

«СТРОИМ ОТЕЛЬ»



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0703-2020

С 13 по 26 июля 2020 года

1. Государственное регулирование туристско-гостиничной отрасли и вопросы классификации гостиниц

Бронь в российских гостиницах можно перенести или вернуть деньги.

В Крыму передумали: гостям санаториев придется снова получать справки

Внутренний туризм продвигают кэшбэком. Насколько привлекательна программа компенсации за путешествия по России

Комментарий специалиста: кэшбэк за российский туризм – будет непросто!

Разъяснены проблемные места кэшбека для участников рынка

Власти Крыма не планируют проверять нелегально работающие отели до конца сезона

2. Гостиничный рынок Москвы и московского региона

Первый отель Mövenpick в Москве

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Реанимация туризма.

«Всех точно не вытянуть». Турбизнес потерял ценные кадры

В крымских гостиницах появились огромные списки ожидания. Многие отели просят туроператоров снимать свои квоты.

Заполняемость гостиниц на Кубани достигла 54%

Гостиницы в Сочи демонстрируют рекордную загрузку

В гостиницах Бурятии провели коронавирусные учения

Роспотребнадзор проверил пензенские гостиницы

4. Новости зарубежного гостинично-туристского рынка

Открытие границ оказалось небезопасным. Как страны возвращаются к ограничительным мерам.

Мнение туриста: гостиницы в Италии после пандемии

За границу — по списку: когда и куда смогут улететь российские туристы

Туроператоры передумали возить туристов в Турцию в июле

Египетские отели останутся полупустыми даже в следующем году

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

5. Интересное для отельеров

Станут ли будущие «Ивенты» и «MICE» гибридными?

Используете ли вы силу «экономики впечатлений» для роста доходности?

Если у сообщения имеется значок *): - приводимые в сообщении СМИ или персональном интервью фактические и аналитические данные и прогнозы могут содержать информацию, не подкрепленную реальными показателями гостиничного рынка, либо основанную только на отдельных сегментах рынка.

1. Государственное регулирование туристско-гостиничной отрасли и вопросы классификации гостиниц

Бронь в российских гостиницах можно перенести или вернуть деньги.

Правительство РФ определило на 2020 и 2021 гг. особенности отмены либо переноса бронирования места в гостинице или ином средстве размещения, а также возврата заказчикам денег, уплаченных при бронировании. Это касается туристов, которые не смогли получить услуги в связи с пандемией.

Бронь можно перенести на период в течение 18 месяцев с даты бронирования, но не позднее 31 декабря 2021 г., а также при условии, что заказчик оплатил услуги полностью или частично. Перенос производится на условиях предоставления равнозначных услуг. Исполнитель направляет уведомление. Определен срок.

При отказе от услуг заказчику возвращаются деньги не позднее 31 декабря 2021 г. При этом особый порядок предусмотрен для граждан, достигших возраста 65 лет, либо находящихся в трудной жизненной ситуации (подтвержденная инвалидность, временная нетрудоспособность более 2 месяцев, регистрация в качестве безработного).

Если на день вступления в силу особенностей наступили сроки оказания услуг по размещению, а исполнитель вовремя не направил уведомление, то заказчику возвращаются деньги не позднее 31 декабря 2020 г.

Постановление вступает в силу со дня опубликования.

Полный текст документа:



ПОСТАНОВЛЕНИЕ ПРАВИТЕЛЬСТВА РФ ОТ 20 ИЮЛЯ 2020 Г. N 1078 "ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ПОЛОЖЕНИЯ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ОТМЕНЫ ЛИБО ПЕРЕНОСА БРОНИРОВАНИЯ МЕСТА В ГОСТИНИЦЕ ИЛИ ИНОМ СРЕДСТВЕ РАЗМЕЩЕНИЯ В ОТНОШЕНИИ ОСНОВАНИЙ, ПОРЯДКА, СРОКОВ И УСЛОВИЙ ТАКОГО ПЕРЕНОСА И (ИЛИ) ВОЗВРАТА ЗАКАЗЧИКАМ (ПОТРЕБИТЕЛЯМ) ДЕНЕЖНЫХ СУММ, УПЛАЧЕННЫХ ИМИ ПРИ БРОНИРОВАНИИ, НА 2020 И 2021 ГОДЫ"

В соответствии с пунктом 1 статьи 194 Федерального закона "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций" Правительство Российской Федерации постановляет:

1. Утвердить прилагаемое Положение об особенностях отмены либо переноса бронирования места в гостинице или ином средстве размещения в отношении оснований, порядка, сроков и условий такого переноса и (или) возврата заказчикам (потребителям) денежных сумм, уплаченных ими при бронировании, на 2020 и 2021 годы.

2. Настоящее постановление вступает в силу со дня его официального опубликования.

Председатель Правительства
Российской Федерации

М. Мишустин

Положение

об особенностях отмены либо переноса бронирования места в гостинице или ином средстве размещения в отношении оснований, порядка, сроков и условий такого переноса и (или) возврата заказчиком (потребителем) денежных сумм, уплаченных ими при бронировании, на 2020 и 2021 годы

1. Настоящее Положение устанавливает особенности отмены либо переноса бронирования места в гостинице или ином средстве размещения в отношении оснований, порядка, сроков и условий такого переноса и (или) возврата заказчиком (потребителем) денежных сумм, уплаченных ими при бронировании, на 2020 и 2021 годы при введении режима повышенной готовности или чрезвычайной ситуации на всей территории Российской Федерации либо на ее части.

2. Основные понятия, используемые в настоящем Положении:

"бронирование" - предварительный заказ мест и (или) номеров в гостинице или ином средстве размещения заказчиком (потребителем);

"заказчик" - физическое (юридическое) лицо, заказывающее или приобретающее гостиничные услуги и (или) услуги по временному размещению (проживанию) физических лиц в средстве размещения в пользу потребителя;

"исполнитель" - юридическое лицо (филиал иностранного юридического лица, включенный в государственный реестр аккредитованных филиалов, представительств иностранных юридических лиц) или индивидуальный предприниматель, предоставляющие потребителю гостиничные услуги и (или) услуги по временному размещению (проживанию) физических лиц в средстве размещения;

"потребитель" - физическое лицо, заказывающее или приобретающее и (или) использующее гостиничные услуги и (или) услуги по временному размещению (проживанию) физических лиц в средстве размещения для личных и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Понятия "гостиница", "средство размещения" и "гостиничные услуги" употребляются в настоящем Положении в значениях, определенных Федеральным законом "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации".

3. В связи с введением режимов, указанных в пункте 1 настоящего Положения, исполнитель обеспечивает предоставление гостиничных услуг и (или) услуг по временному размещению (проживанию) физических лиц в средстве размещения (далее - услуги размещения), указанных в бронировании, осуществленном заказчиком (потребителем) до вступления в силу постановления Правительства Российской Федерации от 20 июля 2020 г. N 1078 "Об утверждении Положения об особенностях отмены либо переноса бронирования места в гостинице или ином средстве размещения в отношении оснований, порядка, сроков и условий такого переноса и (или) возврата заказчиком (потребителем) денежных сумм, уплаченных ими при бронировании, на 2020 и 2021 годы", или равнозначных услуг размещения путем переноса бронирования на более поздний срок, определяемый дополнительно по соглашению между исполнителем и заказчиком (потребителем).

Перенос бронирования может быть осуществлен на период в течение 18 месяцев с даты, на которую заказчиком (потребителем) было осуществлено бронирование, но не позднее 31 декабря 2021 г., а также при условии, что услуги размещения оплачены заказчиком (потребителем) полностью либо частично.

*Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.
Фокус – Москва и столичный регион*

4. В случае принятия решения о предоставлении равнозначных услуг размещения путем переноса бронирования (в том числе если на дату вступления в силу постановления, указанного в абзаце первом пункта 3 настоящего Положения, наступили сроки предоставления услуг размещения, указанных в бронировании) исполнитель не позднее 60 календарных дней с даты вступления в силу указанного постановления направляет заказчику (потребителю) уведомление, содержащее обязательство исполнителя по предоставлению заказчику (потребителю) равнозначных услуг размещения в течение 18 месяцев с даты, на которую заказчиком (потребителем) было осуществлено бронирование, но не позднее 31 декабря 2021 г. (далее соответственно - обязательство, срок действия обязательства).

В течение срока действия обязательства исполнитель обязан осуществить оказание равнозначных услуг размещения в согласованные с заказчиком (потребителем) сроки с сохранением цены места и (или) номера в гостинице и (или) ином средстве размещения (далее - средство размещения, номер в средстве размещения).

Под сохранением цены номера в средстве размещения понимается обязанность исполнителя по обеспечению оказания заказчику (потребителю) равнозначных услуг размещения без дополнительной оплаты, в том числе в случае, если стоимость равнозначных услуг размещения на момент их фактического оказания окажется выше цены номера в средстве размещения по состоянию на дату бронирования.

Под равнозначными услугами размещения понимается предоставление исполнителем заказчику (потребителю) услуг размещения, потребительские свойства которых соответствуют ранее осуществленному заказчиком (потребителем) бронированию, в том числе соответствующих услуг питания и других дополнительных услуг, входящих в стоимость номера в средстве размещения, категория гостиничного номера не ниже категории, предусмотренной бронированием (в случае если было осуществлено бронирование места и (или) номера в гостинице).

По соглашению сторон потребительские свойства равнозначных услуг размещения могут быть изменены.

