

ООО «СТРОИМ ОТЕЛЬ»



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0402-2016

С 16 по 30 апреля 2016 года

1. К вопросу введения обязательной классификации гостиниц и иных средств размещения в Российской Федерации

Россияне готовы переплачивать за "звезды". Классификация российских отелей ускорилась. Кубань обошла Москву, а Волгоградская область — Мордовию.

Классификацию московских гостиниц планируют завершить до июля

В Краснодарском крае классификацию прошли 2,184 тыс. гостиниц

ФИФА проверит отели Петербурга на "звездность"

Более 100 отелей Петербурга могут не успеть пройти классификацию на «звездность»

Интернет-рекламу гостиниц в Подмоскovie с присвоенной неофициально «звездностью» признали некорректной

Классификация отелей в Нижнем Новгороде к ЧМ-2018 выполнена на 63%

Классификация гостиниц к ЧМ-2018 в Ростове-на-Дону будет завершена в срок - власти

В Крыму насчитали четыре пятизвездочных отеля

2 Туристская и гостиничная недвижимость Москвы и московского региона: аналитика, новости

«Дом-книжка» на Новом Арбате перешла в собственность структуры Capital Group. Будет ли там гостиница?

В Москве снесли гостиницу как самострой

Гостиницу "Спутник" начали сносить в Москве

В Подмоскovie появится эко гостиница

3. Анализ и события российского и московского туристско-гостиничного рынка

Внутренний туризм популярнее поездок за границу

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

Фокус – Москва и столичный регион

Проживание в российских гостиницах подорожало на 9%. Москва вернула статус самого дорогого города России.

Гостиничный рынок Москвы и Санкт-Петербурга в 1-м квартале 2016 года: люксовый сегмент ставит рекорды

AccorHotels: Стратегия бренда на постсоветском пространстве. Инвестиции в период кризиса. О ЧМ-2018, гостиничном демпинге и "красноярской истории

Готовьтесь быть «чайна френдли»: безвизовый турпоток из КНР в Россию увеличился на 47% в I-м квартале 2016-го года.

Зачем Екатеринбургу отели? Как звание «туристической столицы» повлияет на жизнь простых горожан

4. Практика, новинки и события туристско-гостиничного дела за рубежом и в странах СНГ

Китайцы скупают Carlson Rezidor по частям - сначала Carlson, потом Rezidor. Поднебесная продолжает поглощать мировую гостиничную индустрию

"Заезд" в пижаме обеспечит 50% скидку на проживание в Брюсселе

5. Мнения по актуальным вопросам и методологические заметки

Гостиничный сайт

Как выбирать консультанта гостиничного бизнеса?

Про английское право в договорах с международными брендами, риски и гарантии управляющих компаний и инвестиционные перспективы.

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. К вопросу введения обязательной классификации гостиниц и иных средств размещения в Российской Федерации

Россияне готовы переплачивать за "звезды". Классификация российских отелей ускорилась. Кубань обошла Москву, а Волгоградская область — Мордовию.

91% путешественников из России заявили, что при выборе отеля ориентируются на его "звездность". Об этом говорится в исследовании туристического метапоиска tomondo, результаты которого получены порталом Рамблер/Путешествия. Тем не менее, в первую очередь россияне все-таки ориентируются на стоимость номера.

Расставляя приоритеты перед бронированием отеля, более половины наших соотечественников (64%) на первое место поставили цены. Важнее этот пункт только для финнов (74%) и португальцев (66%).

Почти половина (48%) респондентов из России обычно отдают за ночь в номере от 1551 до 3900 рублей. Каждый пятый (20%) предпочитают наименьшую цену — до 1550 рублей, и только 1% готов заплатить за ночевку от 20 801 до 31 200 руб.

Примечательно, что на 91% россиян при выборе отеля все-таки влияют звезды. Причем для 29% респондентов их количество играет весьма большую роль, и лишь 7% наших соотечественников обычно не обращают на это никакого внимания.

За рубежом больше всего подвержены воздействию звезд в Италии, Испании и Германии — по 98% участников исследования.

Между тем, пока большая часть российских отелей официальные "звезды" так и не получили. Согласно последним данным Федерального перечня туристских объектов, в лидеры классификации средств размещения в преддверие ЧМ-2018 вышел Краснодарский край, завершивший этот процесса на 74,11%. Москва на втором месте — 62,02%.

Как сообщил в 26 апреля в ходе заседания президиума правительства столицы руководитель департамента национальной политики, межрегиональных связей и туризма Москвы Владимир Черников,

Классификацию в столице прошли 336 гостиниц, что охватывает около 70% номерного фонда столицы. В списке квалифицированных московских гостиниц 24 получили категорию 5 звезд, 62 - 4 звезды, 103 — 3 звезды, 55 — 2 звезды и 13 — 1 звезду. Остались без звезд 73 гостиницы, 9 присвоен статус мини-отелей.

Резко вырвалась вперед по уровню классификации средств размещения и Волгоградская область, заняв третье место с показателем 52,79%. Мордовия переместилась на 4 место, с прежней долей классифицированных объектов — 43,59%. Калининградская область осталась на пятом месте с результатом 32,83%.

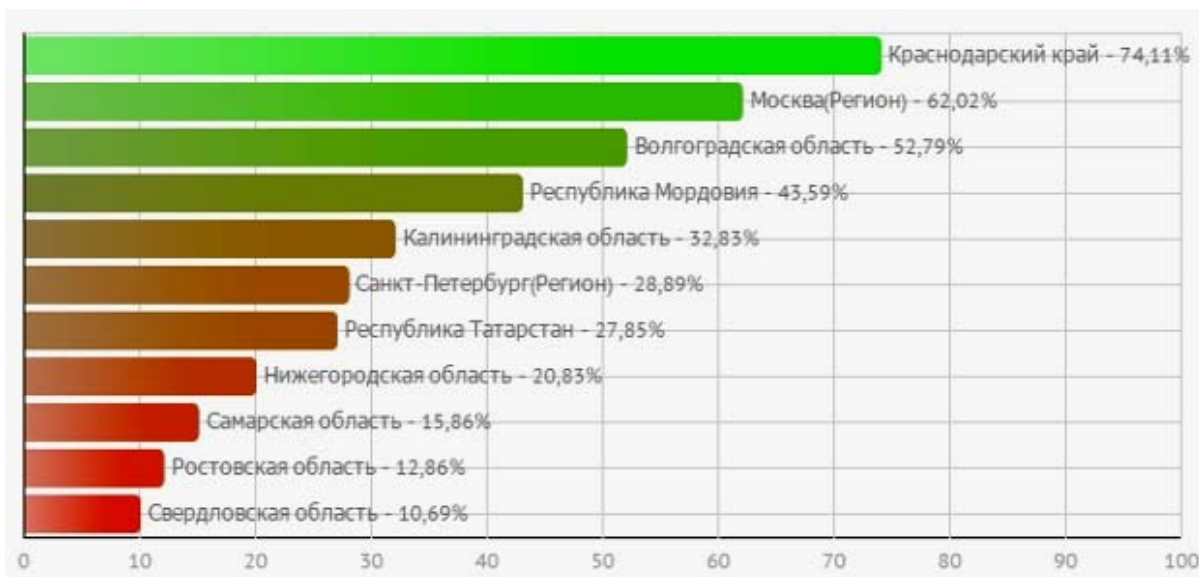
На шестое место вырвался Санкт-Петербург, где "звезды" получили 28,89% отелей. Результат Татарстана (27,85%) не изменился, а республика переместилась на 7-ое место.

Самые низкие показатели классифицированности средств размещения по-прежнему у Нижегородской, Самарской, Ростовской и Свердловской областей.

Отчет о подготовке инфраструктуры коллективных средств размещения к Чемпионату миру по футболу-2018 (данные на 27 апреля)

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

Фокус – Москва и столичный регион



Напоминаем, что средства размещения в регионах ЧМ-2018, не прошедшие классификацию до 1 июля 2016 года, потеряют право на оказание услуг в сфере гостеприимства. Таковы требования Федерального закона от 7 июня 2013 г. N 108-ФЗ "О подготовке и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, Кубка конфедераций FIFA 2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации".

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=1352:stars&Itemid=278

Классификацию московских гостиниц планируют завершить до июля

Классификацию столичных гостиниц планируют завершить до 1 июля этого года. Об этом на заседании президиума правительства Москвы сообщил глава департамента национальной политики, межрегиональных связей и туризма Владимир Черников. По его словам, на сегодняшний день эту процедуру прошли 336 гостиниц города. "Это более 70 процентов от номерного фонда столицы", – сказал Черников

По мнению главы департамента, классификация позволит навести порядок, в том числе и с хостелами, которых в Москве более 600. "К сожалению, часть из них работает нелегально или с нарушением закона", – добавил он.

Среди классифицированных московских гостиниц 24-м присвоена категория "пять звезд", 62 – "четыре звезды", 103 – "три звезды", 55 – "две звезды", и 12 – "одна звезда". Беззвездными остаются 73 гостиницы. Кроме того, пяти гостиницам присвоен статус мини-отелей.

<http://www.m24.ru/articles/103740>

В Краснодарском крае классификацию прошли 2,184 тыс. гостиниц

На Кубани классификация средств размещения к ЧМ-2018 идет с опережением графика, сообщила пресс-служба администрации Краснодарского края со ссылкой на данные министра курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края Евгения Кудели. «Звезды» получили уже 2,184

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

Фокус – Москва и столичный регион

тыс. объектов туристской индустрии — почти 80% от общего количества. Показатель, установленный на май 2016 года, перевыполнен в регионе почти на 10 %. Об этом господин Куделя сообщил в ходе всероссийского методического семинара по классификации средств размещения в городах проведения Чемпионата мира по футболу 2018.

<http://www.kommersant.ru/doc/2975753>

ФИФА проверит отели Петербурга на "звездность"

В ближайшие месяцы эксперты ФИФА начнут проверять гостиницы и отели Петербурга на соответствие звездности. Проверки начнутся во всех городах, в которых будут проходить мероприятия чемпионата мира по футболу.

Представителей ФИФА будут интересовать не только готовность спортивных объектов, но и предприятия, которые обеспечивают инфраструктуру. А представители бизнеса предполагают, что такие проверки могут носить, в том числе, и анонимный характер.

По официальным данным, в Петербурге 233 отеля прошли классификацию. Однако данные о числе мест размещения в Петербурге разнятся на порядок.

По информации налоговой инспекции Петербурга, налоги в казну города платят 533 предприятий, которые работают в сфере гостиничного бизнеса. "Но все понимают, что средств размещения в нашем городе гораздо больше. Это становится ясно, если открыть любой сайт бронирования. При этом один и тот же объект на разных ресурсах может иметь разное число звезд. Это, как минимум, обман потребителей", - заключила начальник отдела развития отрасли ГБУ "Конгрессно-выставочное бюро Петербурга" Елена Речиц.

Так, по информации единой службы бронирования, которая действует в Петербурге, в городе почти 8 тысяч мест для размещения. На одном из самых крупных сайтов по онлайн-бронированию мест в гостиницах более 3 тыс. В базе Конгрессно- выставочного бюро Петербурга насчитывается более 1,1 тыс. гостиниц и отелей.

