границу начали возвращать утраченные позиции. Кроме этого, сыграло, по ее оценке, и желание людей «погрузиться в другую культуру» за деньги, сопоставимые со стоимостью внутрироссийского тура: «Почувствовать так называемое культурное погружение — познакомиться с культурой другой страны, традиционной едой, ремеслами, приобрести что-то интересное, отличное от того, что можно купить в сетевых магазинах, одинаковых по всей России». Господин Мазулов констатирует, что «сегмент путешественников не растет, платежеспособность не увеличивается». По его словам, ситуация с внутренним и выездным туризмом напоминает опыт из школьного учебника физики с сообщающимися сосудами: происходит перетекание потребителей из одного сегмента в другой.

Другая причина — фактически отсутствие лета, на что сетовали многие. «Надежда на улучшение погодных условий рухнула в середине сезона, и люди, не дождавшись лета, решили поехать на традиционные морские курорты», — поясняют в компании «Иволга».

Впрочем, отмечают в ГК «Серебряное ожерелье», не всегда цена турпакета является определяющим фактором. Если анализировать продажи нашей компании,

рассказала Анна Лупинова, то уникальность посещаемых объектов, неординарность темы экскурсии, новизна маршрута сильнее влияют на выбор туриста, нежели стоимость путевки.

ЧТО В ТРЕНДЕ Тем не менее россияне, и в том числе петербуржцы, все-таки отдыхали. По мнению участников рынка, однозначно популярными направлениями можно назвать Казань, интерес к которой подогрела Универсиада, Карелию, города Золотого кольца и Серебряного ожерелья. В тренде остаются туры на Валдай и Селигер, Киж и Валаам, туры выходного дня. Следует отметить, что, как считают участники рынка, авиаперевозчики в некоторых случаях проявляли гибкость, что тоже сыграло свою роль в популяризации некоторых направлений — той же Казани и городов Урала. Отмечают интерес со стороны путешественников к Алтаю, начавшийся еще в прошлом сезоне. К примеру, бальнеологический курорт Белокуриха, славящийся радоновыми источниками, целебным микроклиматом, аутентичными местными практиками (пантовые ванны и различные виды массажа), уже завоевал сердца туристов из Сибири и Дальнего Востока.

В ГК «Серебряное кольцо», специализирующейся на экскурсионных турах, говорят о популярности многодневных туров на внутренних направлениях: запрос увеличился на такие города, как Тверь, Вологда, Калининград, Казань. «Большую роль в этом сыграла рекламная кампания как Казани, так и Вологды. И Вологодская область постепенно становится в Северо-Западе таким же ярким брендом, как и Карелия», — отмечает госпожа Лупинова. А вот господин Мазулов, наоборот, говорит о падении спроса на Калининград, который в прошлом году находился на пике популярности, но отмечает интерес к экскурсионным турам по Крыму и на Соловки.

В «Иволге» обращают внимание на традиционность выбора гостей страны: иностранцы по-прежнему предпочитают Москву и Золотое кольцо, Петербург, Великий Новгород, Псков и круизы по Волге. Другие регионы чаще всего привлекают туристов-одиночек, группы туда, как заявили в компании, «едут с опаской». Хотя набирает популярность среди иностранцев направление Иркутск — Байкал — Улан-Удэ. Эту тенденцию в «Иволге» объясняют не только рекламой и «сарафанным радио», но и личностью президента РФ Владимира Путина. «К нему многие иностранцы испытывают неподдельный интерес и уважение, и им также хочется посетить те регионы, где отдыхает наш президент», — заявили в компании.

«Состоятельные путешественники сегодня выбирают Камчатку, Соловки, Алтай, Байкал. Эти направления предоставляют массу разнообразных возможностей для времяпрепровождения. Они не только знамениты природными достопримечательностями, но и предлагают множество вариантов активного или познавательного отдыха: верховая езда на Алтае, рыбалка, яхтинг и этнографический туризм на Байкале, рафтинг и рыбалка на Камчатке. А поездка на Соловки для многих российских путешественников — это попытка соприкоснуться с драматическими моментами истории России, возможность поразмышлять об истории страны и даже переосмыслить прошлое», — говорит генеральный директор компании «Индиви-

дуальный туристический сервис» Виктория Шамликашвили.

Действительно, часть брендовых, но дальних мест (Байкал, Алтай, Камчатка), к сожалению, по-прежнему остается мало-доступной среднему россиянину. «Путешествия по этим направлениям для многих настолько же нереальны, как поездка в Исландию или Австралию», — уточнила госпожа Лупинова. «Дальние» внутренние направления с большим туристским потенциалом — Алтай, Байкал, Камчатка — остаются на данном этапе уделом небольших групп обеспеченных туристов, количество которых, увы, не растет», — добавила госпожа Шадская.

ТОРМОЗА ОТРАСЛИ Ключевые факторы, сдерживающие развитие внутреннего туризма, участники рынка называют практически одни и те же: туристическая инфраструктура и авиа- и железнодорожные перевозки, что, без сомнения, сказывается как на стоимости предлагаемой путевки, так и на впечатлениях туристов, отправившихся по России.

«Из проблем, связанных с транспортом, можно выделить стремительно ветшающий автобусный парк: по существующим тарифам транспортники не могут закупать качественные автобусы; неустойчивость авиационной сферы: „горячий“ пример — „ВИМ-Авиа“ и наличие НДС на внутренние перелеты (хотя его и снизили до 10%)», — конкретизирует проблемы глава СЗ РСТ.

«Петербург, имея высокий потенциал как хаб, до сих пор не смог им стать, и потерял значительный пассажиропоток», — считает Виктория Шамликашвили. — Причиной — дорогое обслуживание в аэропорту и эгоистичная политика с точки зрения предоставления возможности полетов иностранным авиакомпаниям. „Аэрофлот“ — прекрасная авиакомпания, но ее маршрутная сеть не безгранична, и это нужно учитывать».

«Многие гостиницы с советских времен не реновировались, так еще и большие группы разместить не всегда бывает просто. Гостиницы, как правило, маленькие, либо одна большая на город, которая при развитии направления не вмещает всех желающих. С этим явлением столкнулась этим летом Карелия. Регион настолько стал популярен, что перестало хватать мест для размещения. И при наличии большого потенциала пришлось сокращать двухдневные программы до одного дня», — делится проблемами глава ГК «Серебряное кольцо».

Этот список можно дополнить пусть и не столь концептуальными, но все же значимыми «недочетами»: большие расстояния, на протяжении которых нет безопасных точек питания и туалетов, в месте пребывания не всегда удовлетворительный сервис — на завтрак нередко могут предложить «порцию холодной каши и кусочек булки с кубиком масла». Зачастую музеи и их сотрудники совсем не ориентированы на туриста. «Много до сих пор таких музеев, где туристы „мешают“ сохранять историческую целостность объекта, где проведут экскурсию, если только приехала группа, а если ты один, то ходи сам и читай таблички», — отмечает Анна Лупинова.

Поэтому многие задумываются, куда лучше потратить средства: на ожидаемый отдых за рубежом или на поездку в неизведанное и непредсказуемое русское пространство, резюмируют в «Иволге». ■

ПОД СТУК КОЛЕС ЖЕЛЕЗНО-ДОРОЖНЫЕ ТУРЫ, НА ВРЕМЯ КОТОРЫХ КУПЕ ПОЕЗДА ФАКТИЧЕСКИ ПРЕВРАЩАЕТСЯ ДЛЯ ПУТЕШЕСТВЕННИКА В НОМЕР ОТЕЛЯ, В ПОСЛЕДНИЕ ПОЛВЕКА ПРИОБРЕЛИ НЕКИЙ НАЛЕТ «СТАРОМОДНОСТИ». В ТАКОМ ВОСПРИЯТИИ НЕМАЛУЮ РОЛЬ СЫГРАЛИ АВИАКОМПАНИИ: САМОЛЕТОМ ЗАЧАСТУЮ ДОБРАТЬСЯ И БЫСТРЕЕ, И ДЕШЕВЛЕ. ВМЕСТЕ С ТЕМ ЗА РУБЕЖОМ ЭТОТ ВИД ПУТЕШЕСТВИЙ ОСТАЕТСЯ ВОСТРЕБОВАННЫМ В САМЫХ РАЗНЫХ ФОРМАТАХ, ЧЕГО, К СОЖАЛЕНИЮ, НЕЛЬЗЯ СКАЗАТЬ В ПОЛНОЙ МЕРЕ О РОССИИ. ДМИТРИЙ МАРАКУЛИН

В Европе и Азии туристы в поездах не редкость, что, по оценке отраслевого аналитика Евгения Городнего, говорит о достаточно стабильно высоком спросе на этот вид отдыха. «Можно выделить три сегмента железнодорожных путешествий: туры выходного дня, которые популярны в Европе и Японии, ночные переезды — здесь можно упомянуть ночные экспрессы Пекин — Шанхай, популярные среди европейцев, или ночной поезд Танжер — Марракеш, и люксовые круизы: таких маршрутов на весь мир немного, буквально пара десятков», — уточняет аналитик.

WEEKEND-ВАГОН Туры выходного дня — это, как правило, одно-двухдневное путешествие, распространенное в странах с развитой железнодорожной сетью (в Англии, Германии, развитие скоростных поездов делает их также популярными и в Китае), в места или курорты, расположенные в 100–200 км от места жительства отдыхающих. Такой продукт одинаково интересен как местным жителям, так и иностранцам. «К примеру, поездки по Северному Рейну-Вестфалии и по Баварии в Германии, в Нормандию из Парижа, в Японии — это либо из Токио к Фудзи, либо

из Осаки в Киото», — отмечает господин Городний.

Впрочем, в России найдутся и более короткие путешествия: такие в рамках своего проекта «Паровозные туры» предлагает АО «Федеральная пассажирская компания» (ФПК). «Это специально разработанные программы, которые позволяют погрузиться в атмосферу прошлого века. В состав ретропоезда включен отреставрированный паровоз середины XX века. Его тендер наполнен настоящим углем, а гудок, как и раньше, громко звучит на подъездах к станциям», — рассказали в компании. Один из самых популярных туров «Паровозная прогулка» длится всего три часа. За это время покажут Музей железнодорожного транспорта под открытым небом на Рижском вокзале Москвы и отреставрированное депо «Подмосковная» 1901 года постройки. До депо и обратно туристов везет настоящий паровоз. Во время шестичасового тура «Вокзалы Москвы» туристы проедут на ретропоезде по Малому кольцу Московской железной дороги, попадут на станции Царицыно и Бирюлево, в конце путешествия увидят исторический поезд, перевозивший в 1924 году тело Ленина. → 16



ЛЕГЕНДАРНЫЙ БРИТАНСКИЙ ПОЕЗД BELMOND BRITISH PULLMAN, БЛИЗНЕЦ ЭКСПРЕССА VENICE SIMPLON — ORIENT EXPRESS, ПЕРЕНОСИТ ПассажиРОВ В ЭПОХУ ВЕЛИКИХ ПУТЕШЕСТВИЙ ПО ЖЕЛЕЗНОЙ ДОРОГЕ

15 → При этом совершить одно-двухдневное путешествие на таком поезде можно не только из Петербурга или Москвы, но, к примеру, из Ростова-на-Дону или Иркутска.