5. В случае отказа заказчика (потребителя) от равнозначных услуг размещения, а также в иных случаях отказа от бронирования по его инициативе или в случае, если заказчик (потребитель) не воспользовался равнозначными услугами размещения до окончания срока действия обязательства, бронирование отменяется и исполнитель осуществляет возврат заказчику (потребителю) уплаченных им при осуществлении бронирования денежных сумм не позднее 31 декабря 2021 г., за исключением случаев, предусмотренных пунктами 6 и 7 настоящего Положения.

6. По требованию потребителя, достигшего возраста 65 лет, либо потребителя, находящегося в трудной жизненной ситуации, наступившей в период действия постановления, указанного в абзаце первом пункта 3 настоящего Положения, исполнитель обязан возвратить уплаченную заказчиком (потребителем) за услуги размещения денежную сумму в течение 90 календарных дней с даты предъявления указанного требования, но не позднее 31 декабря 2021 г.

Под трудной жизненной ситуацией потребителя понимается любое из следующих обстоятельств:

наличие у потребителя инвалидности, подтвержденной в установленном порядке;

временная нетрудоспособность потребителя сроком более 2 месяцев подряд;

регистрация потребителя в качестве безработного гражданина, который не имеет заработка, в органах службы занятости в целях поиска подходящей работы.

7. В случае если на дату вступления в силу постановления, указанного в абзаце первом пункта 3 настоящего Положения, наступил срок оказания услуг размещения, предусмотренный бронированием, и исполнителем не направлено уведомление, предусмотренное пунктом 4 настоящего Положения, исполнитель осуществляет возврат заказчику (потребителю) уплаченных им при осуществлении бронирования денежных сумм не позднее 31 декабря 2020 г.

8. Исполнитель при осуществлении возврата заказчику (потребителю) уплаченных им при бронировании денежных сумм в случаях, предусмотренных пунктами 5 - 7 настоящего Положения, обязан уплатить заказчику (потребителю) проценты за пользование денежными средствами в размере одной триста шестьдесят пятой ключевой ставки Центрального банка Российской Федерации, действующей на дату вступления в силу постановления, указанного в абзаце первом пункта 3 настоящего Положения, за каждый календарный день пользования. Проценты начисляются со дня предъявления заказчиком (потребителем) соответствующего требования до дня возврата заказчику (потребителю) уплаченных им при бронировании денежных сумм.

<http://www.garant.ru/hotlaw/federal/1402620/#ixzz6T8VjpX34>

В Крыму передумали: гостям санаториев придется снова получать справки

Роспотребнадзор вернул отмененные ранее правила приема отдыхающих.

Справка об отсутствии коронавируса снова станет необходимой для постояльцев санаториев в Крыму. Кроме того, объектам также рекомендовано проводить регулярное тестирование сотрудников на COVID-19. Об этом 14 июля сообщают федеральные СМИ со ссылкой на региональное подразделение Роспотребнадзора.

Эту информацию Profi.Travel подтвердили в Роспотребнадзоре республики, уточнив, что данные рекомендации не являются обязательными и объекты вправе самостоятельно решать, будут они требовать справки со своих гостей или нет.

Напомним, в конце июня это требование было сочтено избыточным и отменено, а возможность заселяться без справок в отели появилась месяцем ранее. Теперь местное санитарное ведомство вернуло его и снова — только для санаториев. Кроме того, объектам также рекомендовано проводить регулярное тестирование сотрудников на COVID-19.

Такое решение связано с тем, что ресурсы полуострова не могут обеспечить обсерваторы для туристов и местных жителей. При этом крымские отели на данный момент справок не требуют, то же касается и въезда в регион. Таким образом, санатории и гостиницы (а также нелегальный сектор) поставлены в неравные условия: вряд ли кому-то захочется платить за справку, когда в отеле поселят и без нее. Эффективность подобного решения тоже под большим вопросом: почему власти опасаются распространения заболевания именно от туристов, которые приехали в

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

санаторий? Тогда как въехать в регион на своем авто и поселиться у частных можно без какой-либо проверки.

Напомним, с 15 июня в республике отменены обязательный карантин и обсервация для туристов, а отели начали принимать отдыхающих из других регионов с 1 июля.

Генеральный менеджер комплекса Mriya Resort & SPA Самвел Саруханян пояснил Profi.Travel, что объект, несмотря на отмену справок на федеральном уровне, у себя это требование оставил.

«Мы приняли такое решение, так как ситуация в стране еще недостаточно улучшилась. Мы дорожим здоровьем наших гостей и используем все меры, чтобы их обезопасить. Так, при заселении мы тестируем всех гостей на наличие антител за свой счет. Стоит отметить, что требование о наличии справок туристов не отпугивает — наш отель забронирован на 97%-100% вплоть до октября», — подчеркнул Саруханян.

https://profi.travel/news/47270/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_11091_150720

Внутренний туризм продвигают кэшбэком. Насколько привлекательна программа компенсации за путешествия по России

"Коммерсантъ FM"

За путешествия по России выплатят кэшбэк. Туристы смогут претендовать на 15 тыс. руб., если потратят на тур или проживание 75 тыс. Программа стартует в августе и будет действовать во всех регионах. Но ей смогут воспользоваться только держатели карт «Мир». «Оформление будет быстрым и бесплатным», — обещают чиновники, а деньги вернут не только за туры, но и простые бронирования отелей. Насколько привлекательна эта программа? Разбирался Иван Корякин.

Каждый второй авиаперелет сейчас приходится на Сочи и Крым, подсчитали в сервисе Biletix. Но этих направлений в списке нет — кэшбэк за Черное море начнут возвращать только в октябре — там уже закончится сезон. Зато есть Ярославская, Волгоградская, Ивановская, Саратовская области и другие центры туризма. Если 22 июля утром в списке было 50 регионов, то к вечеру Ростуризм объявил, что участвуют все — а значит, и Байкал — хороший тур на озеро как раз стоит не менее 75 тыс. Соответственно, из них вернутся 15 тыс.

То же самое касается и Камчатки. Турпакет на полуостров можно найти и за 100 тыс. руб., и за 150 тыс. руб. Еще дороже обходятся речные круизы: среди них есть и премиальные по Волге — 90 тыс. и выше, по Енисею — от 300 тыс. и почти до миллиона. Главное — оплатить все картой «Мир», заявила глава Ростуризма Зарина Догузова: «Продолжительность поездки при этом должна быть не менее пяти дней, но приветствуются межрегиональные маршруты. Деньги будут автоматически начисляться на карточку «Мир» в срок до пяти дней, то есть выплату получит непосредственно турист. Те, у кого нет карточек, смогут быстро и совершенно бесплатно оформить их для покупки тура».

Список туров и вся необходимая информация должна появиться на сайте Russia.travel. Чиновники обещают успеть за пару недель. Но, пожалуй, самая приятная новость — это то, что кэшбэк будут выплачивать и за проживание в отелях. Об этом Ростуризм также объявил вечером. То есть необязательно утруждать себя поиском туров, можно добраться до гостиницы самостоятельно. Список объектов скоро опубликуют, сообщил "Ъ FM" советник главы Ростуризма Дмитрий Горин: «Турист должен зайти через раздел Russia.travel "Мир путешествий РФ" и выбрать

предложение одного из туроператоров. 45 новых направлений входят в список — а это фактически большинство туристических регионов нашей страны.

Есть много новинок — Бурятия, Хакасия, Камчатский край, Костромская область, Ивановская, Ульяновская и многие другие».

Правительство выделило на программу 15 млрд руб. На эти деньги чиновники рассчитывают просубсидировать 2 млн туров.

Решение, как говорят на рынке, принималось очень быстро. И судя по тому, как все менялось 22 июля, программу еще будут дорабатывать.

А все потому, что привлечь туристов таким кэшбэком непросто, говорит учредитель оператора «Мультитур» Алексей Высоканов: «Турист получит 15 тыс. только в случае, если стоимость поездки составит 75 тыс. руб., и все будет оплачено картой «Мир», которая есть далеко не у всех. Любой бонус, естественно, приветствуется. Насколько это всколыхнет туризм, не совсем понятно. Многие, возможно, будут узнавать об этом постфактум, когда уже оплатят».

Ростуризм обещает «быстрое и бесплатное» оформление карты «Мир». Возможно, это будет виртуальный продукт, но более понятный для молодежи, чем для целевой аудитории туроператоров. Еще одна сложность — правительство забыло включить в программу турагентов. А они обеспечивают операторам 95% продаж. Так что взрывного роста на рынке путешествий по стране не будет, говорит генеральный директор сети турагентств «Розовый слон» Алексан Мкртчян: «Когда люди получают деньги — это всегда хорошо. До конца, конечно, понятно не все, правительство еще не успело разобраться в вопросе, что все-таки турагент формирует мнение у человека, куда ему надо ехать, в какой регион.

Это решение принималось впопыхах, нужно было срочно потратить 15 млрд руб.

В дальнейшем, насколько мы знаем, правительство будет уже учитывать интересы турагентов».

Если оформление карты «Мир» сделают быстрым и удобным, программа может иметь успех. Пока же национальная карта популярна разве что у бюджетников и пенсионеров — не все из них привыкли путешествовать. Но если программа не сработает, для карты «Мир», с которой можно посмотреть только Россию, это все равно будет рекламным успехом.

Программа кэшбэка для путешественников будет действовать до конца года. Стоимость туров завышаться не будет, уверены в Ассоциации туроператоров России.

<https://www.kommersant.ru/doc/4426277>

Комментарий специалиста: кэшбэк за российский туризм – будет непросто!

«Коммерсантъ» раскрыл ряд подробностей в получении кэшбэка обещанного Премьер-министром Мишустинным М. Как я и прогнозировалось – все будет достаточно «жестко».