Классификацию к чемпионату мира по футболу-2018 в Петербурге отели и гостиницы должны пройти до 1 июля 2016 г. Все отельеры обязаны классифицировать объекты. Те, кто в срок не уложится, не смогут работать в правовом поле.

www.spbdnevnik.ru/news/2016-04-22/fifa-proverit-oteli-peterburga-na-zvezdnost/

Более 100 отелей Петербурга могут не успеть пройти классификацию на «звездность»

Об этом сообщила заместитель председателя Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга Нана Гвичия.

В Петербурге из 533 объектов размещения туристов прошли классификацию на «звездность» не более 240. До начала июля 2016 года это число может возрасти до 400. «Есть большие сомнения в том, что остальные успеют ее пройти», - отметила Нана Гвичия.

Она также напомнила, что процедура классификации обязательна для всех средств размещения в городах, где пройдет Чемпионат мира по футболу. Она вновь заявила, что не прошедшие классификацию гостиницы и отели «не будут иметь права работать по закону». По ее словам, в Смольном хотят создать

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

Фокус – Москва и столичный регион

специальную систему, чтобы на сайты бронирования проходили только те отели, которые прошли классификацию.

www.bsn.ru/news/market/spb/41518_bole_100_oteley_peterburga_mogut_n_e_uspet_proyti_klassifikaciyu_na_zvezdnost/

Интернет-рекламу гостиниц в Подмосковье с присвоенной неофициально «звездностью» признали некорректной

21.04.2016

Экспертный совет по применению законодательства РФ о рекламе при Московском областном управлении Федеральной антимонопольной службы (ФАС) РФ признал некорректной рекламу в интернете подмосковных гостиниц с указанием «звездности», не присвоенной официально, передает корреспондент Агентства городских новостей «Москва» с заседания совета.

«Существуют специальные сайты, которые в соответствии с оценками посетителей, оценивают гостиницы. Другое дело, когда такая оценка, скажем от одного до пяти, присутствует в интернет-рекламе и там указывается категория гостиницы, которая не соответствует действительности. При этом в Московской области есть гостиницы, которым официально присвоена «звездность», - сказал заместитель руководителя подмосковного УФАС Дмитрий Стрельников.

Он добавил, что по мнению службы, такие гостиницы «ненадлежащим образом исполняют закон».

В ходе голосования совет единогласно высказался за то, что данная реклама вводит потребителей в заблуждение и не соответствует требованиям законодательства.

В январе 2016 г. подмосковное УФАС возбудило 10 дел о нарушении антимонопольного законодательства и законодательства РФ о рекламе в отношении гостиниц области из-за использования ими для продвижения своих услуг классификации «звездности», не соответствующей действительности. Служба установила факты размещения рекламы в интернете и на официальных сайтах гостиниц информации об их соответствии категориям три или четыре звезды. Это такие объекты размещения, как загородный клуб-отель Les Art Resort, пансионат «Акварели», отель Arti Land, гостиница «Пахра», отель «Тропикана Holiday», отель «Фореста Фестиваль Парк», отель «Истра Holiday».

<http://www.mskagency.ru/materials/2546644>

Классификация отелей в Нижнем Новгороде к ЧМ-2018 выполнена на 63%

КАЗАНЬ, 21 апреля— РИВ Новости, Александр Рогулев. Классификация гостиниц к чемпионату мира по футболу 2018 года в Нижнем Новгороде выполнена на 63%, сообщили в пресс-службе регионального правительства.

Ранее в российских СМИ появилась информация, что министерство культуры РФ предупредило губернаторов четырех регионов, в том числе Нижегородской области, о том, что гостиницы в данных городах до сих пор не соответствуют требованиям ФИФА. В частности, большая часть отелей не получила необходимую категорию.

"По данным министерства промышленности, торговли и предпринимательства Нижегородской области операторами при поддержке правительства региона проводится активная работа по классификации отелей, которая по состоянию на 20 апреля 2016 года выполнена на 63%. К 1 июля 2016

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

Фокус – Москва и столичный регион

года планируется завершить работу в этом направлении. Всего в регионе 360 средств коллективного размещения, подлежит классификации около 250", — ответили в пресс-службе правительства Нижегородской области на запрос агентства "Р-Спорт".

"В этом году к чемпионату мира в Нижнем Новгороде открыт сетевой отель категории "4 звезды", 25 мая открывается еще один трехзвездочный отель, а в июне будет запущена первая гостиница категории "5 звезд" — отель "Кулибин" на 64 номера. Всего к чемпионату мира планируется ввести около 1,5 тысячи номеров, объем инвестиций в гостиничную индустрию региона составит более 8 миллиардов рублей", — говорится в сообщении пресс-службы.

Чемпионат мира-2018 пройдет с 14 июня по 15 июля на 12 стадионах в 11 городах России: Москве, Санкт-Петербурге, Калининграде, Казани, Волгограде, Нижнем Новгороде, Самаре, Саранске, Екатеринбурге, Ростове-на-Дону и Сочи.

http://riarealty.ru/news_cre/20160421/407318890.html

Классификация гостиниц к ЧМ-2018 в Ростове-на-Дону будет завершена в срок - власти

© РИА Новости.

Работы по классификации гостиниц в Ростове-на-Дону в рамках подготовки к чемпионату мира по футболу 2018 года будут завершены в срок, говорится в письме департамента инвестиций и предпринимательства Ростовской области, которое отправлено в ответ на запрос агентства "Р-Спорт".

Ранее в СМИ появилась информация, что города, где пройдут матчи чемпионата мира, испытывают проблемы с классификацией гостиниц, которая должна быть проведена до 1 июля 2016 года. Отмечалось, что самая плачевная ситуация в Ростове-на-Дону.

"Вопрос исполнения плановых показателей по классификации гостиниц и иных средств размещения находится на постоянном контроле губернатора Ростовской области. Мониторинг коллективных средств размещения осуществляется еженедельно. Работы по классификации коллективных средств размещения будут завершены в соответствии федеральным законодательством - до 1 июля 2016 года", - говорится в сообщении.

Отмечается, что по состоянию на 15 апреля в Ростовской области подлежит классификации 381 коллективное средство размещения. Из них 67 подтвердили свою категорию в системе классификации, что составляет 18%.

"Нехватки экспертов в настоящее время не испытывается. Департаментом аккредитовано 6 действующих на сегодняшний день организаций, имеющих право осуществлять классификацию. Кроме того отельеры вправе привлечь на свой объект организации, аккредитованные в других регионах... Так как классификация гостиницы — услуга платная, основной причиной невысоких показателей классификации по области является планирование отельерами своих затрат на эти цели во 2-м квартале 2016 года, то есть максимально приближенно к критическому сроку", - добавили в департаменте.

Чемпионат мира в 2018 году пройдет с 14 июня по 15 июля на 12 аренах в 11 городах России: Москве, Санкт-Петербурге, Калининграде, Казани, Волгограде, Нижнем Новгороде, Самаре, Саранске, Екатеринбурге, Ростове-на-Дону и Сочи.

<http://rsport.ru/football/20160419/914753822.html>

В Крыму насчитали четыре пятизвездочных отеля

27 крымских отелей прошли классификацию. Об этом «МК в Крыму» сообщили в пресс-службе Министерства курортов и туризма РК.

Министр курортов и туризма Крыма Сергей Стрельбицкий, сообщил, что 27 отелей полуострова прошли классификацию. Четырём из них присвоена категория «пять звезд». Сергей Стрельбицкий отметил, что в Крыму существует большая нехватка отелей высокого уровня.

- У нас очень мало отелей, которые можно отнести к уровню «три», «четыре» и тем более «пять звезд». Цена в Крыму на сегмент «пять звезд» сравнима с Краснодарским краем и где-то даже выше, потому что спрос есть. Если взять по количеству средств размещения, то в министерстве есть информация о 60 отелях, которые не то, что сравнимы с зарубежными, но по некоторым показателям превышают их, – отметил Сергей Стрельбицкий.

Категория «пять звезд» присвоена резиденции «Крымский бриз» (пгт Парковое), отелю «Ореанда» (Ялта), СКК «Мрия» (пгт Оползневое) и гостиничному комплексу «Вилла Елена» (Ялта). Свои заветные «четыре звезды» получили отели «Алые паруса» (Феодосия), «Александрия» (пгт Кацивели), «Пальмира-палас» (пгт Курпаты), «Приморский парк» (Ялта), «Спа-отель «Ливадийский» (пгт Ливадия), «Лео Палас» (пгт Черноморское), гостиничным комплексам «Виллы Ирей» (п. Семидворье), «Джеваль» (Евпатория) и «Отель «Кристи» (с. Штормовое) и пансионат «Озеро сновидений» (Евпатория). «Три звезды» присвоены отелям «Левант», «Бристоль», «Ялта круглый год» (Ялта), «Лиана» (Евпатория), вилле «Онейро» (Алупка), гостиничным комплексам «Империя» (Евпатория), «Дом семейного отдыха «Федор Шаляпин» (Евпатория), «Отель «Наталия» (с. Штормовое) и «Ирей» (пос. Семидворье), а также туристической гостинице «Палас» (Ялта). «Две звезды» достались курортным гостиницам «Чайка» и «Орхидея» (пгт Николаевка), а в категорию «без звезд» попал санаторий «Северное сияние» (Саки).

<http://crimea.mk.ru/articles/2016/04/22/v-krymu-naschitali-chetyre-pyatizvezdochnykh-otelya.html>

<https://travel.rambler.ru/news/6665/>

2. Туристская и гостиничная недвижимость Москвы и московского региона: аналитика, новости

«Дом-книжка» на Новом Арбате перешла в собственность структуры Capital Group. Будет ли там гостиница?

Договор купли продажи «дома-книжки» на Новом Арбате заключили с компанией «Апарт Груп». Об этом «Стройгазете» сообщили в пресс-службе департамента Москвы по конкурентной политике. «У «дома-книжки» №15 на Новом Арбате появился новый собственник. Договор заключен с компанией «Апарт Груп», которой было предложено как единственному участнику сделки заключить договор по стартовой цене. С предложением инвестор согласился. Стоимость сделки составила 2,4 млрд рублей», – сказали в ведомстве.

По информации департамента, общая площадь 26-этажного дома составляет 28,9 тыс. кв. метров. Инвестор планирует использовать актив для создания гостиницы.

Как ранее сообщала «СГ» со ссылкой на газету «Коммерсант», 90% «Апарт Груп» принадлежат Павлу Те.

По данным пресс-службы, экспертное сообщество расценило сделку как позитивный сигнал для столичного рынка инвестиций. «Город, отдавая подобные объекты в управление профессиональным игрокам, показывает свою готовность к взаимодействию с бизнесом», – прокомментировал заместитель генерального директора компании Praedium Александр Ошурко.

[http://www.stroygaz.ru/news/item/dom-knizhka-na-novom-arbate-pereshla-v-sobstvennost-struktury-capital-group/](http://www.stroygaz.ru/news/item/dom-knizhka-na-novom-arbate-pereshla-v-sobstvennost-struktury-capital-group-/)

В Москве снесли гостиницу как самострой

По решению суда тяжелая техника сровняла с землей строившийся отель на территории Битцевского леса в Москве.

Гостиницу начали строить на особо охраняемой природной территории, сообщила в среду прокуратура столицы. Строительство велось на участке, который взяла в аренду коммерческая организация. Земля предназначалась для возведения спортивного комплекса. Вместо этого, как установил надзорный орган, арендаторы решили здесь отель с бассейном и фитнес-центром. Разрешительных документов на эти работы у коммерсантов не было, указала прокуратура.