За рубежом отправиться в короткое путешествие можно, например, по Великобритании — такое предлагает компания Belmond на легендарном поезде Belmond British Pullman, состоящем из старинных пульмановских вагонов: в 1920-х годах они входили в состав легендарных поездов Brighton Belle и Golden Arrow. Самый старый вагон, «Ибис», был построен в 1925 году, а другие, такие как «Одри» и «Вера», пережили бомбардировку во время авианалетов на лондонский вокзал Виктория в 1940 году. В компании отмечают, что «несколькими вагонами часто пользовались члены британской королевской семьи», а в некоторых ездили президент Франции Шарль де Голль и первый секретарь ЦК КПСС Никита Хрущев.

К слову, этот вид путешествий был широко распространен в Советском Союзе: маршруты предлагались самые разные — в зависимости от местных особенностей. Из Вологды — в Ленинград, Москву, Архангельск, Великий Новгород, из Ленинграда — в прибалтийские республики, на Урале пользовались стабильным интересом туристов Екатеринбург, Нижний Тагил и Челябинск.

Следует отметить, что и в сегодняшней России этот вид отдыха вызывает определенный интерес потребителей. Так, летом прошлого года одним из популярных туров выходного дня стала поездка на ретропоезде из Москвы в Петушки, в гости к фермеру, где проводились мастер-классы и устраивались дегустации.

Директор Северо-Западного регионального отделения Российского союза туристической индустрии (СЗ РСТ) Екатерина Шадская говорит о востребованности в сегменте детского отдыха турпоезда в Великий Устюг — вотчину Деда Мороза. ФПК, подтверждая популярность новогоднего детского тура, напоминает об относительно новом аналогичном проекте, рассчитанном на детей, — железнодорожные по-

ездки из Москвы и Петербурга в Кострому в гости к Снегурочке.

МЕСТ НЕМНОГО Директор по продажам компании Belmond в России и СНГ Екатерина Андреева отмечает, что поезда — это один из продуктов, который предлагается на российском рынке давно: «Для нашей страны это нишевый продукт, и о массовом спросе говорить не приходится». Вместе с тем госпожа Андреева отмечает стабильный интерес путешественников к поездам и даже его постоянный рост. Сегодня, по оценке топ-менеджера, это около 5% клиентов компании Belmond: рост связан главным образом с тем, что люди хотят ближе познакомиться со странами, где уже отдыхали в обычных отелях. «В сегменте многодневных железнодорожных туров есть предложения люксовых круизов, это выбор, как правило, обеспеченных пенсионеров. Мест мало, раскупаются едва ли не за год до отправления», — добавляет Евгений Городний. Здесь уместно будет упомянуть уже широко известные «Восточный экспресс», идущий из Парижа в Стамбул, и «Ориентальный экспресс» в Юго-Восточной Азии.

Еще пример такого путешествия можно найти в линейке продуктов компании Belmond, на сегодняшний день одного из самых популярных. Это шестидневная поездка на Belmond Royal Scotsman среди изумрудных холмов Шотландии. Туристы посетят лучшие поля для гольфа, в составе поезда спа-вагон, роскошные апартаменты. «Само предложение определяет аудиторию. Зайдите в самый престижный клуб для респектабельных джентльменов и достойных леди, и вы получите портрет компании, которая собирается в салоне поезда, чтобы выпить коктейль и обсудить последние новости», — добавляет госпожа Андреева. Еще один проект в люксовом сегменте, запущенный компанией в этом году, — путешествие на поезде по Перу, которое, по оценке топ-менеджера Belmond, «является уникальным для этой страны».

Иностранцев в России в первую очередь привлекает Транссиб. «Это — экзотика, чай в подстаканниках и прочее. Мо-

гут при этом даже в плацкарте ехать для полного погружения. Большая часть — самостоятельные путешественники. Главная точка притяжения — Байкал», — поясняет Евгений Городний. В ФПК добавляют, что, кроме Транссиба, среди иностранцев популярны туры по городам Золотого кольца, Серебряного ожерелья, а туристы из Азии отдают предпочтение путешествию по городам Великого чайного пути.

Флагманский проект еще одной «дочки» российского монополиста «РЖД Тур» — это круизный поезд «Императорская Россия» (Москва — Владивосток, Москва — Пекин), пользующийся, как заявляют в ФПК, «большой популярностью у иностранных туристов»: в частности, это путешествие выбрали жители 26 стран мира. Круиз организован по системе «все включено»: ночью туристы едут в поезде, а днем для них организуется экскурсионная программа, во время движения состава туристов развлекают тематическими викторинами и лекциями, национальными шоу, дегустациями напитков, живой музыкой.

ПРОСТОЙ ПАРОВОЗ Вместе с тем, по оценке экспертов, железнодорожный туризм в России продолжает скорее существовать, чем развиваться: специалисты не отмечают всплеска интереса среди сограждан. «Частным, но характерным примером, описывающим состояние железнодорожного туризма в стране, может служить тот факт, что с 2016 года власти Республики Коми не могут найти желающего купить турпоезд «Сияние Севера», состоящий из четырех вагонов повышенной комфортности. Обслуживание «Сияния Севера» на запасном пути обходится республике в 10 млн рублей в год, а желающих приобрести его не нашлось», — отмечает госпожа Шадская. Сегодня, как говорят специалисты, востребованность железнодорожных путешествий заметна в двух сегментах — многодневные туры по России для иностранцев (Транссибирская магистраль) и турпоезда для детских групп. Подобные путешествия, рассчитанные на взрослых россиян, по словам главы СЗ РСТ, периодически возникают, но

обычно «в некоем единичном формате и не имеют системного продолжения».

Причины, сдерживающие рост популярности этого направления туризма, можно разделить условно на объективные и субъективные. Среди первых ключевыми Екатерина Шадская называет достаточно высокую аренду вагонов, при этом очень часто туроператоры не могут напрямую заключить договоры с ФПК, а вынуждены обращаться к посреднику — компании «РЖД Тур», в работе с которой периодически возникают сложности. И еще одна проблема — это отсутствие групповых тарифов на пассажирские перевозки для туроператоров. В совокупности эти обстоятельства приводят к высокой стоимости турпродукта.

В качестве субъективной причины госпожа Шадская обращает внимание на следующее обстоятельство: «Само время, проведенное в дороге, должно быть частью тура — сопровождаться экскурсионной программой, общением или интерактивом между участниками, погружать в атмосферу поездки. И это, конечно, не массовый турпродукт. Тем не менее туркомпания-лидеры, активно формирующие подобные туры, имеются — в Москве, Поволжье, Екатеринбурге. И банк идей у них довольно большой: туры выходного дня, поездки по малым городам центральной России на ретропоезде, железнодорожные путешествия по Уралу и Сибири. На мой взгляд, определенные перспективы здесь имеют ретропоезда с соответствующей обстановкой и идущие по нетривиальным маршрутам, куда, например, на автобусе заехать значительно сложнее». Но пока все упирается в высокую стоимость планируемого турпродукта.

Впрочем, некоторые компании все-таки проявляют оптимизм. «Мы наблюдаем стабильный интерес со стороны наших соотечественников к нашим турам. Экономическая ситуация в мире положительно сказалась и на количестве иностранных туристов. Уже сейчас проданы почти все билеты на наш эксклюзивный поезд «Императорская Россия» на 2018 год», — заявили в ФПК. ■

ПРИКЛЮЧЕНИЯ С ЛИЧНОСТНЫМ РОСТОМ

ВСПЛЕСК РОСТА ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА В 2017 ГОДУ ЭКСПЕРТЫ ОБЪЯСНЯЮТ ВОЗВРАЩЕНИЕМ НА РЫНОК МАССОВЫХ ПЛЯЖНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ. ОДНАКО В БОЛЕЕ ВЫСОКИХ СЕГМЕНТАХ ВОСТРЕБОВАНЫ ДРУГИЕ НАПРАВЛЕНИЯ, ПРИ ЭТОМ СОСТОЯТЕЛЬНЫЕ ПУТЕШЕСТВЕННИКИ СТАРАЮТСЯ СОВМЕЩАТЬ КЛАССИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ С ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫМ, ДЕЛОВЫМ И ГАСТРОНОМИЧЕСКИМ.

КИРА БАЗУНОВА

Главным трендом туристической индустрии 2017 года, впервые после 2013-го, стал рост количества россиян, отдыхающих за границей. При этом цифры эксперты называют разные. По данным Федеральной службы государственной статистики (Росстата), число выездных туристических поездок из России за первые шесть месяцев 2017 года выросло на 28,9% (до 17,1 млн), а по словам главы Федерального агентства по туризму Олега Сафонова, поток отдыхающих за границей россиян увеличился примерно на 10%. Как бы то ни было, экс-

перты связывают этот рост с «открытием» массовой Турции: в первом полугодии 2017 года число поездок россиян в эту страну выросло до 1,6 млн (Росстат).

Популярны также пляжные направления Карибского моря (Доминиканская Республика — 113 тыс. и Куба — 39 тыс.), Ближнего Востока (ОАЭ — 358 тыс.) и Юго-Восточной Азии (Таиланд — 576 тыс. и Вьетнам — 265 тыс.). Тенденция к восстановлению рынка выездного туризма проявилась и в сегменте дорогих поездок (количество продаж дорогих туров за

год выросло в 4,5 раза, что значительно выше показателей массового сегмента, где спрос вырос в 2,5 раза) — вот только искушенные путешественники выбирают другие направления и способы проведения досуга.