1. Туристические услуги нужно будет оплатить картой «Мир», на которую должна поступить выплата.

Для справки, стоимость карты:

Сбербанк – за оформление и первый год платеж составляет 750 рублей. Дополнительно оплачиваются сервисы СМС-информирования и мобильный банк.

Газпромбанк – выпуск и обслуживание карты в течение всего периода действия оплачивается сразу при оформлении в сумме 1000 рублей.

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

2. Кэшбэк будет фиксированным:

- для тура стоимостью 25–50 тыс. руб. — 5 тыс. руб.,
- для тура стоимостью 50–75 тыс. руб. — 10 тыс. руб.,
- для тура стоимостью дороже 75 тыс. руб. — 15 тыс. руб.

3. Компенсация за поездки в некоторые регионы, например, Крым и Краснодарский край, будет выплачиваться только за туры с 1 октября до 20 декабря.

4. Акция пройдет в августе-сентябре и займет несколько недель. Участвующие в программе туроператоры должны будут самостоятельно создать лендинговые страницы, получить для них в банках эквайринговые идентификаторы и подписать соглашение с НСПК.

Иными словами, кэшбэк получают только те, кто купит туры. Нет тура - нет кэшбека....

Это предварительная информация. Уже не интересно. Думаю, что когда будут опубликованы окончательные условия, программа станет еще менее интересной. Зато чиновники смогут записать в свой актив еще одно масштабное, но совершенно бессмысленное мероприятие...

https://pikabu.ru/story/pro_tot_samyiy_goskyeshbyek_na_puteshestviya_po_ros_sii_razobratsya_kak_mozhno_budet_poluchit_15_tyisyach_rubley_za_otdyikh_7603259

Разъяснены проблемные места кэшбека для участников рынка

Туры, не размещенные на сайте Роспотребнадзора, в программе не участвуют.

Программа кэшбека для стимулирования внутреннего туризма вот-вот должна заработать, а вопросов у представителей туротрасли и туристов очень много. Поскольку это абсолютно новая, беспрецедентная для России акция, то механизм пока не полностью отлажен. О нюансах программы и ее спорных местах в прямом эфире в Facebook 24 июля рассказал *основатель юридической компании «Персона Грата» и глава правовой комиссии РСТ Георгий Мохов.*

Из резервного фонда правительства РФ на программу кэшбека выделяется 15 млрд рублей, которые будут переведены Федеральному агентству по туризму, а затем сразу же поступят в распоряжение Национальной платежной системы «Мир», карты которой выпускают почти все российские банки.

В программе, по последним данным, стартующей с 15 августа, принимают участие все регионы России, при этом за поездки в Сочи и Крым кэшбек, скорее всего, будет выплачиваться *только в том случае, если они начались не раньше 1 октября.* Весь тур должен быть не менее пяти дней, при этом для Москвы и Санкт-Петербурга действует ограничение — пребывание здесь не должно превышать двух дней в рамках более длительного тура. Кэшбек перечисляется *за турпродукт в целом*, а не за каждого туриста. Возвращается он туристу через пять дней после оплаты тура.

К программе могут присоединиться *туроператоры, включенные в федеральный реестр*, а также *классифицированные отели и санатории.* Неклассифицированные санатории самостоятельно принимать участие в программе не могут, только в составе турпакета.

Время подачи заявок продлили до 27 июля — до этого момента туроператор или отель должен сообщить о своем желании участвовать в программе и создать на своем сайте лендинговую страницу, а также предоставить свои предложения по турам для размещения на сайте Роспотребнадзора «мирпутешествий.рф». *Туры, не размещенные на сайте, в программе не участвуют.*

Мохов пояснил и некоторые нюансы: турпродукт, как известно, включает в себя перевозку и проживание, а также дополнительные услуги, например, экскурсии. При этом в данном случае трансфер, заказанный и оплаченный в рамках тура, также считается перевозкой. Эксперт подчеркнул, что программа рассчитана только на тех, *кто покупает новый продукт, переносов она не касается.*

Турагентам, чтобы принять участие в программе, нужно заключить договор с туроператором, разработавшим механизм подключения розницы.

Правила могут корректироваться, итоговый вариант появится в ближайшее время. Кроме того, пока остается несколько вопросов, на которые Ростуризм тоже постарается оперативно ответить. Например, регулирование процесса начисления кэшбека: неясно, как будет контролироваться соответствие оплаченного турпродукта фактическому. Кроме того, в самой программе не прописано, что карта должна принадлежать человеку, отправляющемуся в путешествие, то есть, по идее, любой может перевести деньги за турпакет со своей карты и получить кэшбек. Также непонятно, можно ли рассчитывать на него туристам, самостоятельно бронирующим отели, если их поездка более пяти дней, но пребывание в каждом из отелей менее этого срока? Ну, и самый актуальный в ситуации последних месяцев вопрос: если тур будет отменен, нужно ли туристу возвращать кэшбек? Пока он остается открытым.

https://profi.travel/news/47398/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_11289_250720

Власти Крыма не планируют проверять нелегально работающие отели до конца сезона

В настоящее время администрация региона работает над предложениями, которые позволят вывести из тени мини-гостиницы. Как правило, такие объекты расположены на земельных участках, предназначенных для частного жилищного строительства. Существуют разные оценки количества таких средств размещения. В любом случае, речь идет о нескольких тысячах объектов, которые работают и не платят деньги в бюджет региона.

План действий по выводу таких средств размещения из тени планируется завершить до первого августа. К следующему году администрация региона рассчитывает полностью решить этот вопрос.

Тем не менее, в этом туристическом сезоне власти не планируют начинать проверки нелегальных гостиниц. Отрасль очень сильно пострадала от распространения эпидемии коронавируса и связанных с ним ограничительных мер. Нелегальные объекты будут выявляться, а все действия по выводу их из тени власти отложат до сентября.

<https://hotelier.pro/news/item/vlasti-kryma-ne-planiruyut-proveryat-nelegalno-rabotayushchie-mini-oteli-do-kontsa-sezona/>

2. Гостиничный рынок Москвы и московского региона

Первый отель Mövenpick в Москве

Осенью 2020 года состоится открытие первого отеля бренда Mövenpick в Москве, который станет флагманом бренда в России.

В Mövenpick Москва Таганская, расположенном по адресу ул. Земляной Вал, д. 70, к услугам гостей будет предложено 154 комфортабельных номера, в том числе 5 номеров класса «люкс». Отель станет новой точкой на гастрономической карте Москвы благодаря ресторану авангардной кухни SHAGAL под руководством молодого и креативного шеф-повара Виталия Баранова. Также в отеле будет представлен современный СПА-комплекс с бассейном и саунами.

Первый отель бренда Mövenpick в России открылся в конце 2019 года в Сочи и стал также первым в мире отелем этого бренда в горах: пятизвездочный Mövenpick Красная Поляна расположился на Поляне 960 курорта Красная Поляна.

В отеле представлено 52 просторных номера с дизайнерскими ванными комнатами и панорамными видами на горы, а также двухуровневый президентский люкс (558 кв. м) с 3 спальнями, гостиной с камином, собственной спа-зоной и тренажерным залом, а также с 2 персональными VIP-террасами с видом на горы. Также к услугам гостей: ресторан охотничьей кухни Raclette, где можно попробовать знаменитое швейцарское блюдо Раклет, спа-центр с сауной, хаммамом, джакузи и крытым бассейном, консьерж ассоциации «Золотые Ключи», завтрак в формате шведского стола, а также круглосуточный room service.

Концепция бренда Mövenpick основана на создании мгновений, поэтому отель приготовил для гостей множество уникальных впечатлений: от возможности выбрать подушку для сна из специального меню до ежедневного знаменитого «шоколадного часа», который проходит в формате эффектной дегустации: после обеда гостям предлагают изысканные шоколадные угощения – от трюфелей и шоколадного фондю до глазированных кексов, которые искусно готовятся прямо при гостях.

О бренде у Mövenpick

Компания Mövenpick была основана в 1940-х годах Уэли Прагером (Ueli Prager), а Mövenpick Hotels & Resorts – в 1973 году;

История бренда Mövenpick берет свое начало в 1948 году с открытия первого одноименного ресторана в Цюрихе: Уэли Прагер хотел создать новый формат ресторана, в котором гостям будет предлагаться высококачественная еда по доступной цене и в приятной атмосфере;

Бренд Mövenpick отошёл от классических швейцарских традиций обслуживания, начав предлагать меню à la carte вместо комплексного меню, а также вино по бокалам вместо целых бутылок, несмотря на то, что так диктовали традиции того времени;

В честь 10-летнего юбилея Mövenpick, его новаторского подхода и всеобщей любви к бренду популярная музыкальная группа написала песню «Mövenpick»;

Название бренда Mövenpick было вдохновлено путешествием вдоль Цюрихского озера, во время которого основатель Уэли Прагер увидел, как чайка (по-немецки – «Möwe») летит вниз к озеру и хватает клювом что-нибудь поесть. Именно так Уэли и придумал название для своей первой новаторской сети ресторанов «Mövenpick».

В 1973 году были открыты первые два отеля под брендом «Mövenpick» в Цюрихе: один около аэропорта, другой – в городе Регенсдорф. В те времена открыть отель рядом с аэропортом было не так легко, но Уэли Прагер всегда опережал время и следовал своей интуиции: сегодня рядом с каждым международным аэропортом мира присутствуют крупные гостиничные бренды;

В настоящее время в портфолио Mövenpick Hotels & Resorts входит более 90 отелей в 24 странах мира, включая такие флагманы, как Mövenpick Resort & Spa Jimbaran Bali в Индонезии, Mövenpick Hotel Colombo на Шри-Ланке, Mövenpick Resort Kuredhivaru на Мальдивах, Mövenpick Mansour Eddahbi Marrakech в Марокко, Mövenpick Resort & Spa Dead Sea в Иордании и другие.