О том, что участок используется не по назначению, стало известно весной прошлого года, когда в Сети стали размещаться объявления о продаже апартаментов. Прокуратура столицы направила в Чертановский районный суд иск о признании построек незаконными. Первая инстанция в полном объеме удовлетворила иск, но ответчик решил обжаловать решение. Окончательно признал отель "самостроем" Московский городской суд. Он подтвердил законность судебного акта, и решение вступило в законную силу. На основании этого документа отель принудительно снесли.

<http://rg.ru/2016/04/20/reg-cfo/v-moskve-snesli-gostinicu-kak-samostroj.html>

Гостиницу "Спутник" начали сносить в Москве

Жители Гагаринского района протестуют против строительства ТРЦ на месте отеля.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Снос гостиницы "Спутник" начался на Ленинском проспекте на юго-западе столицы, сообщила радиостанция "Говорит Москва". К зданию приехала строительная техника и приступила к демонтажу ресторана у отеля. По информации радиостанции, жители Гагаринского района активно протестуют против строительства торгово-развлекательного центра на месте сносимой гостиницы.

Рассчитанная на 349 номеров гостиница "Спутник" была построена в 1967 году неподалеку от станций метро "Ленинский проспект" и "Воробьевы горы". По соседству с отелем находится МГУ имени Ломоносова.

Ранее сообщалось о других работах по сносу здания в Москве, которые вызвали общественный резонанс. На Покровском бульваре 24 апреля начался снос Таганской автоматической телефонной станции (АТС)

<http://360tv.ru/news/gostinica-sputnik-nachali-snosit-v-moskve-55186/>

В Подмоскowie появится эко гостиница

Строительным проектом Nest Hotel предусмотрено, что на границе Владимирской и Московской областей возведут эко отель. В составе эко отеля 45 гостевых домов, 30 из них разместятся на деревьях, остальные — на воде. Соответствующее сообщение опубликовал девелопер данного строительного проекта В. Ширяев на своей странице в социальной сети Facebook. Эко гостиницу планируют построить в излучине реки Киржач, что находится в 70 километрах от Москвы.

Ширяев уверяет, что строительство эко отеля не навредит окружающей среде, благодаря полному отсутствию асфальтированного дорожного покрытия, капитальных сооружений и инженерных подземных коммуникаций. В соответствии с утвержденным проектом монтаж гостевых домов на деревьях будет осуществляться с помощью специальных обручей, с ежегодным увеличением их диаметра, чтобы компенсировать регулярный рост зеленых насаждений. Расположение бытовых удобств предусмотрено отдельно от гостевых домов. На территории гостиничного комплекса возведут бани и душевые. В комплексе будет собственная лодочная станция, детская площадка, клуб, пункт проката велосипедов, рыболовных снастей и байдарок. Также здесь возведут спортивную площадку и веревочный городок. Пляж реки Киржач станет общедоступным.

Функционирование эко отеля в тестовом режиме ожидается уже этим летом. Полноценно начнет работать гостиничный комплекс в преддверии новогодних праздников. В теплое время года на территории гостиничного комплекса планируется проведение разнообразных концертов, а зимой — гоночных состязаний на снегоходах и лыжных турниров.

По проекту общая площадь гостевых домов на деревьях составит от 12 до 24 кв. м. У жилья на воде более внушительные габариты — 30 кв. м. Также, на территории комплекса предусмотрен установка юрт, купольных домов, чумов и соломенных коттеджей, а в специальной кемпинговой зоне туристические палатки для размещения приезжих. Задумано, что сразу после запуска проекта в Подмоскowie он станет сетевым, с появлением филиалов гостиничного комплекса в таких городах, как Санкт-Петербург, Сочи и в Крыму.

<http://prohotel.ru/news-219260/o/>

3 Анализ и события московского и региональных рынков туристско-гостиничных услуг

Внутренний туризм популярнее поездок за границу

В преддверии майских праздников в сегменте посуточной аренды традиционно наблюдается увеличение спроса на квартиры и загородные дома: многие россияне планируют поездки в другие города и на природу. Эксперты Avito выяснили, куда собираются отправиться пользователи сайта, и какие варианты съемной недвижимости будут востребованы в период длинных выходных в этом году.

В опросе приняли участие около 1 500 пользователей Avito. Более половины респондентов собираются провести праздники вне дома. Самым популярным среди опрошенных признан дачный отдых, однако востребованы также путешествия по России и поездки за рубеж.

Интерес к внутреннему туризму превышает аналогичный показатель в сегменте международных направлений более чем в 2 раза – 9% против 4%. Высокий спрос на поездки по России в период майских праздников можно объяснить в том числе внешними причинами – ограничениями на полеты в Турцию и Египет, а также колебаниями курса валюты, которые делают зарубежный туризм дорогим. Это вынуждает россиян искать альтернативные направления для отдыха, в первую очередь, внутри страны.

В число самых популярных внутренних маршрутов вошли Москва и Крым (по 11%) и Санкт-Петербург (7%); затем идут города Золотого кольца, Казань, курорты Краснодарского края и Калининград. Стоит отметить, что в этом году арендные ставки в столицах могут вырасти: во время майских праздников в Москве и Санкт-Петербурге пройдут отборочные матчи Чемпионата мира по хоккею, что может спровоцировать рост спроса и, соответственно, стоимости аренды.

Большинство респондентов, планирующих провести длинные выходные в городах России, остановятся у родственников и друзей. Посуточная аренда и отдых в отеле практически одинаково популярны – так ответили около 20% респондентов. При этом среди тех, кто предпочитает арендовать жилье, а не жить в гостинице, преобладают компании от 3х и более человек – почти 70% от общего числа опрошенных. Около трети респондентов собирается жить в съемной квартире в одиночку или вдвоем. Почти половина опрошенных планирует остановиться в съемной квартире с детьми.

Как показали результаты опроса, наиболее востребованы квартиры, расположенные вблизи туристических объектов и популярных городских достопримечательностей. Не меньшее значение для туристов имеет стоимость аренды. К состоянию жилья и наличию удобств, таких как Wi-Fi и бытовая техника, предъявляются менее строгие требования.

Что касается стоимости аренды: неудивительно, что большинство респондентов предпочитает бюджетные варианты. В качестве наиболее оптимальных респондентами отмечены ценовые диапазоны в пределах 1 000-3 000 и 3 000-5 000 рублей в сутки. Более 5 000 рублей в сутки готовы отдать за размещение всего 3% участников опроса.

<http://prohotel.ru/news-219269/o/>

Проживание в российских гостиницах подорожало на 9%. Москва вернула статус самого дорогого города России.

По данным онлайн-сервиса Trivago, средняя стоимость проживания в российских гостиницах в стандартном двухместном номере составила в апреле 3719 рублей, что на 9% больше мартовского показателя.

Размещение в гостиницах Москвы обойдется туристам в этом месяце в среднем в 4611 рублей, или на 7% дороже, чем в марте.

В Санкт-Петербурге в апреле проходит множество фестивалей и выставок, поэтому стоимость размещения в гостиницах выросла на 20% по сравнению с прошлым месяцем. Ночь в стандартном двухместном номере северной столицы обойдется в 3 272 рубля, отмечается в исследовании.

Цены выросли в Тюмени и Перми — на 16% (до 3347 рублей) и 13% (до 2901 рубля) соответственно. В Новосибирске, Пензе и Саратове стоимость размещения в отелях выросла на 11%. Средняя стоимость за номер в Новосибирске составляет 2 603 рубля, а в Саратове и Пензе — 2 677 рублей.

Лишь в немногих городах России отмечено снижение цен на 5%. Это Владимир (2 454 руб.), Тверь (2 380 руб.), Псков (2 380 руб.), Великий Новгород (2 380 руб.).

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=1308:trivago&Itemid=278

Гостиничный рынок Москвы и Санкт-Петербурга в 1-м квартале 2016 года: люксовый сегмент ставит рекорды

Москва, 21 апреля 2016 года – Компания JLL представляет анализ результатов 1-го квартала 2016 года на рынке качественных гостиниц* Москвы и Санкт-Петербурга.

По словам Татьяны Веллер, руководителя департамента гостиничного бизнеса компании JLL, на фоне ограниченной доступности зарубежных туристических направлений и продолжающегося роста внутреннего туризма на гостиничном рынке наблюдается позитивная динамика. Так, в 1-м квартале 2016 года был зафиксирован устойчивый рост операционных показателей большинства сегментов рынка двух столиц России.

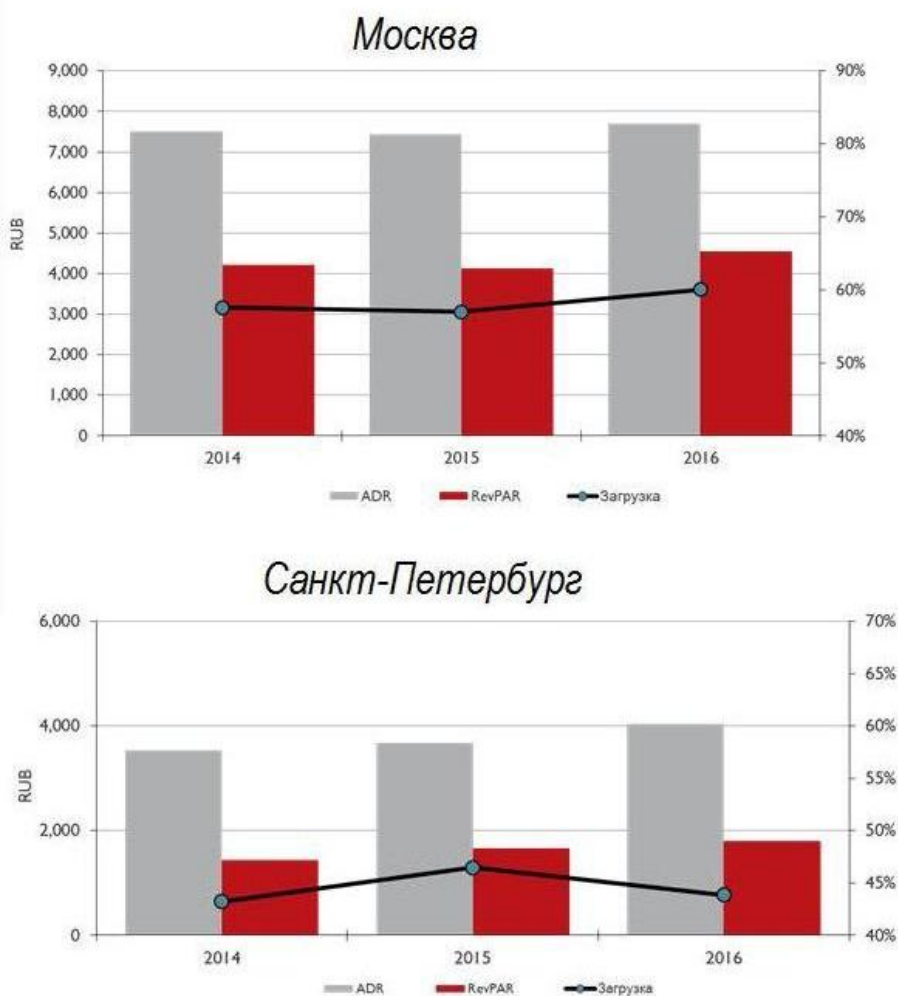
В Москве загрузка качественных отелей за январь-март выросла на 3 п.п. по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, превысив 60%, средний тариф (ADR) – на 3,6%, до 7,7 тыс. руб., что в результате привело к увеличению доходности на номер (RevPAR) на 10%. В Санкт-Петербурге загрузка в среднем по рынку немного снизилась по сравнению с предыдущим годом (на 2,6 п.п.) и составила 44%, однако данный результат все равно превышает показатель 1-го квартала 2014 года. За счет значительного увеличения среднего тарифа (на 9%, до 4 тыс. руб.) показатель доходности на номер отелей Северной столицы тоже вырос (на 8%), достигнув около 1,8 тыс. руб.