«Высокий туристический потенциал имеют государства Южной Америки — Аргентина, Чили, Венесуэла (несмотря на то, что в настоящий момент политический кризис снижает интерес к стране с точки зрения безопасности), Перу, Эквадор и, конечно же, Галапагосские острова», —

утверждает генеральный директор компании «Индивидуальный туристический сервис» Виктория Шамликашвили. Круизы по островам обходятся в кругленькую сумму (от \$3 тыс. за пять дней на человека плюс перелет от \$2 тыс.), зато позволяют расслабиться по полной программе: насладиться прогулками на лодке с прозрачным дном и дайвингом или снорклингом с маленькими пингвинами и рифовыми акулами, морскими звездами, скатами, морскими черепахами и множеством экзотических разноцветных рыб. → 19



Отель Индиго Санкт-Петербург – Чайковского расположен в сердце Петербурга и располагает идеальными возможностями для проведения деловых мероприятий на самом высоком уровне. Первый отель американского гостиничного бренда hotel Indigo в России и Восточной Европе открылся в 2014 году и ежегодно завоевывает престижные международные премии в сфере гостеприимства. В 2017 году отель удостоен международной премии «The Boutique Hotel Guest Experience Awards» сразу в двух номинациях – как «Лучший международный отель свыше 50 номеров» и «Лучший международный отель».

Десять причин выбрать отель Индиго Санкт-Петербург – Чайковского:

- расположение в историческом центре на одной из старейших улиц Петербурга
- шесть современно-оборудованных конференц-залов различной вместимости и конфигурации
- крытая панорамная терраса на крыше отеля
- в проживание включено посещение бассейна, сауны и тренажерного зала
- спа-процедуры по-тайски
- бесплатный высокоскоростной интернет на всей территории отеля
- служба Арт-консьержей
- авторская русская, грузинская и тайская кухни в ресторане ВИНО и ВОДА
- бизнес-ланч в формате шведского стола
- круглосуточный лобби-бар



AN IHG® HOTEL
St.Petersburg-Tchaikovsky

191187, Санкт-Петербург, улица Чайковского, 17

Тел. +7 812 454-55-77

sales@indigospb.com

www.indigospb.com

www.vinovoda.com



ПРОФЕССИОНАЛЫ В ТУРБИЗНЕСЕ БЕРУТ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ НА СЕБЯ

люди, путешествующие самостоятельно по незнакомым местам, рискуют оказаться в непредвиденной ситуации из-за неполноты и недостоверности информации, уверена генеральный директор компании «Индивидуальный туристический сервис» Виктория Шамликашвили. По ее словам, путешествие — это эмоции, а чтобы никакие досадные мелочи не пустили весь отдых насмарку, его планирование нужно доверить профессионалам. Лидия Горборукова

GUIDE: Какие новые направления, в отличие от традиционных мест отдыха, например, Турции, Туниса или Кипра, сегодня интересуют российских туристов?

ВИКТОРИЯ ШАМЛИКАШВИЛИ: Если говорить о востребованных направлениях за рамками нашей страны, то идет возвращение интереса к странам СНГ. Несколько лет назад все вновь вспомнили об Эстонии, Латвии, Литве, заново открыли для себя и другие страны бывшего СССР. Например, Грузия, невзирая на сложные политические отношения, оказалась настолько гостеприимной и приятной, что люди ездят туда на выходные. Нас вновь поманили Азербайджан, Армения, многие стали ездить в Узбекистан и Киргизию.

По-прежнему не ослабевает интерес туристов к Исландии, Ирландии. Участились поездки в Антарктиду, куда люди едут, чтобы испытать себя. Среди таких смельчаков очень много фотографов, которые вдохновляются потрясающей энергетикой льдов. В этом отношении также многих привлекает Гренландия. Неисчерпаемый материал для фотографирования пейзажей дает Исландия. При этом особенно всплеска интереса к экзотике Африки мы не наблюдаем, хотя и есть отдельные наши клиенты, которые ездят в Мали, Габон, — направления, очень далекие от массового туризма. Давно пользуется спросом у туристов Австралийский континент. Все больше путешественников обращают внимание на Кубу.

G: Популярны ли среди российских туристов путешествия по своей родной стране?

В. Ш: Сейчас действительно заметен рост популярности внутрироссийских направлений. И это связано не с санкциями, не столько и не только с внутривнутриполитической обстановкой. Это связано с тем, что общество начало взрослеть, и из состояния, когда мы просто пытались кому-то или чему-то подражать, мы стали вспоминать о том, кто мы. Поэтому людям стал вновь интересен «русский Прованс» — Плещеево озеро, Серебряное кольцо, Псков, Валаам и Пушкины и, конечно, Алтай, который раньше был местом для охотников, любителей трав, а сейчас приобрел репутацию места силы. Кроме того, если раньше эти направления имели сезонный спрос — например, на Алтай и Байкал люди ездили только летом, то сейчас туда люди ездят круглый год: голубая гладь льда Байкала привлекаетелна по-своему.

Кстати, тому, как продвигать отечественные направления в туризме и не навредить стране, мы можем поучиться у исландцев. Они научились жить в гармонии



со своей землей, они хотят защитить ее от загрязнения, сохранить первозданность природы. Поэтому не стремятся делать свою страну слишком дешевой для того, чтобы к ним приезжало безумное количество людей. Исландцы опасаются, что не смогут правильным образом организовать процесс самовоспроизводства своего мира.

G: Как вы считаете, насколько инфраструктура российских регионов готова соответствовать популярности отечественных маршрутов у путешественников?

В. Ш: За последние годы эволюция в развитии инфраструктуры очевидна. Но, учитывая развитие технологий, возможности и ресурсы, наверное, это могло происходить еще быстрее. У нас появилось немало количество мест размещения — отелей, хостелов, гостевых домов — разного уровня и на разный кошелек. Также есть широкий выбор мест общепита. Конечно, есть проблемы с сертификацией и стандартизацией этих объектов с точки зрения качества сервиса. К сожалению, многих людей сдерживает стоимость путешествий по нашей стране и одновременно несоответствие предлагаемого сервиса, на мой взгляд, чрезмерно завышенным ценам. Сегодня это проблема. Почему-то у нас бытует ресурсный метод установ-

ления цены, когда стоимость взвинчивают лишь потому, что в данной местности красивая природа и есть что посмотреть, при этом уровень сервиса совершенно не отвечает этой стоимости.

К сожалению, по-прежнему для многих российских регионов актуальна проблема качества дорог. В некоторых, особенно отдаленных местах, их просто нет. И в тоже время есть замечательная возможность путешествовать по России на поездах. Раньше наши люди относились к этому как к фантастической экзотике. А прожиги-ка десять дней в российском поезде! Нет, это нереально, скажете вы. Тем не менее сегодня компания РЖД стала делать транссибирские экспрессы, когда за длительный период времени можно проехать через всю Россию, рассмотреть все в деталях. Прямо как в лучших традициях таких туров, которые предлагает Rovos Rail по Африке (по сути, мимо тебя провозят Африку) или Orient Express («Восточный экспресс»), курсирующий между Стамбулом и Парижем и известный еще со времен Агаты Кристи.

Путешествия на поездах в первую очередь интересны иностранцам. Но и наши люди тоже с удовольствием пользуются такой возможностью. Также РЖД заключила договоры с турагентствами, в том

числе и с компанией «Индивидуальный туристический сервис», на поездки в южные российские города, например, Сочи, Геленджик. У РЖД есть эксклюзивные вагоны — их можно прицепить в принципе к любому поезду, сформировав тот туристический маршрут, который нужно. Это удобно, красиво, но это дорого. Сегодня РЖД вышла на тот этап, когда путешествия по железной дороге стали элитарным видом туризма.

G: Новые направления есть, а какую новую «упаковку» поездов, сервисов сегодня хотят клиенты турагентств?

В. Ш: Наверное, все хотят реальной консьерж-службы в туризме. Тревел-консьержи — это профессионалы, которые постоянно находятся в развитии, обладают эмпатией. Они готовы решать даже самые странные, неожиданные, кажущиеся глупыми и мелкими вопросы без раздражения, разумно и самое главное — в интересах своего клиента, гостя. Сейчас активно говорят о том, что к 2050 году профессия туроператора отомрет. Но такая профессия, как тревел-консультант, по-моему, не исчезнет. Она требует от профессионалов в бизнесе гораздо больше знаний и умений, гораздо больше мотиваций, а также ума и интеллекта. Это должны быть люди, которым каждый день самим прият-

но узнавать что-то новое, быть на острие всех разнообразных новостей.

Г: Вот такая консьерж-служба — это и есть отзыв рынка на удовлетворение индивидуальных туристических запросов?

В. Ш: Думаю, да. Пока этот сегмент не до конца сформирован, но процесс уже набирает обороты, хоть и не охватил весь рынок целиком. Компания «Индивидуальный туристический сервис» уже работает по такой схеме. Конечно, насколько это у нас получается, должны судить наши гости, туристы, партнеры. Но мы стараемся, потому что все двадцать лет, что мы работаем на рынке, мы постоянно развиваемся и движемся, часто опережая российский рынок. Например, мы были первой туристической компанией, которая по просьбе российского представительства международной ассоциации воздушных перевозчиков одиннадцать лет назад рискнула внедрить единую систему бронирования авиабилетов BSP (Billing and Settlement Plan. — **Г**). Ею никто не пользовался в России, но она была развита за рубежом. И пару лет спустя все перешли на единые электронные бланки.

Часто мы выступали экспериментаторами в хорошем смысле слова. Например, 18 лет назад один наш клиент изъявил желание поехать в Мали. На тот момент это была беднейшая страна в мире. Самое ужасное состояло в том, что там не было никакой инфраструктуры, даже сообщения между частями страны не было, потому что из-за погодных условий, например паводков, дороги размываются и вообще нельзя никуда добраться. Мы тогда честно сказали клиенту, что никогда никого не отправляли в Мали. Но предложили ему рискнуть и вместе с нами пройти этот путь. Он рискнул и не ошибся в нас. После этого случая в последующие годы мы еще несколько раз отправляли туристов в Мали.

Г: Сейчас много людей путешествует самостоятельно. Какие риски их подстерегают и от чего в таком случае их избавляет турагентство?