Три главные составляющие бренда Mövenpick – это еда и напитки, вдохновленные первоклассным гастрономическим опытом Швейцарии, теплый и искренний сервис, а также осозанный подход к устойчивому развитию;

Основой деятельности Mövenpick Hotels & Resorts и одной из главных корпоративных ценностей компании всегда было ведение бизнеса на принципах ответственности и заботы. Бренд Mövenpick разработал собственную глобальную программу устойчивого развития SHINE, целью которой является стремление оказывать положительное влияние на окружающую среду, жизни людей и местные сообщества;

В 2017 году компания Mövenpick Hotels & Resorts стала мировым лидером по сертификации «Green Globe»;

Вдохновленный успехом ресторанов «Mövenpick», Уэли Прагер разработал ассортимент изысканных швейцарских продуктов, включая различные деликатесы, шоколад и многое другое, которые теперь можно найти во всех отелях бренда;

Mövenpick является единственной гостиничной компанией, которая предлагает такой широкий выбор собственной продукции – от кофе, вина и шоколада до различных джемов и йогуртов;

В лобби каждого отеля ежедневно проходит уже ставший знаменитым «Шоколадный час», во время которого гостям отелей предлагаются изысканные шоколадные угощения Mövenpick и домашние сладости, такие как эклеры, пирожные, трюфели, шоколадное фондю и многое другое.

<https://hotelier.pro/news/item/premera-brenda-m-venpick-v-rossii/>

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Реанимация туризма.

«Всех точно не вытянуть». Турбизнес потерял ценные кадры

Руководитель сети агентств назвал последствия коронавируса для турбизнеса

Юрий Наумов, руководитель сети турагентств «Путешествие.ру», ставший участником марафона в поддержку турбизнеса #tourbussines_no_stress, 16 июля, уверен, что турагентам не стоит рассчитывать на окончание кризиса, связанного с пандемией коронавируса, и ждать времена, когда все вернется на круги своя.

«Я считаю, то, что происходит сейчас, это просто часть новой реальности, – говорит Юрий. – Если раньше кризисы длились по 10 лет, то теперь вся жизнь, и не только в политической области, а везде будет состоять из таких кризисов. Биржевым игрокам нужна волатильность рынка, он не должен стоять: пусть падает, пусть растет, лишь бы не стоял». По такой же аналогии будет развиваться мир.

Сам Юрий Наумов ощущает себя в условиях неопределенности как рыба в воде: «Я планировать не умею, поэтому для меня режим вечного аврала – это моя стихия».

На вопрос ведущей марафона Татьяны Дмитровой (медиахолдинг «БАНКО») о перспективах туроператоров и турагентов после того, как рынок восстановится хотя бы отчасти, эксперт ответил: «На данный момент я могу сказать: мы на 90% в боевом составе и в боевой кондиции, готовые к открытию границ. Второй “зимы”, может быть, мы не переживем, но пока об этом думать не хочется, пока, я считаю, нашему туризму стоит поставить пятерку, наверное, с минусом».

Комментируя последствия коронавируса, Юрий Наумов отметил неожиданные позитивные моменты, это, прежде всего, оптимизация расходов: «Когда все хорошо, мы не смотрим на каждый платеж, они наслаиваются. А мы на это не обращаем внимания. Теперь есть возможность как раз все это пересмотреть, ко всем прийти, со всеми встретиться, найти новых поставщиков, которые раньше не стали бы работать – ты для них мелкий. То есть, в принципе, с одной стороны ты потерял, с другой – понимаешь, что эти убытки можно отбить следующими тремя и пятью годами на более выгодных контрактах». В качестве примера он приводит торговые центры, некоторые из них существенно снизили аренду.

Однако безусловный минус в текущей ситуации – потеря ценных кадров. Вот как это объясняет эксперт марафона: «Может быть, я немного цинично скажу: раньше портрет идеального сотрудника был таким: одинокая мама, приезжая, с ипотекой. Это тот человек, который не может сидеть дома, у которого нет родителей здесь, для того чтобы валять дурака, он должен работать. Такие сотрудники в первую очередь вынуждены были уйти куда-нибудь либо уехать обратно домой. Очень жаль, и со слезами на глазах расставались, мы действительно вынуждены были резать, потому что, скажем так, всех точно не вытянуть».

Эксперт надеется на постепенное восполнение персонала турагентств: «Туризм все-таки специфический вид бизнеса, у нас только один плюс: люди действительно фанатично работают, случайных нет. Даже те, кто уходит, говорят: нам нужно платить за квартиру, за какие-то свои нужды, у нас минимум вот такой, который нужно обеспечивать. Поэтому уходят со словами, что как только все восстановится, конечно, вернутся».

О том, какие сложности предвидит Юрий Наумов в связи предстоящим открытием границ, в чем туристическая розница может упрекнуть туроператоров – в полной версии видеоподкаста на YouTube-канале «Полезно познакомиться с

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

Татьяной Дмитриевой». Смотрите и обсуждайте в комментариях, а пока примите участие в опросе.

https://www.tourdom.ru/news/vsekh-tochno-ne-vytyanut-turbiznes-poteryal-tsennye-kadry.html?utm_campaign=14285872&utm_source=sendpulse&utm_medium=push

В крымских гостиницах появились огромные списки ожидания. Многие отели просят туроператоров снимать свои квоты.

В связи с наплывом туристов в крымских отелях появились большие списки ожидания. Об этом Profi.Travel рассказали в туроператоре АЛЕАН 16 июля.

По словам PR-менеджера компании Натальи Буткиной, люди готовы корректировать даты своего отпуска и ждать, когда освободится номер в интересующем их отеле. «Это экстраординарная ситуация, которой не было уже лет восемь. Если говорить о количестве отправленных нами туристов в прошлом году и в нынешнем за аналогичный период, то сейчас есть небольшое отставание. Но с учетом того, что у нас не было заездов в апреле, мае и июне к концу сезона мы как минимум выйдем на показатели прошлого года, а скорее всего, будет и рост», — подчеркнула эксперт.

По ее мнению, это объясняется не только колоссальным спросом на путевки в Крым, но и тем, что в этом году туристы чаще, чем обычно бронируют проживание напрямую у объектов размещения. В результате многие отели даже просят туроператора снимать квоты.

Напомним, ранее агенты жаловались на то, что отели отказываются подтверждать брони от агентств в надежде, что продадут номер прямому клиенту и зачастую дают скидку в размере агентской комиссии.

Турагенты в соцсетях обмениваются названиями таких отелей и обещают занести их в «черный список», а также в дальнейшем всячески отговаривать туристов от путешествия по России. «Отели ведут себя удивительно недальновидно. Давать сейчас скидки прямым туристам — самая плохая идея. Ковидная паника пройдет и те, кого они сейчас оторвали от агента, в следующем сезоне будут отдыхать в Турции. А агент-то все помнит, агент не простит», — отметила руководитель Via travel Ирина Бурунова.

Вице-президент Федерации рестораторов и отельеров Вадим Прасов отметил, что далеко не все отели на российском юге активно взаимодействуют с туроператорами. Причина в том, что ни те, ни другие в этом не заинтересованы — у них в приоритете другие каналы продаж.

«Залог любых бизнес-отношений — постоянство. А если туроператор или турагент вспоминают про отель только летом, а отель про организованный туризм — в межсезонье, то какие могут быть претензии? В пожарном варианте сложно выстраивать долгосрочные отношения. Выигрывает тот, кто продолжает работать в формате партнерства, не пытаясь заработать в ущерб репутации. Чаще всего сиюминутная прибыль не стоит долгосрочных отношений с агентствами и туроператорами», — подчеркнул Прасов, добавив, что размер скидки отелей варьируется — она зависит от поставляемых туроператорами объемов.

Как добавила Глава Ассоциации малых отелей Крыма Наталья Стамбульникова, в этом году не все туроператоры так активно работают с Крымом, как раньше. Например, «Библио-Глобус» нацелен на выкуп больших объемов и с небольшими отелями попросту не сотрудничает.

По словам экспертов, в первую очередь, места в Крыму заканчивают в отелях высокого уровня, потому что их на полуострове очень мало, и именно их выбирают

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

туристы, которые раньше отдыхали за границей. Второй по популярности среди туристов — частный сектор и гостиницы бюджетного уровня. Чуть менее востребованы отели среднего ценового сегмента: некоторые из них подняли цены, не поменяв сервис, и это вызвало недовольство туристов.

Гендиректор туроператора «Дельфин» Сергей Ромашкин подтвердил, что из-за повышенного ажиотажа отели формируют списки ожидания из гостей, отметив, что это обычная практика в высокий сезон. Однако с просьбами о снятии квот его компания не сталкивалась. «В большом отеле ежедневно происходят бронирования и снятия броней. И если место освободилось, то его можно продать человеку из списка ожидания. Наши контракты действительно подразумевают уменьшение квот за месяц до заезда. Но так как месяц назад отели были закрыты, то сейчас это сделать невозможно», — отметил Ромашкин.

<https://profi.travel/news/47296/details>

Заполняемость гостиниц на Кубани достигла 54%

Министр курортов туризма и олимпийского наследия Краснодарского края Светлана Балаева в интервью ТАСС отметила, что заполняемость средств размещения в Краснодарском крае составила 54,86%: на Черноморском побережье — 61,3%, на Азовском побережье — 39,2 %.