«Лидером по темпам роста показателей на гостиничных рынках Москвы и Петербурга стал люксовый сегмент, который за счет повышения тарифов и наращивания загрузки продолжает отыгрывать потери, понесенные в результате ослабления рубля, - комментирует Татьяна Веллер. – Московские люксовые отели в 1-м квартале 2016 года зарегистрировали рекордные показатели загрузки и среднего тарифа за последние десять лет – 59,1% и почти 16,8 тыс. руб. В Санкт-Петербурге спрос на люксовые отели в 1-м квартале также достиг наивысшего уровня за десятилетие: загрузка составила 41,8%, средний тариф – 10,7 тыс. руб.,

что почти на 1 тыс. руб. превысило предыдущий рекорд, установленный в 1-м квартале 2015 года».

Наиболее доступные гостиницы – средний сегмент и верхний предел среднего сегмента – в 1-м квартале этого года в Москве продемонстрировали консервативный рост в количестве проданных номеров (прирост на 1,5-2 п.п. по загрузке) и небольшое падение в средней цене на номер. В Санкт-Петербурге ситуация обратная: в качественных отелях этих категорий загрузка упала на 3-4 п.п., в то время как средний тариф незначительно вырос. В итоге показатель доходности на номер в этой ценовой категории в Москве остался примерно на уровне прошлого года, а в Санкт-Петербурге незначительно упал.

Операционные показатели гостиничных рынков Москвы и Санкт-Петербурга за 1-й квартал



Источник: STR Global, JLL

«Результатом летнего периода – с мая по сентябрь – для всех гостиничных сегментов на туристических рынках обычно является серьезный рост как загрузки, так и тарифов. В прошлом году, например, отели нижних ценовых сегментов Санкт-Петербурга показывали в эти месяцы очень высокую загрузку –

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

Фокус – Москва и столичный регион

от 80 до 85% - при сильных ценовых позициях. Такие показатели стали результатом серьезного роста объема внутреннего спроса и группового туризма из стран Азии, ориентирующегося, в основном, на недорогие отели, - комментирует Татьяна Веллер. – Остается надеяться, что данная динамика в этом году сохранится, и отельеры смогут воспользоваться ситуацией и продолжить наращивать тарифы и, соответственно, доходность».

Отдельно стоит отметить еще один гостиничный рынок, который в текущих экономических и политических условиях набирает все большую популярность, - загородные отели Московской области. В сравнении с прошлым годом качественные загородные объекты Подмоскovie в 1-м квартале смогли значительно, на 16 п.п., нарастить загрузку – до 48%, а в январе, за счет новогодних праздников, показатель даже превысил 50%. При этом средний тариф по сравнению с предыдущим годом практически не изменился и остался на уровне примерно 4,5 тыс. руб. В условиях ориентации туристов на внутренние направления можно ожидать роста ADR в традиционно для этого сегмента «высокий» летний сезон.

«В экономически сложные периоды обычно сокращается глубина бронирования гостиниц, как правило, прежде всего со стороны MICE сегмента – корпоративных и деловых мероприятий. В данный момент мы также наблюдаем возрастающую спонтанность в планировании поездок индивидуальными туристами, менее чувствительными к стоимости проживания, - говорит Татьяна Веллер. – В результате сегодня отельеры испытывают определенные сложности в прогнозировании операционной деятельности даже на ближайшие месяцы, поэтому предсказывать дальнейшую динамику по году в настоящий момент сложно. В то же время, в целом тенденции на рынке наметились положительные, и ближайшие месяцы покажут, сможет ли гостиничный рынок Москвы и Санкт-Петербурга завершить 2016 год в “плюсе”».

* Анализ на основе данных STR Global.

<http://www.jll.ru/russia/ru>

AccorHotels: Стратегия бренда на постсоветском пространстве. Инвестиции в период кризиса. О ЧМ-2018, гостиничном демпинге и "красноярской истории

Алексис Деларофф / AccorHotels: 35 отелей для такой территории, как СНГ, если по-настоящему задуматься, это очень мало. Мы хотим иметь как минимум 50 отелей, но это тоже не предел, если учесть, что только в одном Париже у нас работает 145 отелей. А Москва крупнее Парижа, так что получается, что для нее 10 или 15 отелей – это совсем мало.

Несмотря на относительно небольшой вес сетевых отелей в гостиничной индустрии России, именно они задают тон всей отрасли, определяют стандарты качества и формируют тренды развития. О стратегии и тактике работы в России, ценообразовании и демпинге, самой выгодной категории гостей ЧМ-2018 и продвижении в регионах в эксклюзивном интервью Hotelier.PRO рассказал региональный директор AccorHotels в России и СНГ Алексис Деларофф.

Андрей Рябов / Hotelier.PRO: Мэр Москвы Сергей Собянин посетил один из отелей вашей сети - "ibis Москва Динамо". В чем причина этого визита? Как AccorHotels строит отношения с властями столицы?

Алексис Деларофф / AccorHotels: Это – один из инвестиционных проектов, который был согласован с московскими властями, поэтому этот отель находится

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

Фокус – Москва и столичный регион

под их пристальным вниманием. И я считаю, что нам повезло, это действительно достижение, что Сергей Семенович решил лично посетить этот объект и убедиться в том, что первоначальные планы, которые были ему озвучены, стали реальностью.

Андрей Рябов / Hotelier.PRO: Московские власти как-то принимали участие в инвестициях?

Алексис Деларофф / AccorHotels: Нет, подбор инвестора – наша инициатива, мы сами нашли его. Строительство отеля на этом участке – очень старый проект, он был подписан еще в 2004 году, но тогдашний инвестор не сумел привлечь средства для строительства отеля, потом были 2008 – 2009 годы – экономический кризис, а затем – 2013 – 2014 годы, время непростых экономических реалий. Но, тем не менее, в 2013 году мы сумели найти нового инвестора, он выкупил эту площадку, и за 2 года – с сентября 2013 по июль 2015 – построил, а мы открыли этот отель. Это международный инвестор, но компания российская – ООО "Северный Автовокзал".

Андрей Рябов / Hotelier.PRO: Расскажите о стратегии AccorHotels на пространстве СНГ. Как повлиял на нее экономический кризис?

Алексис Деларофф / AccorHotels: Мы работаем в России с 1992 года. Первая гостиница была открыта в Шереметьево, в 2002 году мы открыли второй отель в Москве, на Новослободской. Сегодня у нас в России и странах СНГ 35 работающих отелей.

Какая у нас стратегия – во-первых, мы хотим быть видимыми и работать в любом крупном городе-миллионнике в России, Белоруссии, Украине, Казахстане, Грузии, Армении. Вторая задача – это присутствовать во всех столицах бывшего Союза, а также в Москве и Санкт-Петербурге.

И есть еще один очень интересный город, от которого мы не ожидали такого успеха – это Сочи. Данное направление стало очень популярным у россиян. Это связано с Олимпиадой, конечно, но еще и с экономическим кризисом, поскольку Сочи – рублевый город, всем понятно, что и сколько будет там стоить. Мы открыли там три гостиницы которые прекрасно работают и востребованы.

Соответственно, на сегодняшний день у нас работает 10 гостиниц в Москве, мы – первый гостиничный оператор в Москве по количеству объектов. В Питере у нас два отеля, будем открывать еще два, потому что это тоже крупный туристический город.

Практически в каждом крупном городе, столице региона России, у нас работает хотя бы по одному отелю – Красноярск, Омск, Самара, Ярославль, Нижний Новгород, Ростов-на-Дону, Калининград – и мы продолжаем открывать новые. В прошлом году мы открыли гостиницы в Тбилиси, в Астане, в этом году будем открывать в Ереване. То есть, наша стратегия состоит в том, чтобы понемножку охватывать рынок. 35 отелей для такой территории, если по-настоящему задуматься, это очень мало. Мы хотим иметь как минимум 50 отелей, но это тоже не предел, если учесть, что только в одном Париже у нас работает 145 отелей. А Москва крупнее Парижа, так что получается, что для нее 10 или 15 отелей – это совсем мало.

Sky is the limit. Здесь нет никакого предела, все бренды можно развивать. В региональных городах самый успешный бренд – это ibis. Потому что отели этого бренда соответствуют правильному соотношению цены и качества. В этих отелях останавливаются командировочные, также это идеальный формат для туристов.

В некоторых городах мы открыли четырехзвездочные отели. Они тоже пользуются спросом, но у них цена не совсем соответствует статусу

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

Фокус – Москва и столичный регион

четырёхзвездочных отелей. Но очень часто это бывает желанием собственника/инвестора – открыть именно отель 4*, а не 3*.

Андрей Рябов / Hotelier.PRO: Сейчас часто говорят о том, что в России – Москве, Санкт-Петербурге не хватает именно трехзвездочных отелей. Какой у них потенциал, на Ваш взгляд? Будет ли, кому останавливаться в них?

Алексис Деларофф / AccorHotels: Это вечный вопрос – емкость рынка. Когда мы открыли "ibis Москва Динамо" в июле 2015 года, у нас уже были две гостиницы ibis в Москве. И они хорошо работали – в районе 80–85% загрузки. Когда у тебя такая загрузка, ты понимаешь, что именно этот продукт востребован. И когда мы открыли "ibis Москва Динамо" – самый крупный, на 317 номеров, не совсем в центре города, но в хорошем районе, он начал работать фактически сразу.

В этом году мы открываем еще два отеля бренда ibis – на 350 номеров на Киевской площади и на 200 номеров у метро "Октябрьское поле". Я думаю, что открыть 15-20 отелей ibis в Москве – это будет нормально. Потому что все равно основной поток командировочных приезжает из регионов в Москву, и они готовы платить в районе 3-4 тысячи рублей. Это именно та цена, которая устраивает наши отели ibis.

Андрей Рябов / Hotelier.PRO: Отелиеры и эксперты рынка говорят о том, что в Москве сейчас происходит резкое снижение цен, фактически – демпинг. Наблюдаете ли вы аналогичную картину, как реагируете, на чем строите ценообразование?

Алексис Деларофф / AccorHotels: Что такое демпинг? Цены образуются не какой-то мифической системой, которая рассчитывает стоимость строительства гостиницы, срок возврата инвестиций, который ожидает инвестор. Если инвестор будет на это рассчитывать, то он никогда не загрузит свой отель. Рынок решает, какая цена доступна для определенного отеля. И если человек не готов платить 20 000 рублей, то он не будет останавливаться в твоём отеле, даже если этот отель – очень хороший.