В. Ш: Путешественники должны опасаться неполноты и недостоверности информации. Полагаться только на информацию в интернете нельзя — за ней стоит коллективная безответственность, потому что никто не отвечает за то, что там написано. Так вот, мы как турагентство стараемся людей от этого риска. Профессиональное туристическое агентство имеет персональные связи с гидами, компаниями, предоставляющими экскурсионные услуги на местах, отельными цепочками, перевозчиками. Для нас это постоянная, каждодневная работа. Вы же не шьете сапоги самостоятельно. Несмотря на то, что можете купить комплектующие — кожу, фурнитуру и так далее, вы не обладаете опытом и знаниями для того, чтобы сшить удобную пару обуви. Вы обратитесь к профессионалам — сделаете заказ или купите готовую продукцию. А с поездками ситуация обстоит еще серьезнее, ответственнее. Ведь путешествие — это эмоции, очень важно, чтобы они были позитивными и приятными. Сейчас начинает происходить определенная переоценка: мы прошли бум самостоятельности, когда люди старались сделать все за всех, считали себя крупными специалистами в создании продукта для себя самого. Подрастает новое поколение людей, уважающих себя, ценящих свое время настолько, чтобы довериться профессионалам. ■



КОЛИЧЕСТВО ОДНОВРЕМЕННО ПРИБЫВАЮЩИХ ТУРИСТОВ В ВЕНЕЦИЮ (В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СЕЗОНА И ПРАЗДНИКОВ) МОЖЕТ ПРЕВЫШАТЬ ЧИСЛЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ ЭТОГО ГОРОДА (МЕНЕЕ 270 ТЫС. ЧЕЛОВЕК)

16 → Отдохнуть, расслабиться и одновременно оздоровиться — одна из основных тенденций в сфере туризма. Путешественники охотно совмещают осмотр местных достопримечательностей, деловые переговоры и посещение магазинов и ресторанов с частичным оздоровлением — посещением спа-комплексов, термальных источников, занятиями медитацией и йогой, принятием целебных ванн. По данным исследования, проведенного компанией Global Wellness Institute (GWI), на такие путешествия в мире ежегодно тратится около \$500 млрд. Лидером в этом сегменте туристической индустрии являются США, однако сегодня набирают популярность велнес-туры в Австралию и Океанию. В самом деле: Большой Барьерный Риф и красная гора Айрес-Рок, кенгуру и макадамии, Оперный театр в Сиднее и Королевский ботанический сад в Мельбурне, плюс уникальные retreat-курорты с эвкалиптовыми лесами и видами на океан, использующие традиции аборигенов для восстановления организма. И это не только старинные рецепты продуктов по уходу за телом на основе австралийских растений и минералов, но и аборигенский массаж игрой на барабанах и рейнстике. А в Новой Зеландии на курорте геотермальных вод Роторуа коренные жители маори используют богатые минералами грязи, мед манука и местные травы. Стоимость перелета и недельного проживания — от \$2 тыс., экскурсии и спа оплачиваются отдельно.

Британская Jacada Travel одним из главных трендов года называет путешествие как способ личностного развития: это может быть совершенствование вообще (через бизнес-тренинги и духовные практики) или достижение конкретной

цели — например, восхождение на гору или покорение гигантской волны. На этой волне растет интерес туристов к Исландии, Гренландии, Антарктиде, куда едут, чтобы испытать себя и бросить вызов ледяной стихии. Менее экстремальными, но не менее захватывающими и даже частично оздоровительными можно назвать набирающие популярность туры в Чили и Аргентину (от \$2 тыс. за неделю плюс еще как минимум столько же за перелет). Ознакомившись с достопримечательностями Буэнос-Айреса, путешественники отправляются в пеший поход по ледникам на высоте 1350–1400 м, ночуют в палатках, взбираются на горы с помощью кошек, веревок и снегоступов. А по возвращении посещают знаменитые водопады Игуасу, «райскую долину» Вальпараисо, винодельни провинций Мендоса или Винья-дель-Мар. Vina del Mar в переводе с испанского означает «виноградники на море», еще город называют La Ciudad Jardin («город-сад»), он известен не только винодельческими традициями, но и пляжами, казино и ежегодными музыкальными фестивалями.

Событийный и гастрономический туризм не оставляют своих позиций в списке актуальных трендов. Впрочем, за гастрономическими впечатлениями большинство туристов едут по привычке все-таки во Францию. Только теперь выбирают не самые людные, а напротив, самые аутентичные места (и это тоже тенденция) — например Перигор. Замки, старинные дома, обвитые плющом, плантации ореховых деревьев, черепица всех цветов, пещеры с наскальными рисунками — здесь будто попадаешь в сказку. В гроте Руффиньяк, например, катают на электропоезде и по-

казывают лежбища ископаемых медведей и нарисованных носорогов, быков и козлов. Но главная «достопримечательность» Перигора — трюфели и фуа-гра. Этот деликатес в огромных консервных банках можно купить прямо на ферме, а можно попробовать в «домашних» ресторанах с местным вином, количество сортов которого перевалило за сотни.

Даже в раскрученной старушке-Европе есть еще направления, которые пока недостаточно изучены. К примеру, «носок» итальянского «сапога» — регион Калабрия, или его «каблук» — Апулия. Тут нет Колизея и галереи Уффици, зато есть старинные замки и масличные поля, карстовые пещеры и высеченная внутри горы церковь Пьедигротта, музеи лакрицы и бергамота, национальные парки с водопадами и зоосафари, даже действующий вулкан Стромболи, извергающий лаву на высоту 150 м. А еще — сразу два моря: Тирренское и Ионическое. Первое славится бесконечными белоснежными песчаными пляжами и уединенными утесами, а второе — скалистыми бухтами, идеально подходящими для дайвинга. ■

РОССИЯНЕ ВЫБИРАЮТ

По данным Росстата, в первой десятке лидеров рынка выездного туризма — **Абхазия** (1,67 млн поездок, +8% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года), **Казахстан** (1,27 млн, +2%), **Эстония** (817 тыс., +17%), **Польша** (589 тыс., +1%). Выросло и число туристов, выезжающих в **Азербайджан** (325 тыс., +22%), **Грузию** (383 тыс., +29%), **Армению** (171 тыс., +37%), **Молдавию** (116 тыс., +26%) и **Латвию** (173 тыс., +15%).

СЕРБИЯ: С ЛЮБОВЬЮ К РОССИИ

В ЭТОЙ БАЛКАНСКОЙ СТРАНЕ, НЕКОГДА БЫВШЕЙ ЧАСТЬЮ ЮГОСЛАВИИ, ПО СЕЙ ДЕНЬ СОХРАНИЛОСЬ ОЧЕНЬ ТЕПЛОЕ ОТНОШЕНИЕ К РОССИИ И РУССКИМ ТУРИСТАМ. НЕДАРОМ СЕРБСКИЕ ПОСЛОВИЦЫ ГЛАСЯТ: «КРОМЕ СЕРБА, РУССКИЙ — ТОЖЕ СЕРБ» И «НА НЕБЕ — БОГ, НА ЗЕМЛЕ — РОССИЯ». ПЕТР АЛЕКСЕЕВ

Самый известный и престижный отель, расположенный в центре Белграда, носит название «Москва». В нем в разное время останавливались Лев Троцкий, Юрий Гагарин, Иосиф Бродский, Альфред Хичкок, Джек Николсон, Сергей Бондарчук, Леонид Брежнев, Йосип Броз Тито, Брэд Питт, Роберт Де Ниро, Валентина Терешкова, Гарри Каспаров и многие-многие другие — портреты знаменитых постояльцев размещены на стенах отеля. Неподалеку от него стоит памятник последнему русскому императору Николаю II.

В сувенирных лавках столицы продается огромное количество российских флагов, а в ряду футболок с портретами футболистов (Рональдо и популярных сербских) лидируют те, что изображают Владимира Путина.

Еще одно свидетельство любви сербов к России — многочисленные граффити и лозунги на стенах домов. Самые распространенные — опять же помимо футбольных, — лозунги против НАТО и надписи типа «Россия и Сербия — братья» и «Путин — цар» (то есть «царь»). И если у россиян это утверждение вызывает неоднозначную реакцию, то для сербов это, несомненно, изъяснение положительного отношения к российскому президенту. По мнению местных жителей, Путин — герой, который первым за последние десятилетия жестко и достойно дал отпор тем, кто еще совсем недавно бомбил Белград «в интересах демократии».

Вообще, в Сербии русского туриста охватывает странное ощущение. Центральная улица столицы — пешеходная улица Князя Михаила — напоминает одновременно московский старый Арбат или столичный Дроттнинггатан: здесь максимальная концентрация магазинов, ресторанов, сувенирных лавок, выступающих уличных артистов и мест, ориентированных исключительно на туристов. Только, в отличие от российской и шведской столиц, в сербской по-южному тепло. А вечерний Белград похож на другую европейскую столицу — Прагу, благодаря атмосфере, которую создают многочисленные рестораны и пабы.

В глаза бросается невероятное количество красивых людей — именно славянски красивых. Высокий рост и классические формы лиц у мужчин, голубые глаза и светлые волосы у девушек с идеальными фигурами, заполняющих центральные улицы Белграда, наводят на мысль, что в городе проходит или конференция моделей World Class, или кастинг актеров на массовку в голливудском фильме.

Странность положения усугубляется, когда слышишь звучащую вокруг речь. Приятно чувствовать себя носителем еще одного языка, легко понимая вопрос «Gde je autobuska stanica?» и надписи на бензоколонке Benzinska pumpa. На второй же день вместо «пожалуйста» начинаешь говорить «молим» или «изволите».



ХРАМ СЯГО САВЫ В БЕЛГРАДЕ — ОДИН ИЗ САМЫХ КРУПНЫХ ПРАВОСЛАВНЫХ ХРАМОВ В МИРЕ. И ОДИН ИЗ САМЫХ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНЫХ «ДОЛГОСТРОЕВ»

О близости русского и сербского языков говорит и само название древней столицы нынешней республики. Когда-то, более тысячи лет назад, на месте слияния рек Дуная и Савы была построена крепость Калемегдан. На протяжении веков из-за своего стратегического положения она не раз подвергалась атакам различных завоевателей, разрушалась и перестраивалась, неизменным оставалось лишь одно — белый цвет крепостных стен. Он и дал название городу.

Со стен крепости, находящейся на вершине холма на высоте 125 метров над уровнем моря, открывается потрясающий вид на Дунай и весь Белград. Рядом с ней раскинулся популярный городской парк, в котором в том числе находится городской зоопарк. А еще Калемегдан — это военный музей с образцами оружия различных периодов истории: от римского, греческого и старинного сербского до советского, немецкого и американского. В экспозиции есть даже американский «Стелс», подбитый сербами в 1999 году, — тогда Белград подвергался бомбежкам НАТО из-за конфликта вокруг Косово. Белград пережил более 200 воздушных авиаударов. Сегодня почти ничего не напоминает о тех событиях, большинство домов, пострадавших от бомбардировок, восстановлено. Только здания бывшего Министерства обороны Югославии и Генштаба югославской армии на улице Князя Милоша оставили в разбомбленном виде — в назидание потомкам.

Неподалеку расположен храм святого Савы, важнейший церковный символ

ФЕСТИВАЛЬ

17 лет в средневековой крепости городка Нови-Сад неподалеку от Белграда с успехом проходит фестиваль современной музыки EXIT — самый большой (по версии European Festival Awards) и один из лучших (по версии UK Festival Awards) в Европе. На 15–20 сценах для десятков тысяч зрителей звучит самая разная музыка — от джаза и рока до электроники. В крепости также регулярно проводятся выставки и рыцарские турниры, за кипучую культурную жизнь Нови-Сада называют «сербскими Афинами».