«Пока сложно сказать, сможем ли мы выйти на 100% загрузку, но предпосылки для этого есть: туристический поток в Краснодарский край ежедневно растет. В июле-августе текущего года планируется средний рост заполняемости коллективных средств размещения до 73% и 82% соответственно», — отметила госпожа Балаева.

Она рассказала, что в настоящее время в Краснодарском крае при соблюдении всех необходимых рекомендаций Роспотребнадзора в условиях пандемии смогли возобновить прием отдыхающих порядка 4 тыс. средств размещения, из которых около 2,5 тыс. — это санатории, пансионаты и гостиницы, остальные — гостевые дома, объекты со сдачей в аренду комнат. По словам министра, наибольшим спросом среди отдыхающих на данный момент пользуются объекты премиум-класса, имеющие 4-5 звездочную категорию.

Курорты России близки к своей пиковой загрузке, сообщили в Ростуризме. Как отметила глава ведомства Зарина Догузова, больше всего отдыхающих сейчас на курортах Краснодарского края, лидируют Сочи и Анапа. На юге России уровень бронирования мест в отелях и санаториях уже сравнялся с прошлогодними показателями. Местами загрузка достигла 90 процентов. В АТОР также подчеркивают, что открытие границ не обрушит спрос на отдых внутри страны.

<https://www.kommersant.ru/doc/4417750>

Гостиницы в Сочи демонстрируют рекордную загрузку

После возобновления работы средства размещения, расположенные в этом курортном городе, демонстрируют загрузку на уровне 90%. Гостиницы премиум-класса пользуются наибольшим спросом у путешественников. Эти объекты загружены на 100%. Такой информацией с представителями СМИ поделились в пресс-службе администрации Сочи. Прогноз на август также благоприятный. Планируется, что средняя загрузка гостиниц достигнет уровня в 95% — 96%.

В пресс-службе уточняют, что средства размещения, расположенные в горном кластере забронированы на 85% от общего номерного фонда. И это не смотря на то, что наибольшей популярностью эти гостиницы пользуются в осенне-зимний период.

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус — Москва и столичный регион

Напомним, что с 28 марта средства размещения Краснодарского края не работали. Эти ограничения были вызваны распространением эпидемии коронавируса. С 1 июня принимать гостей могли только санатории, у которых есть медицинская лицензия. С 21 июня ограничения были сняты. Теперь все средства размещения могут принимать путешественников.

<https://hotelier.pro/news/item/gostinitsy-v-sochi-demonstriruyut-rekordnuyu-zagruzku/>

В гостиницах Бурятии провели коронавирусные учения

- Здравствуйте, у меня поднялась температура. Мне так плохо, давайте побыстрее.

Ситуация, в которой может оказаться любая из гостиниц – одной из приезжих туристок внезапно стало плохо. Задача персонала – отработать так, чтобы не допустить заражения других постояльцев.

Андрей Цырендоржиев, начальник отдела надзора по коммунальной гигиене управления Роспотребнадзора по Республике Бурятия: Это было бы полезным опытом не только для уровней власти в рамках межведомственного взаимодействия, но и для самих отельеров. Для того чтобы они ещё раз погрузились в тематику, не расслаблялись, принимали ещё более правильные, выверенные решения в обеспечения благополучия гостей прибывающих.

Дежурная бригада эвакуировала женщину с подозрением на коронавирус. Специалисты из поликлиники провели обследование возможных контактных лиц. Всех причастных помещают под изоляцию. То, что вызов – это учения, для приехавших медиков оказалось сюрпризом.

Ольга Аканина, консультант министерства здравоохранения Республики Бурятия: Были выявлены какие-то недочёты, которые будут впоследствии скорректированы в действиях и дежурного персонала гостиницы, и всех прибывших на место учений служб.

Подобные учения так же прошли в трёх районах республики на побережье Байкала. В планах Роспотребнадзора – продолжить тренировки. Всего в Бурятии разрешение на работу получили около 200 гостиниц.

<https://arigus.tv/news/item/145028/?r1=ya>

Роспотребнадзор проверил пензенские гостиницы

В Пензе проверили работу объектов гостиничного бизнеса в период угроза распространения коронавирусной инфекции. Межведомственный рейд провели сотрудники регионального Роспотребнадзора, представители городской мэрии и районной администрации, управления по делам ГОЧС.

Эксперты посетили 10 объектов, расположенных по улицам Бекешской и Кирова в Пензе.

Представителям гостиничного бизнеса напомнили, что они должны строго соблюдать рекомендации Роспотребнадзора в своей работе. Так, необходимо измерять температуру бесконтактным способом у постояльцев в ежедневном режиме, организовать возможность бронирования, оформления заселения и выезда через интернет.

По-прежнему актуальны рекомендации по использованию масок и перчаток для сотрудников, установка защитных экранов и разметки на полу. Регулярной дезинфекции подлежат ключи, поручни, дверные ручки и прочие контактные поверхности.

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

Питание гостей должно быть организовано с соблюдением принципов социального дистанцирования.

<https://pravda-news.ru/news/obshchestvo/rospotrebnadzor-proveril-penzenskie-gostinitsy/>

4. Новости зарубежного гостинично-туристского рынка

Открытие границ оказалось небезопасным. Как страны возвращаются к ограничительным мерам.

Многие страны вынуждены вновь вводить локальные или общегосударственные ограничения, поскольку кривая заболеваемости Covid-19 в мире растет. С начала вспышки было подтверждено всего 12,9 млн случаев заражения, 568 тыс. человек погибло. 12 июля, по данным Всемирной организации здравоохранения, за 24 часа было зарегистрировано 230 370 новых случаев коронавируса: в Северной и Южной Америке — 142 992, в Юго-Восточной Азии — 33 173, в Африке — 17 884, в Европе — 18 804 случая.

СЕРБИЯ

ЕС решил исключить Сербию и Черногорию из списка безопасных стран, откуда туристы спокойно могут пересекать границы. Еще 7 июля сербские власти объявили об ужесточении карантинных мер, часть из которых была отменена в июне. Так, вернулся запрет на публичные собрания более 10 человек в помещении и на улице, а в учреждениях заполняемость должны регулироваться — один человек на четыре квадратных метра, заведениям запрещено работать с 21:00 до 06:00, для открытых площадок и садов — с 23:00 до 06:00 утра. Правда, жители страны не согласились с возвращением ограничений и вышли на демонстрации, нарушая запрет на массовые мероприятия.

ЧЕРНОГОРИЯ

Власти Черногории, которые чуть больше месяца назад заявили о победе над коронавирусом, 7 июля объявили, что карантинные меры придется усилить из-за новой вспышки инфекции: детские сады закрылись, а заведениям общепита сократили время работы. Власти порекомендовали работодателям перевести сотрудников на дистанционную работу. Маски обязательны во всех общественных местах. Для всех, кто едет из Сербии, введена обязательная обсервация. Кроме того, в трех муниципалитетах страны — Плевле, Бело Поле, и Беране — введены еще более жесткие меры: запрещены собрания более двух человек, нельзя ходить в гости и на богослужения.

БОЛГАРИЯ

В Болгарии снова закрывают ночные клубы, а запрещают зрителям присутствовать на спортивных мероприятиях, а собрания ограничивают 30 участниками. Ночным клубам и дискотекам на свежем воздухе разрешено работать только с загрузкой не более 50%, при условии обязательного социального дистанцирования.

ИСПАНИЯ

В настоящее время карантинные меры снова ужесточены в городе Ла Марния в Галисии, в западном каталонском регионе провинции Лерида. Кроме того, на этой неделе северо-восточные города Сарагоса и Уэска и прилегающие районы вынуждены вернуться ко второй стадии карантина: ночные клубы будут закрыты, собрания больше 10 человек — запрещены. Власти Каталонии, было, вернули людей на самоизоляцию, но суд приостановил блокировку, обвинив их в превышении полномочий и заявил, что только испанское правительство может издать приказ о нахождении дома. Президент Каталонии Квим Торра, в свою очередь, заявил, что его кабмин примет указ, обеспечивающий законность строгих ограничений. При

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

этом правительство Испании и само не исключает повторной массовой блокировки в случае необходимости.

ГРЕЦИЯ

Греческая Республика открылась для иностранных гостей 15 июня, а уже к 18 июня данные ВОЗ показали рост случаев заражения Covid-19 на 293%. Сейчас в стране больше активных случаев, чем когда-либо раньше. При этом коронавирус был зарегистрирован более чем у 100 туристов. Чиновники здравоохранения очень обеспокоены количеством бессимптомных случаев среди гостей. В результате Греция рассматривает возможность ужесточения своих ограничений. Представитель правительства Стелиос Петсас сказал, что всплеск заболеваемости, конечно, не был неожиданностью, но страна «полна решимости защитить большинство от несерьезного меньшинства». Новые ограничения могут быть объявлены в ближайшее время. Среди них, отмечают эксперты, скорее всего, будут и ограничения на поездки из неблагополучных по коронавирусу стран, и более жесткие правила въезда. Уже сейчас всем, кто въезжает в страну по земле необходимо предоставлять справки, свидетельствующие об отсутствии коронавируса.

ФРАНЦИЯ

Во Франции, в отличие от соседей, к масочному режиму поначалу отнеслись спокойно — прикрывать лицо рекомендовали, но не требовали. Однако сейчас лидер страны Эммануэль Макрон заявил, что с 1 августа масочный режим ужесточается — он станет обязательным во всех закрытых общественных местах. Президент отметил, что индекс передачи вируса превысил единицу, а это значит, что каждый инфицированный заражает по крайней мере еще одного человека.

ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

Ужесточает масочный режим и Великобритания. С 24 июля маски для лица станут обязательными во всех магазинах по всей стране. Кроме того, город Лестер с 30 июня находится на карантине: закрыты все школы и магазины, не торгующие предметами первой необходимости, местным жителям не рекомендуется выходить из дома.

ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА

Мексика бьет рекорды по количеству зарегистрированных случаев заражения COVID-19, оно уже превысило 311 тыс., 36 327 человек умерло. Министерство иностранных дел страны объявило о продлении запрета на туристические пересечения сухопутной границы между Мексикой и США еще на месяц — до 21 августа, также штаты пролонгируют и другие ограничительные меры.

В Бразилии также в некоторых штатах заметно растет кривая заболеваемости, особенно на юге и в центральной части западного региона. Региональные власти там вынуждены ужесточать противоковидные правила. Правда в Рио-де-Жанейро и Сан-Паулу наметился прогресс в борьбе с коронавирусом. Начиная с прошлой недели, бары, рестораны и салоны красоты получили разрешение на работу в некоторых муниципалитетах, также возобновили работу парки, площади и спортивные залы.

ТАИЛАНД

В Азии тоже боятся второй волны и, несмотря на совсем незначительный прирост заболевших, перестраховываются.

14 июля правительство Таиланда ужесточило правила въезда иностранцев после того, как были зафиксированы два завозных случая, что привело к изоляции

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

400 человек. Две школы закрылись в Бангкоке и, по крайней мере, 10 — в провинции Районг, где инфицированный египтянин посетил торговый центр, около 90% бронирований отелей здесь отменены. Все дипломаты и члены их семей, которым ранее было разрешено самостоятельно изолироваться в своих резиденциях, теперь должны находиться на карантине под контролем правительства.

ГОНКОНГ

Диснейленд Гонконга, открывшийся в июне, вновь закрыл свои двери. Городской чиновник здравоохранения сказал, что распространение вируса «немного вышло из-под контроля», поэтому здесь закрываются ночные клубы, караоке и тренажерные залы, собрания более четырех человек запрещены в общественных местах, а рестораны будут работать до 6 вечера, ночью разрешено продавать только еду на вынос. Масочный режим должен соблюдаться под угрозой штрафов.

ФИЛИППИНЫ

На этой неделе на Филиппинах был зафиксирован самый большой ежедневный рост смертности от коронавируса в Юго-Восточной Азии, часть Манилы вернется к изоляции. Представитель президента заявил, что ограничения в других частях столицы вряд ли будут смягчены.

КИТАЙ

В конце июня Китай восстановил строгую изоляцию, чтобы избежать второй волны инфекций. Блокировка затронула более 400 тыс. человек. В Аньсине (расположен к югу от Пекина) только важным работникам разрешалось выходить из дома и только один член семьи мог отправиться за покупками. Вспышку удалось погасить уже в начале июля, с тех пор новых случаев заболевания внутри страны зафиксировано не было.

https://profi.travel/news/47283/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_11115_160720

Мнение туриста: гостиницы в Италии после пандемии

МОСКВА, 16 июл – РИА Новости. Британская туристка рассказала, как изменился отдых в Италии после пандемии, сообщает The Sun.

Саша Салливан решила провести каникулы на острове Капри. Первое, с чем она столкнулась, – малое количество рейсов, длинные очереди в аэропорту из-за необходимости соблюдать социальную дистанцию и регулярная проверка температуры во всех общественных местах.

Гостиница оказалась заполнена лишь на 20 процентов, хотя обычно в это время 95 процентов номеров было занято, рассказал официант ресторана при отеле. Еще он добавил, что многие итальянцы не соблюдают правила – они не отказались от объятий и рукопожатий при встрече, гуляют большими группами, не соблюдают нормы социального дистанцирования и носят маски, стянув их с носа.

В ресторанах мало посетителей, во всех им измеряют температуру и записывают информацию о месте проживания. Если выяснится, что туристы контактировали с зараженными коронавирусом, власти смогут определить круг людей, нуждающихся в карантине.

Встречая покупателей, продавцы магазинов надевали маски, но в перерывах между визитами общались друг с другом без них, говорит Саша Салливан.

Посещение пляжа приходилось бронировать заранее. Это сделано для того, чтобы на побережье одновременно находилось небольшое число отдыхающих.

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

Также, по словам путешественницы, большинство людей на курорте пользуются дезинфицирующими средствами, и делают это очень часто: санитайзеры расположены при входе в магазины, рестораны, бары, отели, аптеки, госучреждения.

<https://ria.ru/20200716/1574416636.html>

За границу — по списку: когда и куда смогут улететь российские туристы

Россия с 16 июля начинает постепенно снимать ограничения на международные перелеты. Это не значит, что в ближайшее время можно будет легко отправиться за границу. Источник, близкий к авиационной отрасли, уточнил, что пока речь идет только о формировании списка стран для взаимного открытия рейсов. О том, когда авиакомпании восстановят полеты за рубеж, а туроператоры предложат путевки, — в материале РИА Новости.

Спрос — небольшой

"Это крохи. В международном топе поисков билетов с вылетами после 15 июля — Турция, Испания, Италия, Узбекистан, США, Греция, Черногория, Таиланд, Кыргызстан и Франция, — объясняет PR-директор метапоисковика авиабилетов Янис Дзенис. — О ценах говорить рановато, потому что бронирований очень-очень мало по понятным причинам".

По словам главы пресс-службы сервиса онлайн-бронирования билетов Григория Лугового, в июне-июле 2020-го на международный сегмент пришлось 4,3 процента продаж. В аналогичный период прошлого года — 33,5 процента. И бронируют, как правило, вылеты на сентябрь. "Авиакомпании заявляют о старте продаж билетов за границу, однако сейчас нет ясности по условиям этих поездок, — уточняет эксперт. — Пока мы ориентируем наши коммуникации на продвижение внутреннего туризма".

Среди зарубежных направлений в российском топе — Бали (Индонезия), Пхукет (Таиланд), Милан (Италия), Тель-Авив (Израиль). Однако это все равно единичные продажи.

"Средний чек на авиабилеты за границу сейчас — 16 398 рублей, в тот же период прошлого года — 22 161 рубль, — отмечает Луговой. — То есть снижение — 27 процентов. Однако нужно понимать, что бронирование авиабилетов за границу сейчас сопряжено с риском отмен или переноса рейсов".

Кроме того, на данный момент границы России закрыты, выезжать можно только для ухода за родственниками, лечения, на работу и учебу. Да и во многие государства россиян пока не пустят.

К туризму отношения не имеет

О том, что планируется постепенное снятие ограничений на международные авиаперелеты, сообщила в минувшую пятницу вице-премьер правительства России Татьяна Голикова. Возобновление рейсов возможно в страны, заболеваемость COVID-19 в которых составляет не более 40 случаев на сто тысяч населения. Рассчитывается этот показатель за 14 дней, инкубационный период. Среднесуточный прирост числа заразившихся и показатель распространения болезни не должны превышать одного процента.

Возобновлять авиасообщение будут на принципах взаимности.

"Критерии определены, и сейчас формируется список стран, которые им соответствуют. Росавиация ведет переговоры с коллегами из других государств, — пояснил РИА Новости источник, близкий к авиационной отрасли. — К туризму это никакого отношения не имеет. Скорее речь идет о гуманитарных коридорах: кто-то

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус — Москва и столичный регион

не может воссоединиться с семьей, вернуться на работу, учебу, отправиться на лечение".

Специалист добавил, что даже когда список опубликуют и полеты разрешат, авиакомпаниям понадобится примерно две-три недели, чтобы загрузить рейсы.

В данный момент билеты в продаже найти можно, даже на ближайшие даты, но поисковики предлагают перелеты с пересадками и по высоким ценам. Например, в Афины — через Кишинев, а обратно — через Рим и столицу Молдавии — от 30 тысяч рублей, в Тбилиси с несколькими стыковками в обе стороны — за 90 тысяч рублей, в США — за 117 тысяч и выше.

Ближе к сентябрю и дальше появляются прямые перелеты по более низким тарифам.

Короткий сезон

Эксперты указывают, что возобновление именно туристического авиасообщения возможно лишь после официального открытия границ, когда заработают посольства, а Роспотребнадзор отменит рекомендации не посещать те или иные страны, иначе компании не смогут сформировать предложения.

"Мы рассчитываем, что процесс продолжится и в список безопасных включат популярные у россиян туристические направления — Турцию, Грецию, Кипр, Испанию, где ситуация с COVID-19 не вызывает опасений и успешно проводятся профилактические мероприятия, — отметил генеральный директор крупного туроператора Тарас Демура. — Вместимость отельной базы на морских курортах страны ограничена, а летний сезон короткий, это еще одна причина, почему необходимо в ближайшее время восстановить турпоток на массовых направлениях".

"Совсем недавно проходили конференции с министерствами по туризму Испании, ОАЭ, на которых партнеры говорили о своей полной готовности к приему россиян", — пояснили в пресс-службе другого крупного туроператора.

Но авиакомпаниям, по словам экспертов, нужно пройти контроль на безопасность в условиях перелета в другие страны из-за COVID-19, от этого и будут зависеть сроки возобновления чартерных программ.

Туроператоры уточняют, что как только ограничения снимут, рейсы можно поставить очень быстро — в течение одной-двух недель.

Правда, наиболее вероятно, что международные туристические перелеты стартуют осенью. Президент Российского союза туриндустрии (РСТ) Андрей Игнатьев предположил, что регулярные рейсы возобновятся в августе, чартерные программы, скорее всего, откроются после летнего сезона.