Цены формируются исходя из спроса и предложений, и мы над этим работаем.

Мы не чувствуем снижения цен в рублях в наших отелях, у нас цены, как минимум, стабильны или растут. Да, когда ты переводишь в доллары или в евро – конечно, есть снижение. Но основные операционные затраты у нас рублевые, соответственно, операционная деятельность отеля остается эффективной, и валовая операционная прибыль наших отелей тоже растет.

Вопрос для инвесторов возникает, действительно, потому что основные затраты у них – в долларах и в евро. И есть опасения, что темп открытия и ввода в эксплуатацию новых отелей замедлится в течение 2017–2019 годов, потому что никто не хочет затевать новое строительство. Стоимость финансирования высокая, девальвация рубля, высокая цена поставок, и так далее. Вот эти факторы влияют на рынок строительства новых отелей. А уже существующие отели работают хорошо, демпинга я не вижу.

Конечно, если пятизвездочный отель предлагает цены в 3–4 тысячи рублей за номер – да, это демпинг. Но с другой стороны, это рынок. И у любого отельера есть выбор – или у тебя пустой номер, и ты получаешь ноль, или ты получаешь хотя бы три тысячи рублей. Так что я не понимаю, почему все время говорят о демпинге. Если рынок есть, надо идти в ногу с рынком. Если рынок говорит, что правильная цена – это пять тысяч рублей – строй гостиницу, которую сможешь продавать за пять тысяч рублей.

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

Фокус – Москва и столичный регион

У нас ценник в "ibis Москва Динамо" – 5 500 рублей, средняя цена чуть-чуть ниже, потому что мы даем скидки по выходным, для тургрупп и детских групп и так далее. Но это не вопрос, я считаю.

Андрей Рябов / Hotelier.PRO: В России приближается чемпионат мира по футболу. Включаетесь ли в прием гостей? На каких гостей вы ориентируетесь – профессиональные команды, делегации FIFA, болельщики?

Алексис Деларофф / AccorHotels: Мы работаем с компанией Match Accommodation, которая будет предоставлять размещение на чемпионате мира. Работаем для того, чтобы она использовала наши отели для своих гостей.

Самые желанные для любого гостиничного оператора гости – это пресса. Потому что она останавливается не на один день, как болельщики, а на несколько дней. Журналисты – это гости спокойные и платежеспособные. Так что наша задача – привлечь по максимуму этот бизнес в наши отели.

Болельщики тоже будут, мы работаем столько лет на рынке, что хорошо знаем, как управлять болельщиками. Если потребуются дополнительные силы по обеспечению безопасности, мы их привлечем.

Но сейчас немножко рано говорить о том, кто у нас будет жить, потому что сейчас только начало распределения всех этих делегаций по разным отелям.

Андрей Рябов / Hotelier.PRO: По количеству номерного фонда – сейчас многие строят в регионах гостиницы специально под чемпионат мира. Есть ли у вас какие-то подобные проекты?

Алексис Деларофф / AccorHotels: Я считаю, что строить отель под чемпионат мира – в корне неправильно. Потому что чемпионат мира – это две недели. И если это только для того, чтобы только поставить галочку, то отель на 100% не будет работать.

У нас гостиницы есть почти во всех городах, где будут происходить матчи чемпионата мира. Нет отеля в Волгограде, но если нет – мы не будем заставлять инвестора строить гостиницу именно под это мероприятие.

Действительно, мы видим, что все больше гостиниц открывается в региональных городах, а между тем, сам рынок недостаточно емкий для того, чтобы все эти гостиницы были заполнены. Если ты первый на рынке – ты снимаешь сливки в течение первых лет, и довольно быстро окупаешь или возвращаешь кредит, который взял в банке.

Но если сейчас ты открываешь отель не первым – это, конечно, сложнее. А мы сейчас открываем, в основном, отели в Москве, в Питере и за пределами России. Поэтому я надеюсь, что наши инвесторы не пострадают сильно от переизбытка новых отелей на рынке.

Андрей Рябов / Hotelier.PRO: Расскажите, пожалуйста, подробнее о ситуации в Красноярске. Hotelier.PRO писал несколько месяцев назад о том, как под угрозой закрытия там оказались отели ibis и Novotel.

Алексис Деларофф / AccorHotels: Гостиница в Красноярске открылась в ноябре 2015 года и работает с тех пор непрерывно. Она никогда не закрывалась, даже части гостиницы не были закрыты.

Возник вопрос о том, что в документации, которая была собрана местными властями к открытию отеля, не хватало одного документа. В связи с этим властями было принято решение о закрытии отеля, была такая угроза. Мы сумели найти этот документ и доказать, что открытие, строительство и ввод в эксплуатацию были сделаны в полном соответствии с законодательством, и с тех пор мы спокойно работаем, у местных властей нет к нам никаких претензий.

Это не значит, что Роспотребнадзор или другие проверяющие организации к нам не придут с проверкой. Но это – обычное явление. На сегодняшний день в Красноярске мы работаем спокойно.

Андрей Рябов / Hotelier.PRO: А что за история с турецким инвестором?

Алексис Деларофф / AccorHotels: Действительно, у нас инвестор – турецкая компания. Но все было сделано абсолютно законно, проверялось много-много раз, и до строительства, и после. По имеющейся у меня информации нет никаких претензий по законности строительства этого отеля.

Место расположения отеля менялось несколько раз, потому что были сложности с оформлением других земельных участков. Существующий земельный участок был нам предложен местными властями. Насколько я знаю, инвестор подписал договор с собственником участка, для того чтобы можно было строить отель, местные власти дали разрешение на строительство.

Это, между прочим, не просто отель, а целый многофункциональный центр – там и офисы, и торговый центр, очень сложный проект.

Андрей Рябов / Hotelier.PRO: Как чувствуют себя регионы, какие из них для вас являются приоритетными, где и что будет открываться?

Алексис Деларофф / AccorHotels: Мы будем открывать второй отель в Калининграде, сегодня там работает гостиница ibis на более чем 70% загрузки. Будем открывать Mercure. Инвестор надеется, что отель откроется к чемпионату мира 2018 года. Мы видим, что город довольно эффективный, принимает много гостей. Я думаю, что, несмотря на то, что новый отель открывается к чемпионату мира, у него будет обеспечена нормальная загрузка и дальше.

По другим городам – там, где мы видим, что кризис повлиял на бизнес, мы не собираемся открывать вторые отели. В Казани уже очень много отелей, и в Екатеринбурге. В Ростове нет пока международных отелей, мы хорошо там работаем. В Самаре – более тяжелая экономическая ситуация. В Ярославле мы работаем неплохо, загрузка нормальная. Это интересный город, потому что в нем есть и туризм, и деловая составляющая. В Омске сегодня тяжело из-за экономического кризиса.

Про Красноярск мы уже говорили, загрузка там растет. Мы думаем, что это очень динамичный с экономической точки зрения город, крупная региональная столица, и мы верим, что этот город еще принесет нам приятные сюрпризы. Через год надеемся открыть нашу первую гостиницу ibis в Иркутске.

Да, сейчас идет замедление, но те проекты, которые были заложены несколько лет назад, будут открываться, и мы будем ими управлять. И мы видим, что наше управление, все-таки, эффективно, потому что обычно наш отель – это лучший отель города.

<http://hotelier.pro/management/item/1304-delaroff>

Готовьтесь быть «чайна френдли»: безвизовый турпоток из КНР в Россию увеличился на 47% в I-м квартале 2016-го года.

По данным Туристической ассоциации «Мир без границ», въездной турпоток в рамках соглашения о безвизовых групповых поездках из Китая в нашу страну в первом квартале 2016 года увеличился на 47% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составил более 35 тысяч прибытий. Восстанавливается и выездной поток из России в КНР.

Традиционно период с января по март не считается пиковым во въездном туризме из КНР, поэтому рост турпотока в эти даты дает возможность

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

Фокус – Москва и столичный регион

прогнозировать дальнейший рост числа туристических прибытий из Китая в 2016 году.

Лидером по приему туристов, прибывающих в составе безвизовых групп, остается Москва. Столицу посетило более 14 тысяч «безвизовых» туристов из Китая, что на 45% больше китайских гостей, чем с января по март 2015 года. По разным оценкам, в прошлом году в Москве китайские туристы оставили от 800 тысяч до 1 миллиарда долларов США.

Въездной турпоток в приграничных регионах превышает показатели столицы – за первый квартал 2016 года в Приграничье жители КНР совершили более 18 тысяч поездок, что на 43% больше, чем за аналогичный период прошлого года. Приморский край посетило почти 10 тысяч туристов, что обеспечивает Приморью второе место по популярности среди направлений въездного туризма из Китая в Россию. Кстати, число прибытий туристов из Китая в составе безвизовых групп в Приморье увеличилось на 82% по сравнению с прошлым годом.

Третьим по популярности регионом стала Амурская область, которую посетило более 7 тысяч китайских туристов. Многие китайские туристы стремятся побывать на Байкале, поэтому в Иркутской области наблюдается максимальный в относительном отношении рост прибытий из КНР – турпоток в регион возрос на 620%, составив около полутора тысяч прибытий в «несезон».

Стоит отметить, что в первом квартале 2016 года на 40% вырос и выездной «безвизовый» турпоток из России в Китай, составив более 41 тысячи поездок. С января по март возможностями безвизового обмена чаще всего пользовались жители приграничных регионов. Лидерами выездного туризма в Китай стали жители Приморья (почти 20 тысяч поездок, что на 62% больше данных за аналогичный период 2015 года), Забайкалья (более 11 тысяч, +79%) и Хабаровского края (почти 4500 поездок, +4%).

Исполнительный директор Туристической ассоциации «Мир без границ» Светлана Пятихатка: «Несмотря на низкий курс рубля турпоток из России в Китай в рамках безвизового группового обмена начал восстанавливаться во многом благодаря тому, что оформление документов по «безвизе» обходится гораздо дешевле и быстрее для туриста, чем получение индивидуальной туристической визы.

В соответствии с условиями межправительственного соглашения туристическая группа от 5 до 50 человек может находиться на территории страны до 15 суток. Мы рады, что туристические потоки из России в Китай и из Китая в Россию в первом квартале 2016 года почти сравнялись, к тому же наблюдается рост как въездного, так и выездного турпотока на уровне 40-47%.

Интерес китайских туристов к России подогревается активными кампаниями по продвижению нашего туристического потенциала, участием нашей страны в главных туристических выставках КНР, специализированных роуд-шоу. Значительное влияние оказывает открытый в октябре прошлого года в Пекине офис Visit Russia и развитие в России China Friendly сервиса – сейчас в программе уже около 50 участников из 11 регионов России».

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=1353:chinafriendly&Itemid=278

Зачем Екатеринбургу отели? Как звание «туристической столицы» повлияет на жизнь простых горожан

Отели и хостелы Екатеринбурга принято оценивать в контексте приближающегося ЧМ-2018 по футболу. Успеют ли? Соответствуют ли? Однако несколько дней чемпионата стремительно пройдут, а гостиницы останутся. «Моменты» посетили ежегодное собрание городского «Клуба отельеров», постарались разобраться в долгосрочной стратегии бизнесменов и понять, могут ли екатеринбуржцы что-то получить от сферы гостеприимства уже сегодня.

