



Достоинный результат

В марте в Москве с успехом прошла международная выставка "Интурмаркет-2011". Об ее итогах и результатах, о том, остались ли участники и организаторы довольны, рассказывает директор выставки Ольга ХОТОЧКИНА.



— Девизом "Интурмаркет-2011" был слоган "Весь мир и вся Россия", и к тому есть все основания: 138 стран и регионов мира приняли участие в выставке, в том числе все без исключения субъекты Российской Федерации. Многие участники отмечали, что выставка стала для них счастливой возможностью достойно представить туристический потенциал своих регионов на международном уровне.

— На нынешней выставке, как и обычно, преобладали стенды России, правда, среди них оказались представленные регионы, которые мало кто ожидал увидеть.

— Сохраняя международный статус выставки, мы делаем акцент на развитие внутреннего и въездного туризма. Повышенное внимание к поддержке малого бизнеса в регионах отразилось в программе "Профессиональный покупатель": 600 самых целеустремленных и серьезно настроенных менеджеров турагентств из 68 российских городов за счет организаторов приехали на выставку с целью повышения профессионального уровня и заключения новых договоров.

Впрочем, на выставке активную роль играли и иностранные представительства. Так, страной-партнером "Интурмаркета" стала Турция, золотым спонсором — Египет, а партнером программы "Профессиональный покупатель" — Греция. Все четыре дня выставки кипела работа на стендах стран Европы и Азии. Обратили на себя внимание и несколько стран-новичков: США, Канада, Швейцария и Зимбабве. К сожалению, один зарубежный экспонент вынужден был досрочно завершить свое участие в выставке в связи с трагическими событиями в стране. Это была Япония.

— Как оцениваете прошедшую выставку? Какие минусы и плюсы можете отметить?

— Пожалуй, соглашусь с нашими критиками, которые справедливо отмечают, что на выставке были представлены не все крупные туроператоры. Безусловно, сила традиционного мышления и наличие серьезного международного сегмента обеспечивают их участие в конкурирующем проекте, и это ни плохо, ни хорошо, это свершившийся факт. Я считаю, что ситуация может измениться, когда руководители компаний всерьез задумаются над сокращением неоправданно огромных выставочных расходов, этот процесс уже начался, и наш партнер компания "TEZ TOUR" стал здесь первой ласточкой. Ценовая политика "Интурмаркета" позволяет обеспечить эффективное имиджевое участие за вполне разумные

деньги. Выставочный комплекс "Крокус Экспо" отвечает всем международным стандартам, и это позволяет надеяться на серьезное увеличение числа туроператоров в следующем году.

— "Интурмаркет" традиционно славится своей интерактивной программой. Расскажите о наиболее значимых мероприятиях этой выставки.

— Во второй день выставки при поддержке Минспорттуризма и АНТОР прошла Международная конференция по доступному туризму, затрагивающая вопросы организации путешествий для людей с ограниченными возможностями. А 14 марта Генеральный секретарь Всемирной туристской организации г-н Талеб Рифаи своим выступлением открыл семинар по вопросам продвижения туристских дестинаций, тема которого более чем актуальна. Обе конференции имели внушительный список выступающих — ведущих международных экспертов, нацеленных на передачу зарубежного опыта российским коллегам.

В день открытия выставки "Интурмаркет-2011" был презентован национальный мультимедийный портал о туризме Welcome 2 Russia. Его цель — сформировать образ России как страны, привлекательной для туризма и отдыха, и рассчитан он как на россиян, так и на иностранных гостей.

Большой отклик у представителей СМИ и туроператоров вызвал круглый стол "Перспективы развития города-курорта Сочи в период подготовки к XXII Олимпийским и XI Паралимпийским зимним играм 2014 года", в рамках которого прошло подписание договора о некоммерческом партнерстве между Администрацией города Сочи и Оргкомитетом "Сочи 2014".

Множество мероприятий в рамках выставки было направлено на повышение профессионального уровня участников туристического рынка: семинар правовой комиссии РСТ, конференция по технологиям, рекламе и менеджменту в туризме, Аттестация менеджеров туристических агентств по различным направлениям АТОР, X практическая конференция Сети "ТБГ Туристические бренды" и множество других мероприятий.

Было в программе несколько новинок и неожиданных мероприятий. Состоялась церемония награждения победителей II Всероссийского конкурса детского рисунка "Семейное путешествие по России". Учитывая социальную направленность конкурса, поступило предложение издать каталог лучших работ "Россия глазами детей" на иностранных языках,

что поможет формированию положительного имиджа России на международном рынке.

Демонстрируя социально ответственное отношение к проблеме адаптации детей из сиротских учреждений, мы провели акцию "Открой мир детям!", в рамках которой дети из Ногинского детского дома смогли посетить выставку и познакомиться с историей и культурой своей страны и многих зарубежных стран.

— Довольны ли вы количеством посетителей в этом году?

— Согласно предварительным подсчетам службы регистрации, всего в течение четырех дней работы "Интурмаркета" было зафиксировано 72 тыс. посещений. Честно говоря, после неоднократно появлявшейся информации об отмене выставки мы ожидали меньше и участников, и посетителей. Поэтому количество посещений, которое немного не дотягивает до цифр прошлого года, представляется весьма достойным результатом. А участников на нынешней выставке было даже больше, чем год назад, и мы очень благодарны им за доверие.

— Во время подготовки к выставке наше издание опрашивало агентов, примут ли они участие в выставках и в какой именно. Многие из них сетовали на то, что две выставки подряд — это тяжело и дорого. В связи с этим хотелось уточнить, не планируете ли вы перенести выставку на другое время?

— Мне кажется, что сейчас, по прошествии уже шестой выставки, можно говорить о сосуществовании двух туристических форумов, имеющих различные векторы развития и подход к ведению бизнеса. Две выставки, идущие друг за другом, составляют как бы неделю туризма для профессионалов индустрии и взаимно дополняют друг друга. Звучали предложения о разведении сроков проведения мероприятий, но я считаю, во-первых, что это станет непосильным финансовым бременем для региональных участников и посетителей, чей приезд в Москву сопряжен с большими затратами, а во-вторых, именно середина марта — оптимальное время для всех участников рынка собраться и получить актуальные летние предложения перед началом сезона. Раньше середины марта они не готовы, позже — турагентства заняты продажами майских праздников и летних программ.

— Есть ли уже заявки на участие в выставке "Интурмаркет 2012"?

— Большинство участников выставки уже подтвердили свое намерение участвовать в "Интурмаркет-2012", также достигнуто соглашение о генеральном партнерстве с одним из крупнейших туроператоров, чье имя я пока не хотела бы разглашать. Эту новость мы обнародуем в самое ближайшее время.