По словам представителя департамента туризма и коммерческого маркетинга правительства Дубая в России Анны Ястребовой, ведущие российские туроператоры предварительно уже запланировали чартерные программы в Дубай на октябрь.

Во многих традиционно "летних" странах рассчитывают продлить сезон и захватить осень. Но главный вопрос — как будет развиваться ситуация с коронавирусом. Например, в Болгарии и Израиле возвращают некоторые ограничительные меры. А в Греции власти и местные жители обеспокоены поведением туристов, которые при положительном результате теста на COVID-19 не соблюдают карантин.

<https://ria.ru/20200714/1574288579.html?in=t>

Туроператоры передумали везти туристов в Турцию в июле

Напомним, возможность забронировать поездку в Турцию с вылетом 24 и 25 июля появилась на сайтах туроператоров 14 июля. У Coral Travel перевозчиком

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

выступал их стратегический партнер Royal Flight, у «Пегас Туристик» — Turkish Airlines. Уже 15 июля такие туры пропали из систем бронирований компаний.

Как пояснила 16 июля гендиректор «Пегас Туристик» Анна Подгорная, были сняты только рейсы с 24 июля по 1 августа. «Туры стояли в системе всего несколько часов и только на предзаказ. Оплата по ним не требовалась, поэтому никаких возвратов делать не придется», — подчеркнула Подгорная.

В турагентской среде вчерашняя новость о возобновлении авиасообщения с Турцией произвела настоящий фурор — агенты поздравляли друг друга и предвкушали скорое возвращение к «нормальной жизни». Однако нашлись и те, кто не верил в то, что это возможно.

Информация, которая попадала в СМИ, была противоречивой. Обнадеживало недавнее заявление вице-премьера Татьяны Голиковой, которая анонсировала открытие границы уже начиная с 15 июля. Кроме того, информация о том, что России и Турции удалось договориться о возобновлении сообщения появилась и от турецкой стороны. Пресс-секретарь Кремля Дмитрий Песков подтвердил, что эта тема обсуждалась в телефонных переговорах Путина и Эрдогана, по окончании которых лидеры обеих стран дали поручения начать проработку этого вопроса.

При этом Минтранс РФ комментировать эти сведения отказался. Кроме того, заседание оперативного штаба состоялось 15 июля, но списка стран, с которыми Россия готова возобновить авиасообщение, так и не появилось. Татьяна Голикова заявила, что работа над ним продолжается и будет завершена в ближайшее время.

По мнению источника Profi.Travel, шансы на то, что рейсы в Турцию полетят в ближайшей перспективе есть, но скорее всего эти это будут в первую очередь регулярные перелеты. Как минимум потому, что заявки на выполнение чартерных рейсов ежемесячно подтверждает специальная комиссия Росавиации, а в этом месяце ее заседания не было.

По прогнозам экспертов, наиболее вероятная дата возобновления чартеров в Турцию — сентябрь этого года.

https://profi.travel/news/47289/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_11115_160720

Египетские отели останутся полупустыми даже в следующем году

Туристическая отрасль Египта начнет восстанавливаться с началом высокого сезона на курортах Красного моря, то есть в четвертом квартале 2020 года. К такому выводу пришли авторы аналитического отчета консалтинговой компании Colliers International, которая специализируется на рынке коммерческой недвижимости.

По данным документа, больше всего доходов потерял отельный сектор Хургады. В 2020 году доходы отельеров провинции Красное море снизились на 50% к 2019 году. В соседнем Шарм-эль-Шейхе дела обстоят немногим лучше: потери 48% к прошлогодним показателям по доходам, однако стоит отметить, что Южный Синай до начала пандемии оставался закрытым для британских туристов, которые значительно увеличили показатели в Хургаде.

По данным Colliers к середине 2021 года уровень заполняемости в Хургаде возрастет до 48% от номерного фонда, при этом доход с одной комнаты за сутки увеличится на 44%. Средняя загрузка в Шарм-эш-Шейхе к тому же времени может достигнуть 43%, а доходы увеличатся на 44%.

Также аналитики исходят из того, что к этому моменту работу возобновят все объекты размещения, которые прекратили свою работу из-за введенных ограничительных мер.

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

В конце июня возобновили работу 94 отеля в провинциях Шарм-эль-Шейх и Красное Море. Все они получили сертификаты, которые необходимы для того, чтобы начать принимать туристов.

Как отметили собеседники Profi.Travel в египетском турбизнесе, большинство отелей предпочли отложить открытие для начала высокого сезона, который стартует в конце сентября.

Вместе с тем, пока у египетских отельеров нет серьезных ресурсов для снижения цен, которые могли бы привлечь больше туристов, отмечают эксперты. Во-первых, к отелям предъявлены довольно жесткие требования санитарной безопасности. В отличие от турецких отелей, египетским пришлось полностью отказаться от системы питания «шведский стол», пройти обязательную сертификацию, переоборудовать рестораны, а также обеспечить присутствие на своей территории полноценного медицинского пункта. Все это потребовало существенных вложений собственных средств.

Кроме того, загрузка объектов строго ограничена 50 процентами, а значит отельеры теряют часть оборотных средств, что также лишает их возможности серьезно снизить цены.

Однако иностранные туристы уже начали пребывать в провинции Красное море, Южный Синай и Матрух уже после 1 июля.

В частности, первыми на курорты начали прибывать туристы из Беларуси. Программа полетов из Минска на крыльях Belavia стартовала 4 июля в Хургаду и с 5 июля в Шарм-эль-Шейх. Частота для каждого маршрута — 2 р/нед. Как отметили представители туристического рынка в Минске, данные туры пользуются большим спросом у российских граждан.

Однако несмотря на высокую загрузку белорусских рейсов, заказчики программ пока не планируют наращивать перевозку и ставить дополнительные рейсы.

С начала августа Belavia начинает летать на Египетские курорты из Могилева, Гомеля, Витебска, Гродно и Бреста по цепочкам 10 ночей, сообщили в пресс-службе туроператора TEZ Tour.

https://profi.travel/news/47290/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_11140_170720

5. Интересное для отельеров

Станут ли будущие «Ивенты» и «MICE» гибридными?

Студия с ведущими и телешоу для всех. Конференц-залы переделываются, а кейтеринг скучает ...

Павел Баскаков: «Думал, оставить знак вопроса в заголовке или нет. Решил пока оставить. Хотя вряд ли остаются сомнения, что ивенты и MICE ждет кардинальная перезагрузка, ведь в 2020 году сформировалась «новая реальность». Однако ее контуры пока размыты, а устойчивость – неопределенна».

Для «гибридизации» - включения компонента виртуальной аудитории – мероприятий предпосылки сейчас сложились очевидные. Но как они будут материализоваться в жизни, покажет только положение дел с регулирующими нормативами в отношении проведения мероприятий и то, какие решения «коллективного разума» участников рынка возобладают.

Человек – существо социальное. Причем, настолько социальное, что одних зумов, микрософт тимс и прочих виртуалов для полноценного общения ему недостаточно. В бизнесе партнеров желательно увидеть воочию. Поэтому востребованность в событиях face-to-face не уходит. Только не станем же мы обольщаться, что все будет вновь так, как было.

Перед организаторами (будущих) мероприятий – а мероприятия составляют значительную часть бизнеса многих отелей – стоят новые вызовы. Антураж и структура мероприятий претерпит изменения уже в силу соблюдения эпидемиологических правил –

см. «Маски-беджи ...» (<https://hotelier.pro/news/item/maski-bedzhi-ili-kak-kakimi-vernutsya-v-nashu-zhizn-iventy-/>)

Но санитарные «ритуалы» - это еще не все. Изменения претерпит и сам вид мероприятий. Они, скорее всего, станут гибридными. Организаторам мероприятий, и отелям, торгующими конференц-возможностями, надо быть готовым к новым реалиям, переходящим в требования. А реалии таковы, что во время «ковидных» заточений по домам на удаленке многие прониклись мыслью, что некоторые личные встречи и командировки излишни (не взирая на вышесказанное о социальной природе человека) – например, перелет за тысячи километров ради двухчасовой встречи и слова «да» в ряде случаев кажется ненужной тратой времени, ресурсов и денег компании. При всей важности личных встреч компании будут экономить и в этом году, и в следующем на командировках сотрудников и участии в деловых мероприятиях. Важную роль будет играть тренд на «локализм». Даже несмотря на снятие «ковидных» ограничений и существенное оживление перемещений по стране с целью туризма в июне-июле, в корпоративном сегменте курс на «локализм» останется существенным – т. е. речь идет об участии в мероприятиях преимущественно в своем городе, а если и перемещаться на какие-то форумы, то только на значимые – в Москву или С-Петербург.

При этом западные компании в данный момент склонны вообще воздерживаться от участия своих сотрудников в мероприятиях с числом участников свыше 50 человек. И такой *modus operandi* касается не только 2020-го, но и 2021-го года. Поэтому гибридизация мероприятий с вовлечением виртуальной аудитории окажется единственным путем расширения масштаба мероприятия и привлечения большего числа участников (и, соответственно, спонсоров).

Можно ожидать, что мероприятия превратятся в формат телешоу: живые выступающие или исполнители, ограниченная живая аудитория и мощная техническая инфраструктура.

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

Как результат большие конференц-залы не будут ключевым требованием для организаторов. Размеры зала (ов) будут важны постольку, поскольку это будет необходимо для соблюдения требования физического (ака социального) дистанцирования, а в целом – гораздо важнее будет очень высокая скорость качественного и бесперебойного Интернета.