Екатеринбург может стать туристическим центром России наравне с Санкт-Петербургом и Казанью. А с развитием сферы гостеприимства в городе не только появятся дополнительные рабочие места и вырастут отчисления в бюджет, но и сформируются новые центры притяжения, привлекательные для местных жителей. Уже сейчас на базе уральских отелей проводят крупные научные конгрессы и организуются массовые мероприятия. Бранчи, музыкальные вечера, гастрономические шоу, лекции, мастер-классы и тематические праздники — вот лишь часть «поводов» для горожан оценить работу отельеров.

«Эти мероприятия являются значимыми для укрепления статуса семьи. Если хотите, мы несем любовь людям. Ведь что такое гостеприимство? Это и есть любовь к людям. А тот факт, что отели такое делают — это показатель уровня развития города, — считает управляющий директор *angelo by Vienna House* Екатеринбург Ольга Акимова. — Можно сказать, что, благодаря отелям, Екатеринбург показывает себя как культурный и интеллектуальный центр не только Урала, но и всей России. Например, в следующем году мы готовимся к проведению первого в мире конгресса для людей с ограниченными возможностями. Представляете, какой это вызов отельерам и городу?» — признается представитель международной сети.

«Гостиницы — это составляющая часть развития всего региона. Хотя я бы не стал рассматривать отели, как отдельную структуру. Если в регионе есть хороший вокзал, адекватная администрация, гостиницы, рестораны и другие сервисы, тогда можно рассчитывать на движение вперед», — подтверждает слова коллеги президент НП «Клуб отельеров» и генеральный директор *USTA Group* Сергей Данилик. Он уверен, что сейчас за Екатеринбургом твердо закрепился статус делового центра. «Задача клуба совместно с администрацией перепозиционировать город большой промышленности, в город с индустрией „традиционного“ туризма. Опыт Казани показывает, что это можно сделать. Посмотрите, как государственная и республиканская поддержка повлияли на развитие столицы Татарстана. Хотя, бесспорно, инициатива должна идти „снизу“, ведь „под лежащий камень вода не течет“, — резюмирует собеседник «Моментов».

Среди основных планов отельеров: продвижение *MICE* туризма и разработка предложения для различных сегментов. Среди них спортивные организации, событийные туристы и региональные жители. Первой «ласточкой» в этом направлении, считают разработку тура выходного дня.

MICE туризм — область индустрии делового туризма, связанная с организацией и проведением различных корпоративных мероприятий. В эту сферу входят обучение, встречи, презентации, переговоры, поощрительные или мотивационные туры, тимбилдинги, праздники, *PR*-события и пресс-туры.

По мнению экспертов бизнеса, рынок внутреннего туризма в России был недооценен. У туроператоров были возможности перехватить инициативу у иностранных конкурентов, но оказалось проще отдать сферу Турции и Египту.

Теперь отельеры призывают заново открыть Россию. И понимают, что турист будет ожидать услуг, выполненных по международным стандартам.

«Политическая и экономическая ситуация продиктовала условия, с которыми нам надо работать. С одной стороны, из-за падения рубля и закрытия Турции вырос внутренний туризм. С другой стороны, мы стали интересны иностранцам, — отмечает директор Центра развития туризма Свердловской области Эльмира Туканова. — Теперь для европейца путешествие по России стало в два раза дешевле. А китайцы, изучившие уже Москву и Питер, переключились на регионы. Тем более, их очень интересуют индустриальные и минералогические объекты, которые предлагает Урал».

Тем не менее, размещение туристов это только часть услуг, предлагаемых отелями Екатеринбурга. SPA-салоны, фитнес-центры, рестораны, экскурсионные бюро, развлечения от бильярда до загородных вечеринок — вот неполный список сервисов, которые работают для горожан каждый день.

<http://momenty.org/people/i163381/>

4. Практика, новинки и события туристско-гостиничного дела за рубежом и в странах СНГ

Китайцы скупают Carlson Rezidor по частям - сначала Carlson, потом Rezidor. Поднебесная продолжает поглощать мировую гостиничную индустрию

Китайская компания HNA Group Co. покупает компанию Carlson Hotels Inc., которой в свою очередь принадлежит контрольный пакет акций Rezidor Hotel Group. Один из гигантов мировой индустрии гостеприимства будет поглощен по частям.

28 апреля 2016 года компания HNA Tourism Group Co., Ltd. ("HNA Tourism Group"), входящая в состав HNA Group Co., Ltd. – корпорации из списка Fortune Global 500, осуществляющей свою деятельность в авиационном, туристическом, гостиничном, финансовом секторах, в сфере предоставления онлайн-услуг и других отраслях, и Carlson Hospitality Group, Inc. сообщили о заключении соглашения о приобретении Carlson Hotels, Inc. ("Carlson Hotels") – компании, владеющей торговыми марками Quorvus Collection, Radisson Blu®, Radisson®, Radisson RED, Park Plaza®, Park Inn® by Radisson, Country Inns & Suites By CarlsonSM и международной отельной бонусной программой Club CarlsonSM.

Финансовые условия сделки не разглашаются, однако по данным, которые были озвучены в начале марта 2016 года, речь идет о \$2 млрд.

По условиям соглашения, единогласно одобренного советом директоров Carlson, HNA Tourism Group приобретет все активы Carlson Hotels, включая контрольный пакет (51,3%) акций Rezidor Hotel Group AB (publ) ("Rezidor") – основного лицензиата Carlson Hotels с головным офисом в Брюсселе и отелями в Европе, Африке и на Ближнем Востоке. Позднее компания может начать поглощение всего Rezidor.

Согласно шведским законам, регулирующим сделки по слиянию и поглощению, HNA обязана провести тендер в отношении остальных 48,7% Rezidor в течение четырех недель после заключения сделки в случае, если HNA не снизит самостоятельно свою долю в Rezidor до 30%. Тендер будет объявлен в течение 20 дней.

Объединение HNA и Carlson "повысит возможность ускорить экономический рост за счет инвестиций в цифровую сферу, в активы в крупных городах, в строительство гостиниц Radisson Red и других брендов", говорится в заявлении компании.

Бай Хайбо (Bai Haibo), член совета директоров HNA Tourism Group, глава правления и главный исполнительный директор HNA Hospitality Group:

"Всемирный успех Carlson Hotels и мощный, стабильный потенциал для дальнейшего роста является признанием его брендов мирового класса, непрерывных инноваций, превосходного менеджмента и уникальной корпоративной философии, в основе которой лежит персонал компании.

Мы обязательно используем все эти преимущества для установления нашего присутствия на рынке США и расширения собственной доли в международном гостиничном секторе. Мы с нетерпением ждем возможности начать сотрудничество с управленческой командой, персоналом, франчайзинговыми партнерами, поставщиками и клиентами Carlson Hotels для ускорения нашего общего роста путем значительных капиталовложений в этот бизнес".

Завершение сделки ожидается во второй половине 2016 года.

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

Фокус – Москва и столичный регион

После завершения сделки Дэвид П. Берг, главный исполнительный директор Carlson Hospitality Group, сохранит за собой этот пост в новой организации.

Полностью осознавая необходимость в сохранении ценностей, наследия и связей Carlson с местными сообществами, HNA Tourism Group заявила, что головной офис новой организации будет по-прежнему располагаться в Миннетонке (Minnetonka) (штат Миннесота).

Консультантами по данной сделке выступают: Morgan Stanley и BDT & Company в качестве финансовых консультантов; Freshfields Bruckhaus Deringer LLP и Advokatfirman Vinge KB в качестве юрисконсультов Carlson Hotels. J.P. Morgan и Benedetto, Gartland & Company в качестве финансовых консультантов; Hogan Lovells и Advokatfirman Lindahl KB в качестве юрисконсультов HNA Tourism Group.

О КОМПАНИИ CARLSON HOTELS, INC.

Carlson Hotels является одной из крупнейших и самых динамично развивающихся отельных групп мира. В ее состав входят 1 400 функционирующих и строящихся отелей с общим номерным фондом из 220 000 комнат в 115 странах и регионах по всему земному шару. В портфеле Carlson Hotels представлены одни из самых знаменитых международных брендов: Quorvus Collection, Radisson Blu®, Radisson®, Radisson RED, Park Plaza®; Park Inn® by Radisson, Country Inns & Suites By CarlsonSM и мировая бонусная отельная программа Club CarlsonSM. Carlson Hotels владеет 51,3 процентами акций брюссельской компании The Rezidor Hotel Group, являющейся крупнейшим лицензиатом брендов группы в Европе, Африке и на Ближнем Востоке. Штат персонала Carlson Hotels по всему миру насчитывает 90 000 сотрудников.

О КОМПАНИИ HNA HOSPITALITY GROUP CO. LTD.

HNA Hospitality Group является подразделением HNA Tourism Group, специализирующемся на управлении гостиничным бизнесом. Компания, созданная в 1997 году, располагает международной сетью отелей. По состоянию на март 2016 года, в управлении группы находятся около 500 отелей с общим фондом из 90 000 номеров, расположенные в крупнейших городах Китая и других регионах мира. В портфеле компании представлены отели всех категорий – от класса "люкс" до бюджетного сегмента, – ориентированные на обслуживание как деловых путешественников, так и туристов. Компания входит в число 300 ведущих отельных групп мира и удостоена многочисленных престижных отраслевых наград, включая звания "самого конкурентоспособного отельного бренда Китая" и "лучшей группы управления гостиничным бизнесом в Китае".

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=1354:carlsonrezidor&Itemid=278

"Заезд" в пижаме обеспечит 50% скидку на проживание в Брюсселе

Отели Брюсселя сделали предложение своим постояльцам, от которого им будет довольно трудно отказаться - 50% скидка на проживание в номере во время майских праздников с пятого по восьмое мая 2016 года. Для этого туристам всего лишь нужно будет прибыть на регистрацию в отель в пижамах.

Всем желающим принять участие в необычной акции необходимо забронировать отель через его официальный сайт, либо по телефону или непосредственно при поселении. Список отелей, которые принимают участие в

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

Фокус – Москва и столичный регион

акции, опубликован 27 апреля на официальной странице Ассоциации брюссельских отельеров (Brussels Hotel Association) в Фейсбуке —свыше пятидесяти гостиниц гарантирующих скидки туристам в пижамах.

Данная акция проводится с целью компенсации снижения турпотока в столицу Бельгии, которое было вызвано чудовищными терактами 22 марта 2016 года.

Напомним, что 22.03.2016 г. весь мир облетели фото и видео с места терактов в Брюсселе — несколько взрывов в аэропорту города Завентем и серия взрывов в метро. Жертвами теракта стали 35 человек, пострадало свыше 300. Ответственность за совершенные теракты взяла на себя группировка ИГИЛ.

Эксперты российского туристического рынка сообщили «Ленте.ру», что Бельгия никогда не считалась популярным направлением отдыха у россиян. Массовых отказов от туров в эту страну тогда зафиксировано не было.

Сегодня Брюссель, переживая шок от ужасных терактов, рассчитывает и дальше быть привлекательным городом для туристов. После брюссельских терактов турпоток в сам Брюссель сократился на пятьдесят процентов, в Лондон примерно на тридцать, в Берлин на тридцать восемь, в Париж на тридцать пять процентов. То есть эти теракты отразились на всех столицах Европы. Прежде всего, это измеряется заполняемостью объектов размещения. Для Брюсселя это был двойной удар, поскольку пострадал аэропорт. Он вновь открывается, но частично, на тридцать процентов своей пропускной способности. До Брюсселя туристам можно довольно легко добраться на поезде.