страны и один из самых продолжительных мировых «долгостроев». Его возведение запланировали еще в 1894 году, фактическое строительство начали в 1935-м и до начала Второй мировой войны успели возвести стены высотой 12 метров. После войны строительство по понятным причинам было прервано и возобновилось лишь в 1986 году. Однако вскоре на территории бывшей Югославии началась война локальная — и строительство опять было заморожено. Официальное открытие собора состоялось в 2004-м, но отделочные работы продолжаются и по сей день. Как отмечают сербы, финансирование осуществляется, в том числе, структурами российского «Газпрома». На входе кажется, что отделка еще в начальной стадии. Но стоит спуститься в нижнюю часть собора — и попадаешь в уже готовый зал с ликами святых и ярким светом, где играет тихая музыка. Здесь легко представить,

каким храм станет, когда строительство будет полностью завершено. Кстати, храм создан «по образу и подобию» Софийского собора в Стамбуле, но имеет больший диаметр купола (35 метров) и большую высоту (65 метров). Это второй по величине — после московского храма Христа Спасителя — православный собор в мире.

Другой знаменитый собор Белграда — церковь Святого Марка в парке Ташмайдан. В этом храме покоятся мощи царя Душана, одного из самых почитаемых в Сербии правителей. А за высокой церковью святого Марка прячется еще один, совсем маленький храм — церковь Святой Троицы, построенная в 1924 году русскими эмигрантами. Называя ее частичкой России в Белграде, сербы не лукавят: в основание церкви была положена горсть земли, привезенной из России. В склепе церкви Святой Троицы похоронен генерал-лейтенант барон Петр Врангель. А в небольшом городке городе Сремски-Карловцы, где Врангель жил недолгое время, ему установлен памятник.

Есть еще две неординарные личности, о которых невозможно не вспомнить, говоря о Сербии. Первый — выдающийся ученый и изобретатель Никола Тесла: его именем не только назван международный аэропорт сербской столицы, в Белграде также находится и музей, в котором хранятся личные вещи, рисунки, чертежи и книги гения. Второй — режиссер Эмир Кустурица. В двухстах километрах от Белграда, у границы с Боснией и Герцеговиной, он снимал фильм «Жизнь как чудо» и построил целую деревню, которая впоследствии стала одной из самых раскрученных достопримечательностей страны. Сегодня «деревня Кустурицы» Дрвенград — туристический комплекс с библиотекой, художественной галереей, кинотеатром, гостевыми комнатами, рестораном, кондитерской, сувенирным магазином и церковью. Говорят, здесь периодически бывает и «сам». Возможно, это просто маркетинговый ход, — но часть комнат в основном доме предназначена исключительно для режиссера и его семьи. Кстати, улицы деревни носят имена людей, которых лично Кустурица считает выдающимися. Есть здесь и улица Николы Теслы. А еще — Эрнесто Че Гевары, Диего Марадона, Федерико Феллини, Брюса Ли... Россиян Эмир Кустурица, понимает, тоже уважает: одна из улиц названа в честь Андрея Тарковского, а площадь — в честь Никиты Михалкова. ■

КУРОРТЫ

До 200 доходит количество солнечных дней в году на зимнем курорте Копанник в национальном природном заповеднике. Именно поэтому он так и называется: «Копанник» переводится как «Солнечная гора». В Сербии также популярны горнолыжные и бальнеологические курорты Стара Паланина, Врнячка Баня, Златибор.



ИНТЕРЬЕР АППАРТАМЕНТОВ «ГОЛЛАНДИЯ» В ОТЕЛЕ VILLA PERLOV В ПЕТЕРБУРГЕ

Считается, что термин «бутик-отель» принадлежит Стиву Рубеллу: знаменитый со-владелец «Студио 54» вместе с компаньоном, Яном Шрэгером, открыл в 1984 году Morgans Hotel на Мэдисон-авеню в Нью-Йорке, покончив с клубным бизнесом. Дизайнер Андре Путман идею о современном, модном и космополитичном месте увидел в сочетании черного и белого, на этом контрасте строились все интерьеры и материалы — от мозаики до текстиля.

Потом последовали Paramount и Royalton тех же учредителей к созданию дизайна пригласили Филиппа Старка. В Paramount он поступил просто и гениально: все интерьеры выполнил в белом, единственное цветовое пятно — гигантские копии картин Вермеера в изголовьях кроватей. Выяснилось, что именно это нужно модным ньюйоркцам и гостям города: Рубелл и Шрэгер хвастались невероятной 96-процентной загрузкой отелей даже в низкий сезон.

К слову, они были отнюдь не маленькими: в одном больше 200 номеров, во втором — и вовсе свыше 600, так что утверждения, будто бутик-отель — это непременно камерное пространство на 50, максимум 100 комнат, далеки от действительности. За Нью-Йорком последовали Сан-Франциско и Лос-Анджелес, бутик-отели появились в Лондоне, модная волна перекадилась через Ла-Манш, накрыла Старый Свет — и к началу 2000-х добралась до России.

НАЙТИ ВТОРОЙ ДОМ Сколько сейчас бутик-отелей в нашей стране, можно только предполагать: в отличие от звездности, это звание не должно подкрепляться сертификацией по четким параметрам. Объявить гостиницу бутиком, в принципе, может кто угодно.

«Это настолько размытое понятие, что каждый в него вкладывает все, что хочет», — говорит Арон Либинсон, вице-президент InterContinental Hotels Group (IHG) по развитию и операционной деятельности в России и странах СНГ. — Кто-то говорит о маркетинговой составляющей и расчете на определенную целевую аудиторию. Кто-то подразумевает малые размеры и участие дизайнеров в работе над интерьерами. Я считаю, бутик-отель — не просто история про дизайн. Это дизайн для гостя, который

хочет в индустрии гостеприимства найти второй дом. По большому счету, многие знаковые отели в той или иной форме могут считаться бутиками».

Под брендом IHG в России с 2014 года работает Hotel Indigo St. Petersburg — Tchaikovsky: 120 номеров с авторским дизайном Василия Шприца — по эскизам Александра Бенуа к произведениям Чайковского, с панорамными фотографиями Летнего сада и других видов. Отели Indigo по всему миру отличается локация — они располагаются в исторических местах, в центре культурной жизни. Кроме того, все они совершенно разные. Hotel Indigo St. Petersburg — Tchaikovsky — первый бутик-отель Indigo в нашей стране.

Пару месяцев назад группа IHG вывела на европейский рынок сеть lifestyle-отелей Kimpton: первый еще в 1981 году открыл в США Билл Кимптон, сейчас Kimpton De Witt появился в Амстердаме. Компания рассматривает площадки в Москве и Санкт-Петербурге, но это вопрос не пары ближайших лет. В частности, еще и потому, что философия бренда подразумевает наличие топового ресторана (как отдельного сегмента бизнеса) — такого, куда по вечерам выстраиваются очереди. А подобные места в обеих столицах еще нужно поискать.

ЛЮКС ИМЕНИ ГАЗТАНО ПЕШЕ Бренду W, чей первый отель открыл Барри Стенлайт в Нью-Йорке в 1998 году (и он, к слову, почти на семь сотен номеров), в этом плане в России повезло: сначала часть этажа гостиницы занимал ресторан mX Алена Дюкасса, потом его сменил «КоКоКо» Матильды Шнуровой.

«Четыре наших passion point — это фэшн, музыка, образ жизни и дизайн», — говорит директор по маркетингу W St. Petersburg Александра Слесарева. — Каждый отель сети — это какая-то дизайн-история, она никогда не идет в отрыве от места, где располагается гостиница: в W в урбанистическом Лондоне многое посвящено disco ball, в Стамбуле — восточные мотивы. Интерьеры всегда авторские, остроумные, но при этом комфортные для жизни. Нам разработал стиль известный итальянский мастер Антонио Читтерио (его же авторства, например, центр Помпиду в Париже), за ос-

БУТИК-ОТЕЛИ КАК АЛЬТЕРНАТИВА

В РОССИИ, КАК И ВО ВСЕМ МИРЕ, НАБЛЮДАЕТСЯ ТЕНДЕНЦИЯ: ГОСТИ ВСЕ ЧАЩЕ ПРЕДПОЧИТАЮТ СЕЛИТЬСЯ В ОТЕЛЯХ, МАКСИМАЛЬНО ПРИБЛИЖЕННЫХ К ХОРОШИМ АППАРТАМЕНТАМ — С ДИЗАЙНЕРСКИМ РЕМОНТОМ, ОБИЛИЕМ НУЖНЫХ (И НЕ ОЧЕНЬ) МЕЛОЧЕЙ, УНИКАЛЬНОЙ АТМОСФЕРОЙ. БУТИК-ОТЕЛИ СТАНОВЯТСЯ АЛЬТЕРНАТИВОЙ LUXURY-ЦЕПОЧКАМ И ОДНОВРЕМЕННО — МАРКЕТИНГОВЫМ ИНСТРУМЕНТОМ. НАТАЛЬЯ ЧЕРНЯЕВА

нову концепции взято яйцо Фаберже. Мы это видим сразу, уже в холле: преобладает теплый золотой цвет, светильники от Terzani (как половинка яйца), такие же лампы есть в номерах, только закрытые — наши гости очень любят выкладывать снимки с ними в Instagram и просят продать, как и двухметровые кровати».

Terzani в этом цвете лампы больше не выпускает, да и отелю такая торговля не нужна. А вот в камерном, всего на пять номеров, отеле Villa Perlov, открытом год назад в историческом центре Северной столицы, купить можно любой предмет интерьера — для этого, собственно, отель и был создан.

Дизайн его целиком сделали мастера Галереи дизайна/bulthaup: в номере «Эйлин Грей» есть предметы авторства знаменитой ирландки, в «Иозефе Хоффмане» — объекты австрийского мэтра. Три апартамента — «Италия», «Голландия» и «Скандинавия» — это микс работ современных предметных дизайнеров этих стран. Новинка нынешней осени — видовой люкс на крыше, посвященный культовому итальянскому архитектору Газтано Пеше. Естественно, во всех номерах есть кухни bulthaup: отель и строился как своего рода жилой шоу-рум для клиентов галереи. В каждой комнате есть электронный каталог на планшете: даже если вы далеки от мира дизайна, можно почитать, чем обставлено пространство, что висит на стенах, за сколько это можно приобрести или заказать. Гости при заселении получают скидку на первую покупку.