На AV пойдет больше бюджетов, чем на F&V (если F&V вообще будет!).

Люди участвуют в мероприятиях — реальных они или виртуальных — чтобы чему-то научиться или заняться нетворкингом. Это не изменится. Но для реализации этих целей в цифровой среде требуется несколько стратегических сдвигов. События с личным присутствием носят более театральный характер, а виртуальные требуют кинематографического подхода – говорит организатор мероприятий Microsoft Боб Беджан.

Он рекомендует использовать несколько камер и планов, чтобы менять угол зрения и не давать притупляться вниманию аудитории. Таким образом для успеха мероприятия нужен не только грамотный модератор, но и пара операторов с камерами.

Очень важно продумать, как будет строиться общение на с виртуальной аудиторией и заранее спланировать этот процесс. Например, начать обсуждать предстоящее мероприятие в своих сообществах в соцсетях, где уже состоят его потенциальные участники. Это и реклама, и диалог – они «разогреют» аудиторию, простимулируют людей размышлять и задавать вопросы, а спикерам помогут понять настроение аудитории.

Претерпит изменение и соотношение контент-формат. В онлайн-никто не будет слушать часовую презентацию с плохо различимыми слайдами PowerPoint-презентации. В онлайн-требуется динамизм с короткими выступлениями и постоянными оживлением внимания и вовлечения аудитории. Гибридные мероприятия будут проходить «в темпе» или – проваливаться.

Так как онлайн-аудитория мероприятия может существенно преобладать над теми, кто присутствует непосредственно на месте «производства» шоу, ей необходимо уделять не просто должное, а повышенное внимание. При этом необходима осторожность в предоставлении «голоса» участникам в онлайн-у кого-нибудь канал связи (обязательно) окажется плохим, тогда попытка высказаться вызовет мучительную техническую заминку. Лучше сразу оговорить, что онлайн-участники задают вопросы и оставляют комментарии в чате. Причем чат желательно не выводить на общий экран - участники, сидящие «на местах», обычно чувствуют себя гораздо более вольготно, чем в аудитории вживую, и могут не всегда уместными репликами (а то и троллингом) мешать ходу мероприятия. Лучше показывать чат только техническому модератору и продумать, в каком виде (электронном, бумажном) вопросы будут «перебрасываться» ведущему / выступающему.

Но это все технические детали. Между тем, серьезным вызовом для организаторов гибридных мероприятий может стать их монетизация. С одной стороны, казалось бы, назначай цену за онлайн-подключение к мероприятию и вперед. Продавай запись. Но какова будет реакция рынка? Нам предстоит это узнать.

Далее, когда, как и сколько вставлять проплаченной рекламы (видео) в трансляцию мероприятия? Вместо кофе-брейков рекламу мало кто будет смотреть. Значит нужна интеграция (или наложение) рекламы в (на) контент (трансляции) мероприятия. Необходимо тщательно продумать, как будут экспонироваться спонсоры и медиа-партнеры.

Уверен, как только будут сняты запреты / ограничения на проведение мероприятий вживую, мы услышим анонсы о гибридных форумах и мероприятиях, в том числе форумах отельеров. Думаю, гибридный MICE будет освоен и «переварен» рынком достаточно быстро – было бы желание и ... бюджеты. А опыт придет.

<https://hotelier.pro/news/item/stanut-li-budushchie-iventy-i-mice-gibridnymi/>

Используете ли вы силу «экономики впечатлений» для роста доходности?

Почему люди путешествуют? Причин может быть множество, но чаще это - желание получить новые впечатления. Всё больше и больше людей хотят добавить нечто особенное и захватывающее к своим поездкам.

Термин «экономика впечатлений» появлялся в разных сферах деятельности: от экстремальных видов спорта до квестов. Но именно в сфере путешествий и туризма путешественники готовы регулярно тратить деньги на возможность испытать что-то новое.

Основой этому стало географическое расположение некоторых мест: спиритическое пробуждение в Индии, кулинарное исследование Франции или путешествие по миру дикой природы, в центральной Африке – специфический опыт можно испытать только в определённых местах. Конечно, отели, расположенные в этих странах, могут использовать наиболее популярные достопримечательности для создания соответствующего антуража и привлечения клиентов. Что же делать нам?

Предлагайте получить вашим гостям уникальный опыт

Отели могут искать партнеров и создавать интересные совместные проекты, воспользовавшись постоянно растущим количеством любителей новых впечатлений.

Например, работа с местными шеф-поварами, артистами и другими интересными людьми, придаст особую атмосферу. Посетители увидят отель в ином свете, получат дополнительные приятные эмоции.

Отели, которые связывают гостей с местными жителями, дают возможность прикоснуться к местному колориту, получить уникальный личный опыт, ведущий к новым открытиям и впечатлениям – выигрывают битву за любовь своих гостей.

Ведь самые яркие воспоминания о путешествиях часто возвращаются вокруг людей, которых мы встречаем, ярких моментов восторга и приятных сюрпризов.

Желание рассказать об этом миру

Главный фактор роста экономики впечатлений – желание людей делиться своим опытом и эмоциями. Большую роль в этом играют социальные сети.

Социальные сети – не просто инструмент маркетинга. Это бесконечные возможности общения и привлечения гостей.

До сих пор многие отели не уделяют должного внимания и ведут страницы своих социальных сетей по остаточному принципу, не выделяют людей и ресурсы, которые необходимы для создания эффективного и запоминающегося контента. А зря.

Большинство современных туристов говорят, что их планы на путешествия основывались на том, что они увидели в соцсетях. Также 52% пользователей Facebook утверждают, что фотографии друзей вдохновили их на планирование своей собственной поездки.

Поколение миллениалов уже привыкли делиться в соцсетях своей жизнью, эмоциями и впечатлениями. Молодое поколение нацелено на получение ярких впечатлений и необычных услуг в значительно большей степени, чем на простое обладание физическими предметами.

Самыми активными путешественниками сейчас, становится поколение миллениалов. Это поколение, которое непрерывно себя фотографирует, ожидает одобрения по поводу любого своего шага, никогда не откажется от демонстративности и их демонстративность цифровая.

Поколение, которые пользуются социальными сетями, старается не только рассказать о своем опыте, но и рекомендовать его своему окружению.

Что вы знаем о их привычках?

Почти 78% миллениалов выберут потратить больше денег, чтобы получить неординарный опыт, нежели чем купить сувенир или подарок себе из поездки

Почти 80% путешественников хотят узнать что-то новое и интересное, зачастую это является целью их поездки

68% путешественников планируют свою поездку online

25% туристов утверждают, что спокойный отдых – это скучно и не интересно

Этот тренд словно создан для отельеров. Вложения в создание уникального клиентского опыта приносит большие дивиденды, когда travel – блогеры делятся своими фотографиями и опытом жизни в вашем отеле.

Многие отельеры стимулируют своих гостей делиться фотографиями в социальных сетях. Сетевые отели сотрудничают с инфлюенсерами на постоянной основе, потому что люди часто доверяют мнению celebrities в социальных сетях.

Рост интереса к тематическим аккаунтам о путешествиях, побудил отели приглашать travel и lifestyle блогеров к себе, предоставляя им бесплатное проживание. Иногда это выгодно, а иногда нет. Некоторые отели имеют интересную локацию, подходят для такого вида продвижения. Но бывают случаи, когда необходимо создавать и разрабатывать концепцию пребывания блогера, чтобы это могло простимулировать и заинтересовать ваших потенциальных гостей приехать к вам.

Стоит учитывать, что такие партнерства должны заранее оцениваться и планироваться. Работа с «качественными» лидерами мнений – главный ключ к успешной рекламной кампании. Отели должны не только уметь правильно подбирать travel блогеров, но и оценивать, с какой вероятностью целевая аудитория конкретного инфлюенсера будет заинтересована приехать к ним.

Поиск своего стиля

Современные путешественники жаждут чего-то захватывающего и необычного. Растущий спрос на аутентичность уже доказал, насколько туристам важно погрузиться в атмосферу страны или города, в который они приезжают.

Люди, которые пользуются сервисом Airbnb, интересуются не только низкими ценами, но и интересным опытом, который они получают, проживая в отдельной квартире, становясь на время местными жителями.

Как же отели могут создать подобное ощущение, не будучи обвиненными в искусственном воплощении аутентичной атмосферы? Существует много различных способов создать эту связь. Большое количество приятных впечатлений можно получить от активного досуга – приготовления домашних пельменей или выпечке кренделей, плетению корзин из лозы и многого другого. Подобная вовлеченность

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

помогает путешественникам почувствовать местную культуру. Отели, предоставляющие посетителям такой опыт, становятся «послами культуры» своего региона.

Безусловно, эта идея далеко не нова. В отелях давно помогают гостям найти интересные экскурсии и рекомендуют хорошие рестораны. Но сейчас практически все отели имеют возможность сформировать свои собственные уникальные программы. Благодаря этому есть возможность расширить контент своих социальных сетей, и привлекать гостей не только покупкой экскурсий, но и мотивировать их остановиться именно у вас в отеле.

Взаимодействие в социальных сетях до начала путешествия помогает наладить отношения с гостем. После, поддержать контакт с клиентом и получить обратную связь, которая даст глубокое понимание того, как организовать отдых наших гостей еще более необычно и качественно.

Экономика впечатлений - сильный тренд последних лет, который может помочь отелю не только зарекомендовать себя, как уникальное и аутентичное место, но и увеличит уровень дохода владельцам бизнеса.

<https://hotelier.pro/marketing/item/tsennost-ekonomiki-vpechatleniy-dlya-oteley/>