В туристическом секторе только в Брюсселе занято порядка 50 тысяч человек, которые дают около 10% валового дохода города. Наши федерации ведут переговоры с местными властями, чтобы найти путь преодоления пика трудностей. Это очень сложно», - рассказал в интервью “Евроњьюс” Патрик Бонтинк, директор столичного управления туризма “Visitbrussels” .

<http://prohotel.ru/news-219267/o/>

5. Мнения по актуальным темам и методологические заметки

Гостиничный сайт

Некоторые предприниматели, несмотря на 21 век на дворе, почему-то совершенно игнорируют создание сайта своего объекта размещения. Как сегодня можно заниматься бизнесом без своего сайта, вопрос скорее риторический. Понятно, что наличие сайта не гарантирует шквал звонков и ажиотаж туристов, и, тем не менее гостиничный сайт является основным инструментом для прямых продаж гостиницы и общения с постоянными клиентами.

Каждому отелю необходим собственный сайт

Ограничиваться в соцсетях пабликами или на международных сайтах бронирования страницами уже давно не серьезно. У гостиницы должен быть свой нормальный сайт, отражающий в полной мере описание всего спектра услуг средства размещения, как основных, так и дополнительных. Обязательно наличие фотографий с описанием всех типов номеров отеля, конференц-зала, кафе, спортивного зала, сауны, если таковые имеются. Обязательно указывать информацию по стоимости при бронировании и без бронирования, включена ли стоимость завтрака. Если в гостинице есть свое кафе или ресторан нужно сделать качественные фото еды, меню и счастливых сытых постояльцев.

На сайте должна быть сквозная форма онлайн бронирования

Для удобства гостей на сайте отеля должен быть поиск свободных номеров на все календарные даты с любой страницы, т.е. поместите сквозную форму онлайн поиска и бронирования. Также необходимо предоставить гостю возможность оплаты выбранного им номера любым удобным для него способом и без дополнительных процентов банку за услуги. Для этих целей используется гостиничный интернет-эквайринг.

Местоположение отеля – важный фактор при выборе средства размещения

Очень важной информацией для гостя также является местонахождение отеля, поэтому на сайте необходимо поместить карту города с жирной отметкой расположения отеля и предоставить всю информацию о том, как можно добраться до отеля различными видами транспорта. Приветствуется также описание достопримечательностей и интересных мест в радиусе километра от отеля, поскольку сориентировать относительно туристических или различных деловых центров, будет полезно как для гостя, так и для отеля.

Отзывы постояльцев являются маркетинговым инструментом

Ни для кого не секрет, что отзывы постояльцев порой являются решающим фактором при выборе отеля. Их можно написать как самому, так и транслировать с ведущих бронирующих сайтов – Booking.com или Tripadvisor, вместе с рейтингом. А также в качестве отзывов можно подключить комментарии популярных соцсетей.

Дизайн сайта – отельная фишка

Стоит обратить свое внимание и на дизайн сайта – самые посещаемые сайты имеют довольно простой и особо не нагруженный дизайн. Это обусловлено тем, что наличие большого количества «наворотов» усложняет процесс ориентации на сайте и тем самым тормозит его продвижение в интернете. Дизайн сайта отеля должен быть в одном стиле с дизайном самого отеля.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Собственный сайт – путь увеличения прямых продаж

В конечном итоге, ваш веб-ресурс генерирует как минимум тридцать процентов прямых продаж. Если вы не ведете подобную статистику, т.е. не можете объективно оценить количество прямых интернет продаж, либо ваш процент прямых продаж меньше, то настало время задуматься о внедрении глубокой модернизации вашего сайта. Если же у отеля нет сайта вообще, то немедленно приступайте к его созданию.

Чтобы разработать сайт, как с нуля, так и до ума довести уже существующий, обратитесь к специалистам.

<http://prohotel.ru/news-219008/o/>

Как выбирать консультанта гостиничного бизнеса?

Все помнят великое прошлое нашей страны, когда у нас были только победы, и практически не было поражений. Мы тогда назывались "Страна Советов", и это наследие до сих пор отражается в поведении наших соотечественников. Например, многие семьи, которые не знают, сколько в месяц они тратят денег на еду, бензин, связь, с легкостью рассуждают о формировании такого документа как "Бюджет Российской Федерации"... Либо предприниматель, завершивший свой первый удачный год, уже готов консультировать по маркетингу и финансовому учету своих друзей и вообще кого угодно, забывая главный постулат медицины, применимый и к любой сфере: "Не навреди!"

Вот, мой благодарный читатель вряд ли пойдет лечиться к врачу, который только что выпустился, и даже отличник, знает все, но опыта то нет!

"Кто умеет делать - делает, а кто не умеет - учит!"

Я тоже всегда придерживаюсь этого тезиса, но качественный консалтинг подразумевает примеры эффективных действий, к которым консультант прикладывает руку непосредственно.

Итак, правило первое: Консультант должен иметь богатый опыт именно в своей сфере. Требуйте реализованные проекты, портфолио команды и т.п.

Можно прочитать все учебники по гостиничному бизнесу, изучить все термины, но еще очень важно уметь применять знания на практике в условиях постоянно меняющейся бизнес обстановки и владеть основными трендами гостиничного рынка.

Правило второе: консультант должен быть действующим и эффективным предпринимателем именно в той сфере, в которой он консультирует.

Если консультант постоянно занимается этим видом деятельности, то уже успел ответить на сотни различных звонков и отослать не меньше экспертных оценок по поставленным задачам. Все вопросы, которые волнуют заказчика, специалист уже выслушивал, отвечал и знает лучше, что надо клиенту.

Правило третье: Важно обратить внимание, какие уточняющие вопросы задает консультант, ведь каждый гостиничный объект уникален и единого рецепта для всех нет. Следовательно, прежде чем предлагать решение проблемы, надо понимать с каким объектом мы имеем дело.

И, в заключение хочу обратить внимание на такой тип консультантов, как «заучки» или «ботаны». Отличительные признаки: в разговоре присутствует обилие гостиничных терминов, в том числе на английском языке, что при первом общении крайне трудно для восприятия даже специалистам. Такие консультанты могут и владеют энциклопедическими знаниями, но заказчику все это бесполезно.

Разговаривать заказчик и консультант должны на понятном им обоим бизнес-языке.

<http://prohotel.ru/news-218726/o/>

Про английское право в договорах с международными брендами, риски и гарантии управляющих компаний и инвестиционные перспективы.

О том, что происходит на рынке международных гостиничных брендов в России, об особенностях отношений между собственниками отелей и управляющими компаниями и про жизненный цикл построения отеля с международным управлением с Hotelier.PRO эксклюзивно поделился Павел Ельников, старший юрист компании DLA Piper.

Вячеслав Сапожников / Hotelier.PRO: Павел, спасибо за ваше время и готовность общаться с нашей аудиторией. Давайте начнем с беглого анализа того, что происходит на гостиничном рынке за последние кризисные полтора года. Какова сейчас ситуация с девелопментом, инвестициями, слияниями и поглощениями?

Павел Ельников / DLA Piper: Исходя из наших наблюдений, спад деловой активности в области гостиничного девелопмента с конца 2013 года стал неким предвестием кризиса. Многие инвесторы заняли выжидательную позицию, и в течение 2014 года заморозили ряд проектов, находившихся в начальной стадии развития. Существенное замедление гостиничного рынка привело к тому, что уже в конце 2015 года инвесторы свыклись с той ситуацией, с новыми условиями и начали действовать более активно. Так что нынешняя ситуация на рынке куда более позитивная. Все пытаются жить в новых условиях. В целом можно сказать, что за последние несколько лет развитие гостиничного бизнеса именно в части нового строительства отелей тормозится в связи с отсутствием заемного финансирования на разумных условиях.

Это объясняется, прежде всего, санкциями, отсутствием западного финансирования и осторожностью со стороны китайских инвесторов, на которых ранее делалась высокая ставка. В связи с этим замедляется огромное количество проектов. Мы надеемся на то, что российские институциональные инвесторы будут развивать финансирование гостиничных проектов, китайские инвесторы будут более активны на рынке, но при этом рассматриваем и альтернативные источники финансирования, например, из стран арабского мира.

Вячеслав Сапожников / Hotelier.PRO: Построить гостиницу – это проект не двух месяцев. Если анализировать число готовящихся открытий, запусков – насколько темпы развития упали в процентном соотношении по сравнению с 2013 годом?

Павел Ельников / DLA Piper: Мне сложно ответить на этот вопрос, по той причине, что мы, разумеется, сталкиваемся только с частью проектов, которые приходят на рынок, в силу того, что некоторые принимают решение своими силами осуществлять проект или пользуются услугами наших конкурентов. Сейчас мы видим открывающиеся проекты, которые обсуждались и в отношении которых заключались договоры 4-5 лет назад. Поэтому то количество открытий, которое у нас сейчас планируется или имеет место в текущий момент – это еще докризисная история.

Что касается процента снижения, то этот провал мы увидим чуть позже. Но лично я полагаю, что темпы уменьшатся примерно на треть.

Обычно жизненный цикл проекта от стадии идеи до открытия дверей для приема гостей занимает от 4 до 5 лет. И начинается он с возможности получения аренды земельного участка, если конечно инвестор или привлеченный им консультант посчитает, что наилучшей формой использования этого участка станет строительство гостиницы.

Как правило, для таких инвесторов это первый проект.

Они имеют только общее представление о том, каким образом должен развиваться гостиничный проект, поэтому нанимают профессиональных консультантов, которые делают feasibility study, то есть, технико-экономическое обоснование проекта.

После этого производится поиск оператора, в результате которого и привлекаются международные гостиничные бренды, имеющие определенные плюсы по сравнению с самостоятельным управлением, компетенции по управлению и само имя, которое в глазах потребителя добавляет ценности гостиничному продукту.

Также для инвестора возможность заемного финансирования может быть в какой-то части опосредована привлечением бренда, поскольку банки с большим доверием относятся к тем проектам, которые будут управляться профессионально, компетентно, с привлечением известных имен.

Вячеслав Сапожников / Hotelier.PRO: При принятии решения о девелопменте отеля выбор в пользу международного бренда, очевидно, облегчает процесс и снижает риски?

Павел Ельников / DLA Piper: Привлечение бренда дает возможность успешной реализации проекта. Когда основные коммерческие условия сделки уже урегулированы и закреплены в соглашении о намерениях, гостиничный оператор предоставляет свой комплект соглашений, и собственник очень сильно удивляется тому, что эти комплекты соглашений, как правило, подчиняются английскому праву. И тут подключаемся мы, профессиональные юридические консультанты, и помогаем согласовать положения контрактов в соответствии с практикой рынка и интересов клиента.

Как правило, в отношениях собственника гостиницы и гостиничного оператора фигурируют четыре основных документа – договор управления; лицензионный договор, по которому предоставляется товарный знак и выплачивается большая часть вознаграждения; договор централизованных услуг – по сути, это подключение услуг бренда по бронированию и маркетингу; и краткосрочный договор об оказании технических услуг, который завершается открытием гостиницы и, по сути, представляет собой проверку брендом работы архитекторов, дизайнеров, проектировщиков на соответствие продукта стандартам конкретного оператора.