В Villa Perlov, по словам директора по маркетингу Галереи дизайна/bulthaup Натальи Логиновой, останавливаются самые разные люди: бизнесмены из Москвы, семьи, романтические пары, сами дизайнеры (для партнеров галереи есть специальные тарифы), такие как миланец Альдо Чибик. «Мы не заинтересованы в том, чтобы сдавать на длительный срок, но были примеры того, как семья жила в апартаментах месяц», — говорит госпожа Логинова.

«Бутик-отели в Петербурге, как и в других регионах мира, имеют хорошие перспективы. Суть в том, что основная идея бутик-отеля — это его отличие от большинства, попытка нахождения собственного лица и, соответственно, поиск той ниши потребителей, которой это лицо приятно и интересно. Поэтому бутик-

отели будут активно развиваться», — резюмирует генеральный директор компании «Индивидуальный туристический сервис» Виктория Шамликашвили.

КОГДА ГОСТЬ — НЕ ПРОСТО ИСТОЧНИК ДЕНЕГ Вообще же, сформировать группу лояльных гостей, увеличить глубину продаж, избежать издержек низкого сезона — и есть цель бутик-отелей. Что касается глубины продаж, то часты примеры, когда номер бронируется за год. Особенно если это Петербург и речь идет о новогодних праздниках, белых ночах или Экономическом форуме.

«Любой лояльный гость значительно уменьшает затраты на свои собственные бронирования, потому что делает это напрямую, без посредников», — подчеркивает Арон Либинсон.

Можно было бы предположить, что бутики от гостиничного масс-маркета отличаются ценой: за штучный проект покупатель готов платить больше. Но и здесь нет прямой корреляции: ночь в костромском «Островском причале», стоящем на сваях на воде, обойдется в 1700 рублей; в иркутском «Купеческом дворе», реплике старинного деревянного дома с резными наличниками, — в 6300 рублей, а 106-метровый съют петербургского W — в 200 тыс. рублей. И все они считаются бутик-отелями. «У нас уже продолжительное время остро стоит вопрос стандартизации качества услуг: часто бывает, что отель претендует на высокую стоимость услуг главным образом в связи с локацией и не предпринимает видимых усилий для того, чтобы как-то еще оправдать высокие расценки», — комментирует ситуацию госпожа Шамликашвили. → 22

ЦИФРЫ

Золотая пора петербургских HoReCa — ПМЭФ: в этот период цены на отели повышаются минимум на 10%, а в отдельных заведениях рост составляет и вовсе 60%. Самым дорогим номером форума 2017 года стал президентский съют в «Англетере» — 630 тыс. рублей за ночь. Всего же ФГУП «Президент-Сервис» управделами президента России планировало потратить на размещение гостей 35 млн рублей.

21 → «Цена — вещь условная: она зависит от соотношения спроса и предложения, сезона, дня недели, ожидаемых параметров загрузки», — говорит Арон Либинсон. — Цены в так называемом открытом тарифе формируются как следствие различных параметров, часть из которых вы как гость не видите».

В чем бутик-отель должен быть априори безупречен, так это в качестве сервиса: стандарты пяти звезд, помноженные на

максимально персонализированное отношение. «Вы приходите в отель, сотрудник ресепшен знает, по какому каналу забронирован номер, будь то электронный, корпоративный или туристический сегмент», — рассказывает господин Либинсон. — Зачастую уже в момент заселения известно, какую еду вы предпочитаете, что раньше заказывали в номер, какими услугами пользовались. В этом и есть персонализация: постоялец — не просто источник денег, это живой чело-

век, которого другой живой человек хочет пригласить к себе в гости».

Что касается географии дизайнерских гостиниц, то в России они появились в большинстве крупных городов, а теперь все чаще возникают и в деревнях (как, например, «Родники» — «уголок Европы во Владимирских лесах», как отзываются о нем туристы). Хабаровск, Вологда, Сочи, Казань, Адлер, Челябинск, Абрау-Дюрсо, Петрозаводск, Самара, Тольятти, Ярославль,

Ростов-на-Дону — в любой точке на карте родины есть такой отель. Открытию их будет способствовать и грядущий чемпионат мира по футболу. В Россию собираются прийти бренды M Gallery by Sofitel и Pentahotels, Gleden Invest Group откроет Roza Rossa Boutique Hotel & Apartments. И пусть в ассоциации Design Hotels of the World из 280 отелей в 50 странах мира — лишь один российский (StandArt), нужно помнить: каждый вкладывает в понятие «бутик» свой смысл. ■

ЖИВОЕ ПОЗНАНИЕ «THROW AWAY YOUR TELEVISION, TIME TO MAKE THIS CLEAN DECISION» («ВЫБРОСИ СВОЙ ТЕЛЕВИЗОР, ПРИШЛО ВРЕМЯ ПРИНЯТЬ ЭТО ЗДОРОВОЕ РЕШЕНИЕ») — СОЛИСТ ГРУППЫ RED HOT CHILI PEPPERS ЭНТОНИ КИДИС ВПЕРВЫЕ СПЕЛ ОБ ЭТОМ ПЯТНАДЦАТЬ ЛЕТ НАЗАД. ВРЕМЯ ПРИНЯТЬ ЭТО ВЕРНОЕ РЕШЕНИЕ ПРИШЛО ДАВНО: ТЕЛЕВИЗОР ПЕРЕСТАЛ БЫТЬ ИСТОЧНИКОМ ПОЛЕЗНОЙ ИНФОРМАЦИИ. ТАТЬЯНА ТРОЯНСКАЯ

В ее поисках просвещенное население сначала обратилось к интернету и осознало, «как прекрасен этот мир», а потом столкнулось с проблемой: как не утонуть в обилии информации, которая тебя направляет и обучает? Как выбрать из огромного количества предложений качественный источник, которому можно доверять? Поскольку система формального образования в нашей стране оставляет желать лучшего, миссию просвещать и обучать взяли на себя театры, музеи, арт-кластеры, галереи и не только. Новый тренд получил красивое название — эдьютейнмент. Понятие эдьютейнмент — продукт современного английского языка, полученный в результате слияния слов education («образование») и entertainment («развлечение»). Это значит, что процесс обучения авторы программ стремятся сделать максимально увлекательным и живым.

Сегодня практически в каждом музее проходят специальные образовательные программы: в Эрмитаже, в Русском музее, в частном Музее Фаберже и в современном музее «Эрарта». Лекционные циклы стали неотъемлемой частью Государственного музея истории религии (ГМИР). «Это формат, который стал для нас уже традиционным», — рассказывает заведующая научно-методическим отделом музея Мария Бахтеева. — Судите сами: лекционный цикл под названием «Религии мира» этой осенью начнет свою работу в десятый раз. О каждой религии здесь рассказывает отдельный лектор — специалист в своей области, в большинстве своем это доктора наук СПбГУ и ведущие научные сотрудники музея. С этого года слушателям цикла «Религии мира» выдается диплом о дополнительном образовании».

В этом году ГМИР получил лицензию на образовательную деятельность. Кроме этого, в ГМИР проходят лекционные сессии Центра молодежных программ Музея истории религии, в котором молодые специалисты читают лекции о моде, о гендерных стереотипах, о японской анимации в контексте религии. Новая сцена Александринского театра изначально создавалась как много-

функциональная площадка. Спектакли — важная часть этого пространства, но не основная. Практически каждый день, начиная с 2014 года, здесь проходит лекционная программа ведущих экспертов и главных героев культурного процесса, тех, кто формирует его повестку. На Новой сцене с лекциями выступили Теодор Курентзис, Демьян Кудрявцев, Диана Вишнева, Ирина Прохорова, Юрий Сапрыкин, Михаил Идов, Сергей Чобан (это очень сокращенный список). Программа так и называлась — «Повестка дня». Потом начались тематические лекционные серии: «Разговоры о кино с Михаилом Трофименковым» и «Разбор пилотов» о лучших сериалах; циклы о современной музыке, о литературе, о науке, о теории и истории моды, о современном городе.

«В Петербурге, по счастью, открывается все больше лекториев, и для нас это повод придумывать новые форматы и темы», — объясняет руководитель отдела культурных проектов Новой сцены Екатерина Пузанкова. — Сейчас у нас три лекционных цикла: «Экспертиза» — мини-курсы из трех-пяти лекций, «Лаборатория новых медиа» и программы вокруг театральных премьер и событий. К примеру, в рамках только что прошедшего фестиваля «Александринский» состоялись очень интересные лекции Михаила Пиотровского о современной культуре арабского мира и Ивана Чечота — о Вене XX века».

Свой лекционный проект в прошлом сезоне открыл Большой театр кукол. Его задача — расширить представления зрителей о кукольном театре. Публику знакомят с разными системами кукол (петрушка, театр теней, марионетка), рассказывают об известных режиссерах современности и прошлого, о том, каким театр кукол был сто лет назад и что он представляет собой сегодня.

Продолжается работа со зрителем в БДТ им. Товстоногова. Когда Андрей Могучий стал художественным руководителем, он заявил о том, что театр должен быть открыт городу. Тогда же в театре появился проект «Эпоха просвещения». Сегодня в

его рамках проходит «Педагогическая лаборатория». БДТ — это своеобразное театральное образование для учителей школ. С успехом идут авторские программы театратора, заместителя художественного руководителя БДТ по общественно-просветительской и исследовательской деятельности, заслуженного деятеля искусств РФ Ирины Шимбаревич «Путешествие за кулисы БДТ», «Георгий Товстоногов», «Планета Лавров», а также лекция-экскурсия — «Путешествие по музею БДТ» заведующего творчески-исследовательской частью БДТ Вениамина Каплана. В новом сезоне БДТ планирует активно работать с разными социальными группами, пояснил руководитель социально-просветительского отдела БДТ Александр Демахин.

«В этом году появилась идея сформировать программу для сотрудников внутренних дел, то есть для полиции, ГИБДД, судебных приставов. Мы сейчас чаще слышим из новостей о конфликтах в связи с театром. Мы подумали, что будет здорово сделать программу, в рамках которой мы будем рассказывать полицейским о современном искусстве, а они нам — о том, чем они занимаются, о законах, о том, как их правильно соблюдать. Будем делиться друг с другом опытом и просвещать друг друга. Главная задача — перевести зону конфликта в зону диалога», — говорит Александр Демахин. Помимо этого, в театре продолжается проект «Иду в БДТ», когда премьеры сопровождаются выставками, лекциями, дискуссиями, концертами — включением зрителя в контекст спектакля. Первая такая программа состоится в ноябре и будет приурочена к премьере сезона — спектаклю Андрея Могучего по мотивам произведения Юрия Олеши «Три толстяка».

Клуб идей и знаний Anima Libera — это гуманитарный и творческий проект команды отеля «Индиго Санкт-Петербург — Чайковского». Под эгидой клуба собираются просветительские проекты и лекционные курсы, представляя петербуржцам выступления, творческие вечера, лекции и мастер-классы выдающихся ученых, иссле-

дователей, деятелей культуры и искусства. Здесь постоянно проходят события московского лектория «Прямая речь», среди постоянных участников которого — историк Наталия Басовская, писатель Дмитрий Быков, психолог Екатерина Мурашова. Продолжается цикл лекций ведущих петербургских искусствоведов и антропологов, организованный исследовательским центром «Прагмема» под руководством Светланы Адоньевой.

Учиться сегодня можно даже в торговом-развлекательном центре. Первый в городе и весьма успешный проект такого рода — культурно-образовательное пространство «Охта Lab» в ТК «Охта Молл». Создатели контента вспомнили телевизионный принцип подбора передач. В итоге появилось несколько образовательных блоков для интересов совершенно разной аудитории: «Охта Talk», «Охта Debate», «Охта Cinema», «Охта Theatre», «Охта Sport», «Охта Parents», «Охта Business». За счет этого проекта организаторы хотели расширить географический охват стандартной аудитории торгового центра — выйти за пределы района. Так и получилось. Сейчас большая часть аудитории — люди, которые целенаправленно приезжают на программы «Охта Lab». Некоторые из них становятся покупателями торгового центра и навсегда становятся библиотеки «Охта Lab». ■

ВЫЙТИ ЗА МУЗЕЙНЫЕ РАМКИ

Специалисты туристической отрасли отмечают, что сегодня все больше путешественников стало ездить специально на концерты, спектакли, выставки. «У событийного туризма в мире колоссальный потенциал, фестивальные возможности просто огромные», — считает генеральный директор компании «Индивидуальный туристический сервис» Виктория Шамликашвили. — Кстати, это актуальный вопрос и для Петербурга. Нам нужно привлекать больше путешественников именно на события и выходить за рамки формата города-музея».



ОТКРЫТИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ФЕСТИВАЛЯ СЕРГЕЯ КУРЕХИНА SKIF (SERGEY KURYOKHIN INTERNATIONAL FESTIVAL) НА МАЛОЙ СЦЕНЕ АЛЕКСАНДРИНСКОГО ТЕАТРА

ВЕНГЕРСКИЙ «КРОКОДИЛ» И ИРЛАНДСКАЯ «БЕЗОТЦОВЩИНА»

Руководителем секции «Театр» Санкт-Петербургского международного культурного форума (СПбМКФ), который пройдет 16–18 ноября, выбран в этом году художественный руководитель Александринского театра Валерий Фокин. Программа театральной секции стала своего рода продолжением XI международного театрального фестиваля «Александринский».

16 ноября на сцене ТЮЗа имени Бранцева главный драматический театр Польши — Театр Народовы — покажет спектакль знаменитого литовца Эймунтаса Някрошюса «Дзяды», поставленный по одноименной поэме польского классика Адама Мицкевича. Это спектакль о поиске Бога, о быстротечности времени, о бренности бытия.

На основной сцене Александринского театра 18 и 19 ноября старейший Национальный театр Венгрии (Nemzeti Színház) покажет недавнюю премьеру — спектакль в постановке Валерия Фокина «Крокодил» по сатирическому рассказу Достоевского.

На Новой сцене Александринского театра 18 и 19 ноября спектакль «Первая



пьеса Чехова» представляет театральная компания Dead Centre, созданная в Дублине в 2012 году молодыми ирландскими режиссерами Бушем Мукарзелем и Бэном Киддом. Их театр исследует новые средства театральной выразительности, современные технологии на основе традиционной английской театральной актерской школы и интерпретации произведений классической литературы. Спектакль «Первая пьеса Чехова» создан по пьесе, которую Чехов написал в 18 лет. Произведение, открытое широкой публике через двадцать лет после смерти автора, сегодня известно под несколькими названиями: «Пьеса без названия», «Безотцовщина», «Платонов». В основе ирландского спектакля — критический взгляд на современное общество через мир чеховских героев. В Ирландии этот взгляд оценили высоко: спектакль — лауреат театральной премии Irish Times (2015). ■

СЦЕНА ИЗ СПЕКТАКЛЯ «КРОКОДИЛ»
НАЦИОНАЛЬНОГО ТЕАТРА ВЕНГРИИ
В ПОСТАНОВКЕ ВАЛЕРИЯ ФОКИНА

OLD SCHOOL В ТЕАТРЕ «ЛИЦЕДЕИ»



4 И 5 НОЯБРЯ

В основу сюжета Old School положены комические ситуации из жизни советских и российских школьников. Это клоунада со сквозным сюжетом и «лицедейскими интерактивами». В героях спектакля для зрителей всех возрастов можно узнать себя и родителей, учителей и завучей, вспомнить первые возвышенные чувства и нелепые детские страхи. В общем, понять, что такое «школа по-русски». Музыкальное оформление — поп- и рок-хиты всех времен.

В главных ролях: Юрий Музыченко, Анна Никитина, Полина Бондарь, Снежана Прудько, Виктор Соловьев, Анвар Либатов, Наталья Шалаева и другие. ■

КРИС РИ В ЛЕДОВОМ ДВОРЦЕ

15 НОЯБРЯ

На концерте в рамках европейского тура Крис Ри сыграет не только главные хиты, но и представит свой новый альбом Road Songs for Lovers. В нем он возвращается к меланхоличным рок-балладам, которые, благодаря запоминающимся мелодиям и моментально узнаваемому голосу, принесли ему мировую известность.

Творчество музыканта — пример трудолюбия и целеустремленности. Уже первый сингл с его дебютной пластинки Fool

If You Think It's Over стал хитом в США, но должно было пройти еще десять лет перед тем, как музыкант начал собирать стадионы в родной Англии. Благодаря турам по Европе он обрел поклонников, верных ему уже несколько десятилетий. Его хиты Josephine, The Blue Cafe, Looking For the Summer неизменно поднимались на вершины европейских чартов и до сих пор не исчезают из эфиров радиостанций. За свою карьеру музыкант продал более 30 млн альбомов. ■





ТАЙСКАЯ ЭКЗОТИКА — В ДЕТАЛЯХ



КУРОРТ УТОПАЕТ В ЗЕЛЕНИ И ЦВЕТАХ



БАСЕЙН-ИНФИНИТИ — КАК БЫ ЧАСТЬ АДАМАНСКОГО МОРЯ



ВСЕ ЗДАНИЯ РАСПОЛОЖЕНЫ ТЕРРАСАМИ



ЛОББИ РАСПОЛОЖЕНО В ОТКРЫТОМ ПРОСТРАНСТВЕ



АМАТАРА ЗАНИМАЕТСЯ ДУШОЙ И ТЕЛОМ

КУРОРТ AMATARA WELLNESS RESORT НА ТАЙСКОМ ОСТРОВЕ ПХУКЕТ ПОГРУЖАЕТ СВОИХ ГОСТЕЙ В ДРУГОЙ МИР. В МИР УЕДИНЕННОСТИ И ПОКОЯ, ГДЕ НЕТ МЕСТА СПЕШКЕ, ВОЛНЕНИЯМ И СОМНЕНИЯМ. ФОНОМ ДЛЯ РАССЛАБЛЕНИЯ СТАНОВИТСЯ ОГРОМНЫЙ ПАРК ЭКЗОТИЧЕСКИХ РАСТЕНИЙ, В НЕМ ЛЕТАЮТ КОЛИБРИ И СНУЮТ МИНИАТЮРНЫЕ ЯЩЕРИЦЫ. И ЕЩЕ — ВИД НА АДАМАНСКОЕ МОРЕ, КОТОРЫЙ САМ ПО СЕБЕ УЖЕ ЦЕЛЕБЕН. ТАК, НАВЕРНОЕ, МОГ БЫ ВЫГЛЯДЕТЬ РАЙ, ЕСЛИ БЫ ЗДЕСЬ БЫЛО ЧУТОЧКУ ПРОХЛАДНЕЕ. ЕЛЕНА ФЕДОТОВА

Впрочем, к жаре привыкаешь довольно быстро, тем более что на территории пятизвездочного курорта есть 55-метровый инфинити-бассейн (без бортиков, когда водная гладь визуальнo сливается с видом на море), доступный постоянно, а еще собственные открытые бассейны в каждой вилле категорий Pool Pavilion, Pool Sala Pavilion и Pool Villa. Это отдельно стоящие каменные коттеджи под конусообразными крышами с террасами или балконами. Внутри — большая комната с гигантской кроватью и зоной отдыха с диваном и крес-

лами, отдельное пространство с душевой и ванной-джакузи в центре. Мраморные полы, бамбуково-бежевая цветовая гамма, работающая на полную мощь система кондиционирования воздуха — здесь всегда царит спасительная свежесть. Но главное достоинство — это скрытый от глаз посторонних приватный бассейн во внутреннем дворике виллы. Поздно вечером, когда на противоположном берегу морской бухты зажигаются огни, особенно хорошо наблюдать весь этот ночной мир, лежа в прохладной воде в «своем» саду.



ВЕЛНЕС-ЦЕНТР ВЫГЛЯДИТ КАК ХРАМ ЗДОРОВЬЯ

В РЕСТОРАНЕ THE RESTAURANT СКЛАДЫВАЕТСЯ ОЩУЩЕНИЕ, БУДТО ЭТО ОРАНЖЕРЕЯ

Надо сказать, что вода здесь выступает в разных ипостасях. «Река бессмертия, вечная река» — означает слово «аматара» в переводе с санскрита. А мыс Панва, где расположен Amatara Wellness Resort, омывается водами Адаманского моря, и в этих местах довольно сильные приливы и отливы. Если прийти рано утром на маленький пляж отеля, то можно поплавать, позже вода отступает. Но сюда едут не за пляжным отдыхом. Девиз курорта — Sense your life's balance («Почувствуй свой жизненный баланс»). Главное — это программы оздоровления и поддержания хорошего самочувствия, которые подразумевают холистический подход в формате retreat: это некая замкнутая система, когда отключаешься от внешнего мира и погружаешься в выбранную велнес-программу на три, пять или семь дней. Курорт предлагает восемь программ: Amatara Detox, Weight Management, Amatara Active, Spa Revive, Amatara Yoga, Amatara Connect, Anti-Aging и Bespoke Wellness с индивидуальными процедурами. В эти программы также входит органическая и диетическая еда. Кстати, официальный велнес-партнер курорта — Bangkok Hospital Group (корпорация высокотехнологичных медицинских клиник), где ведутся инновационные разработки в сфере продления молодости мозга). За концепцию спа и велнес отвечает натуропат — австралийка Феба Бункерд (Phoebe Boonkerd), которая раньше работала в Gaia Retreat & Spa (Австралия).