Вячеслав Сапожников / Hotelier.PRO: У большинства независимых отелей нет ничего подобного, а многие непрофильные инвесторы не в состоянии даже посчитать, что и сколько будет стоить... Как осуществляется рассмотрение проектов у вас?

Павел Ельников / DLA Piper: У международных гостиничных операторов одно из первоначальных условий – предоставление плана по финансированию проекта, так как они несут альтернативные издержки в течение определенного количества лет - операторы не берут другие проекты на этой территории. По этой же причине им так важно провести юридическую проверку прав собственника на земельный участок.

Поскольку оператор не участвует в финансировании проекта, то вариант проверки в таком случае облегченный, охватывающий всего несколько вопросов

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

Фокус – Москва и столичный регион

– имеет ли компания-собственник, с которой заключается договор, право на земельный участок на период строительства, и может ли она впоследствии получить права на земельный участок на весь срок действия договора управления.

Второй вопрос – есть ли какие-то ограничения по строительству гостиницы именно на этом земельном участке.

Ну, и третий, достаточно формальный юридический вопрос – проверка полномочий юридического лица на заключение контракта – нужны ли какие-либо корпоративные одобрения, кто будет подписантом, подтверждение его полномочий и так далее.

Помимо этого, проводится еще и финансовый *due diligence* – для того, чтобы понять, что у собственника достаточно средств для первоначального запуска проекта, так как в течение первых лет инвестор тратит свои собственные деньги. И, в общем случае, только после того, как определенные шаги были предприняты, были заключены контракты с оператором, стадия проектирования завершена, получено разрешение на строительство, происходит обсуждение вопросов по привлечению заемного финансирования.

Так что получается, что на стадии заключения контрактов договоренностей с банками может и не быть. Но операторы хотят понимать, что есть начальное финансирование для запуска проекта. Как правило, действует ограничение по количеству заемных средств к собственным. Примерное соотношение: не более 70% заемных и не менее 30% собственных, что легко достижимо в современных экономических условиях.

Если у собственника земельного участка в региональном городе есть договоренность с администрацией на создание гостиницы международного уровня, и инвестор, будучи успешным в других областях, берет на себя это обязательство, то привлечение бренда – это возможный вариант. Но также надо понимать, что выбор бренда будет зависеть от местоположения гостиницы, его целевой аудитории.

Для таких вопросов привлекаются, как правило, Cushman & Wakefield, Jones Lang LaSalle – профессионалы, которые делают технико-экономическое обоснование, и могут посоветовать инвестору, какая композиция проекта принесет ему наибольшую прибыль. Так же здесь еще нужно исходить из отечественных реалий – иногда для инвестора реализация гостиничного проекта является не каким-то разовым коммерческим проектом, а возможностью долгосрочных инвестиций, которыми будут пользоваться дети и внуки. Или возможностью просто увековечить себя в этом проекте.

Вячеслав Сапожников / Hotelier.PRO: У нас на рынке существуют различные варианты отношений собственников отелей с брендами – прямое управление, франшиза, смешанные варианты. Как это выглядит в большей части случаев?

Павел Ельников / DLA Piper: По нашему опыту, большинство проектов с привлечением международных брендов предполагает заключение договора прямого управления со стороны оператора, поскольку опыта управления отелем у собственника нет. Или это коммерческая концессия, и тогда необходимо привлечение профессиональной управляющей компании. И здесь надо рассчитывать так, чтобы привлечение и франчайзера, и управляющей компании имело больше экономических перспектив, нежели привлечение оператора напрямую.

Есть еще более редко встречающиеся модели – такие, как передача гостиницы в аренду. Они более распространены в скандинавских странах, в Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

Германии и Австрии. В России есть, насколько мне известно, несколько таких проектов (мы говорим именно про западные бренды), но они малочисленны и рассматривать их как серьезную альтернативу договорам управления и коммерческой концессии, мне кажется, нецелесообразно. Это одиночные проекты.

Вячеслав Сапожников / Hotelier.PRO: У некоторых отечественных гостиничных сетей в России до половины подобных контрактов – арендные...

Павел Ельников / DLA Piper: Возможно, аренда здесь выступает как некий стандарт рынка с точки зрения организационной структуры со стороны собственника.

Существуют разные механизмы получения инвестором дохода от деятельности гостиницы. Наиболее распространенная схема – заключение договора аренды между дочерней операционной компанией, оказывающей услуги гостям, и материнской компанией, которая владеет активом, недвижимостью. Это так называемые Operating company и Property company.

Эта схема, еще называемая «OpCo/PropCo» (сокращение от Operating company и Property company) несет в себе очевидный интерес в разграничении операционных рисков от рисков, связанных с владением активами, но это не та арендная схема, о которой я говорил как об антитезе договору управления и коммерческой концессии.

Согласно последней, собственник передает гостиницу как имущественный комплекс в аренду международному гостиничному оператору, и оператор несет все связанные с деятельностью гостиницы операционные риски. А поскольку Россия для многих иностранных компаний является страной с повышенными операционными рисками, гостиничные операторы, особенно международные, не рискуют входить на рынок именно с такой моделью.

Как правило, она используется в Германии, где рынок очень понятен и известен, где правовое регулирование достаточно подробное и предсказуемое. Мы не можем похвастаться набором таких характеристик, поэтому, как правило, многие риски в договоре управления перекадываются на собственника. Этим модель договора управления принципиально отличается от модели договора аренды.

Вячеслав Сапожников / Hotelier.PRO: А как насчет управляющих компаний, которые приходят в отель и сами подбирают для него бренд? То есть, получается, что компания берет франшизу какого-то бренда и управляет?

Павел Ельников / DLA Piper: Совершенно верно. Interstate Hotels & Resorts – это как раз одна из крупнейших в мире компаний профессиональных управляющих, у которых нет собственного бренда. Они входят в проект с брендом международного гостиничного оператора по схеме коммерческой концессии. То есть, получается так, что владелец объекта оплачивает как роялти по франшизе, так и услуги по управлению.

Уникальность такого положения дел в том, что оно в конечном итоге более выгодно для собственника отеля, чем прямое управление от бренда. Это несколько парадоксальная ситуация, однако, мы нередко видим это на практике.

Если говорить о модели договора аренды, то это как раз классический пример того, когда международный гостиничный оператор дает гарантию финансовой деятельности гостиницы. Он берет на себя риск ежемесячно перечислять определенную арендную плату в адрес собственника. Отсутствие широкого распространения этой модели в России дает представление об уровне риска, на который готов пойти оператор.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Согласно стандартным положениям договора управления исполнение бюджета не является гарантированным, так что оператор, как правило, не дает никаких гарантий коммерческой успешности деятельности гостиницы, а операционный бюджет, который ежегодно утверждается собственником, является прогнозом, который делает гостиничный оператор, исходя из своего профессионального опыта и оценки рынка на момент составления бюджета. Так что логично, что те экономические условия, на которых базируется бюджет, могут изменяться в течение года. Это связано еще и с тем, что деятельность гостиниц носит ярко выраженный сезонный характер.

Вячеслав Сапожников / Hotelier.PRO: Инвестиционная привлекательность – как Вы ее можете охарактеризовать на сегодняшний момент, какой расклад по регионам, по типам звездности, по географическим направлениям? Насколько сегодня в России вообще выгодно инвестировать в гостиничный бизнес?

Павел Ельников / DLA Piper: Мы проводили исследование среди профессионалов гостиничной индустрии совместно с организаторами конференции Russia & CIS Hotel Investment Conference (RHIC).

Мы задали 25 вопросов, и среди них, в частности, были вопросы, связанные с тем, как специалисты гостиничной индустрии видят ее развитие в ближайшее время. Увеличение потока туристов из Китая отметили 71% опрошенных. И действительно, сейчас многие гостиницы переориентировались на китайских туристов и входят в программу China Friendly.

Кроме того, безусловно, мы видим ренессанс внутреннего туризма в России, что также отметили 86% опрошенных нами специалистов. Он связан и с падением реальных доходов, и с отсутствием возможности выезда за границу для части активного населения.

Не использовать эту ситуацию во благо было бы неправильно, поэтому мы видим сейчас перспективу в развитии проектов на побережье, связанных, прежде всего, с летним отдыхом. Успешным можно назвать прошедший сезон в Сочи – как летний, так и зимний. Насколько нам известно, предстоящий летний сезон будет также успешен. Что касается загрузки Крыма, то здесь у нас нет никаких данных, но предполагаем, что она будет увеличиваться с течением времени.

Что касается общего развития, то мне кажется, что в ближайшее время мы увидим больше проектов международных сетей в формате среднего уровня – 3-4 звезды в региональных городах России. Причем, если раньше мы говорили о городах с населением более 500 тысяч человек, то сейчас речь идет уже о городах с населением 150-300 тысяч человек, где это будет экономически целесообразно. Рынки многих городов уже близки к насыщению с точки зрения предложения международных гостиничных брендов – такие, как рынок Екатеринбурга, Самары, особенно после того, как там откроются те несколько гостиниц, которые находятся сейчас в стадии строительства.

Безусловно, в ближайшие годы мы увидим развитие проектов, связанных с тем, что наша страна принимает у себя Чемпионат мира по футболу 2018 года. Этому будет предшествовать Кубок конфедераций в 2017 году. При том, что сами мероприятия, безусловно, не окупят тех инвестиций и будут работать только на имидж страны в целом, это крупнейший инфраструктурный проект, который должен увеличить предложение гостиничных услуг в тех городах, где, возможно, естественным путем это заняло бы годы и десятилетия.

Перспективным является проект корпорации "Курорты Северного Кавказа". Объем планируемых инвестиций со стороны государства превышает финансирование на Олимпиаду в Сочи. Предполагаются серьезные инфраструктурные проекты во многих регионах Северного Кавказа, которые

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

Фокус – Москва и столичный регион

должны поднять экономику региона, сделать ее более открытой, экономически привлекательной. И сейчас, насколько мне известно, идет активное развитие нескольких горнолыжных курортов, которые пока что являются объектами регионального значения, но с серьезной перспективой развития. В настоящий момент там предусматривается строительство пока что небрендовых средств размещения. Но, по мере развития этих курортов, мы ожидаем увеличение интереса со стороны туристов и, как следствие, приход международных брендов.

Вячеслав Сапожников / Hotelier.PRO: Если говорить про дальние регионы, то не секрет, Россия за Уралом, живет вообще по-другому. Что сдерживает развитие гостиничного бизнеса там, каковы перспективы инвестиций в гостиницы Камчатки, Дальнего Востока, Якутии?

Павел Ельников / DLA Piper: У дальневосточного региона довольно серьезные перспективы развития, прежде всего, в рамках тех текущих проектов, которые многие называют не игорными зонами, а зонами развлечений. Насколько мне известно, они сейчас привлекают финансирование крупных международных групп, которые вышли из Макао и Гонконга. Эти проекты предполагают значительную составляющую именно в части средств размещения. Безусловно, это ориентировано и на жителей Дальнего Востока, и на приграничные зоны Китая.

Что касается остальных городов, расположенных за Уралом, то есть серьезные предпосылки для развития тех самых бизнес-отелей под международными брендами в среднем ценовом сегменте. Прежде всего это будет происходить в тех регионах и городах, в которых есть поток командировочных и иностранных специалистов.

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=1349:dlapiper&Itemid=279