Надо сказать, что ни одна программа не начинается без осмотра и консультации врача. Особое внимание — позвоночнику.

А мануальная терапия в тайском исполнении значительно отличается от привычных манипуляций.

Еще одна новинка, которой здесь очень гордятся — тайский хамам, некий микс турецкой и марокканской традиций. Это индивидуальная процедура, в процессе которой на кожу последовательно воздействует пар, вода и тепло. Кульминация процедуры — возлежание на теплой мраморной платформе, когда все тело — от кончиков пальцев до корней волос обрабатывают жесткой «рукавицей», после чего становишься будто другим человеком.

Что касается еды, то на курорте несколько ресторанов: The Restaurant с традиционной тайской кухней; The Retreat, специализирующийся на здоровом питании, и The Grill, где подают морепродукты, мясо и вина.

Несмотря на то, что Amatara Wellness Resort очень молодой бренд (принадлежит тайской семье), он намерен войти в пятерку лидирующих оздоровительных направлений в Азии. Сегодня 90% гостей приезжают из разных стран. Половина — из Азии, включая Гонконг, Сингапур, Китай и Корею. Другая половина из европейских стран — Великобритании, Германии, а также из США и Австралии. И только 10% — жители Таиланда. Именно поэтому здесь работает международная команда.

В 2017 году Amatara Wellness Resort получил сертификат качества TripAdvisor Certificate of Excellence в четвертый раз. В рейтинге Amatara поднялась в топ-40 среди 762 курортов на Пхукете. ■

ФОТО: ЕЛЕНА ФЕДОТОВА



РАССЛАБИТЬСЯ МОЖНО И НЕ ТОЛЬКО ВО ВРЕМЯ ПРОЦЕДУР



ПРИВАТНЫЙ БАСЕЙН НА ВИЛЛЕ СКРЫТ ОТ ПОСТОРОННИХ ГЛАЗ



БЕЛЫЕ ДИВАНЫ НА ТЕРРАСЕ ОДНОГО ИЗ РЕСТОРАНОВ ВПИСЫВАЮТСЯ В ПЕЙЗАЖ



ВСЕ ТРАВЫ С ЭТОГО ОГОРОДА ВНУТРИ ВЕЛНЕС-ЦЕНТРА МОЖНО ЕСТЬ, ЗАВАРИВАТЬ ИЛИ НЮХАТЬ



ИЗ ОКОН И БАЛКОНА ВИЛЛЫ ОТКРЫВАЕТСЯ ВИД НА АДАМАНСКОЕ МОРЕ



ТАК НА КУРОРТЕ ПРОХОДЯТ ЗАНЯТИЯ ЙОГЕЙ

ИЗ ЖИЗНИ ОТДОХНУВШИХ

В СЕНТЯБРЕ ИД «КОММЕРСАНТЬ» В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ В РАМКАХ ПРОЕКТА «ВРЕМЯ ЛЕГЕНД» ОТКРЫЛ НОВУЮ СЕРИЮ ВСТРЕЧ — НА ЭТОТ РАЗ С ЛЕГЕНДАРНЫМИ РОССИЙСКИМИ АКТЕРАМИ ТЕАТРА И КИНО. ПЕРВЫМ ГОСТЕМ СТАЛ НАРОДНЫЙ АРТИСТ РФ ДМИТРИЙ ПЕВЦОВ.



Вечер прошел в ресторане «Палкинъ». Партнерами мероприятия выступили: One & Only, американский холдинг, который уже более двадцати лет занимается продажей элитной недвижимости; Альфа-банк — в этом году он празднует двадцатилетие работы в Петербурге; финский инвестиционный банк Evli и институт красоты СПИК.

Специальными партнерами мероприятия стали компания Pernod Ricard Rouss («Перно Рикар Русь»), логистический комплекс «Нарт», сеть салонов Royal Thai, Федеральная пассажирская компания, отель «Эмеральд», компания «Яркий фотомаркет», типография Flyprint и охранный холдинг AN-Security. ■





- 1_**Актёр театра и кино, певец, педагог, народный артист РФ, лауреат Государственной премии Дмитрий Певцов
- 2_**Генеральный директор Forum Restaurant Group Галина Белоусова и заместитель директора ресторанной службы Grand Hotel Europe Елена Ильченко
- 3_**Управляющий рестораном «Палкинъ» Евгений Кожухов
- 4_**Заместитель директора по развитию холдинга «Вероника» Екатерина Кирмель и руководитель экспертного совета холдинга Борис Фридзон
- 5_**Актёр театра и кино, телеведущий, шоумен Андрей Ургант

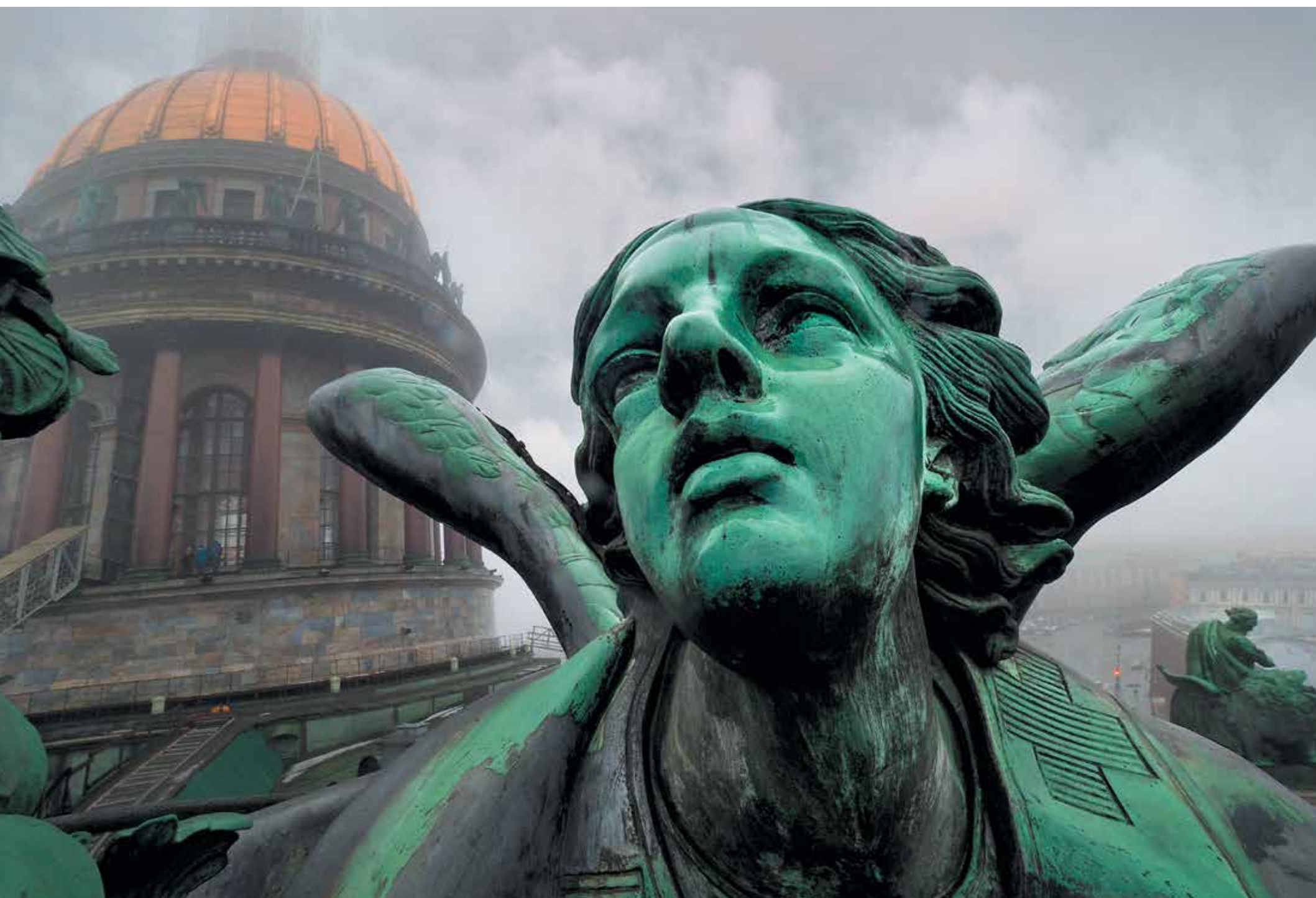
- 6_**Директор по правовому обеспечению ГУП «Водоканал» Марина Гассий, советник, руководитель практики внешнеторгового регулирования DLA Piper Вильгельмина Шавшина, исполнительный директор SPIBA Карина Хабачева
- 7_**Генеральный директор компании «Невские сыры» Альберт Суфияров, private bankers Evli Bank Хелен Хантту, Надежда Маликова, президент холдинговой компании «Созвездие Водолея» Владимир Хильченко
- 8_**Генеральный директор компании «Полисан» Александр Борисов с супругой Ольгой
- 9_**Совладелец ГК «Галактика» Игорь Дю
- 10_**Владелица салона «Аристократъ» Людмила Шишлова

- 11_**Российские оперные певицы Анастасия Максимова и Вероника Сергиеня
- 12_**Советник генерального директора компании «Русские самоцветы» Елена Кожевникова
- 13_**Региональный представитель One & Only в Санкт-Петербурге Алекс Алексеев
- 14_**Председатель совета директоров компании «Норманн» Виктор Сеппенен с супругой Наталией
- 15_**Генеральный директор Legenda Intelligent Development Василий Селиванов с супругой Яной

ФОТО: АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ, МИХАИЛ КУЗНЕЦОВ

ВЕЩЬ ДЕЛ

с «Коммерсантом» **spb.kommersant.ru**



SPB.KOMMERSANT.RU

ПОСТОЯННОЕ ОБНОВЛЕНИЕ САЙТА

ТОЧНЫЕ ПРОГНОЗЫ И ГЛУБОКИЙ АНАЛИЗ

ОБЪЕКТИВНОЕ ОТНОШЕНИЕ К ФАКТАМ,
КОМПЕТЕНТНОСТЬ И БЕСПРИСТРАСТНОСТЬ

ОДНО ИЗ САМЫХ АВТОРИТЕТНЫХ
И ВЛИЯТЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ
ДЛЯ ЛЮДЕЙ, ПРИНИМАЮЩИХ РЕШЕНИЯ

