

Барбадос покоряет Россию

В ближайшие годы на карте любимых маршрутов российских туристов может появиться еще одна точка в Карибском море — остров Барбадос. Об этом мечтает Роберт Кейсселитц, вице-президент Туристического департамента Барбадоса в континентальной Европе, о чем он и рассказал нашему корреспонденту



— В марте этого года в Москве начало работать представительство Барбадоса. По каким причинам вы решили продвигать в России этот далекий остров?

— Туризм в России бурно развивается, потенциально это один из самых больших рынков выездного туризма. В мире существует очень много направлений для путешествий, и мы хотим добиться того, чтобы, задумываясь о дальнейшей поездке, человек в первую очередь вспоминал о Барбадосе.

Этот тропический остров может предложить туристам много интересного. Россияне любят отдых класса «люкс», и Барбадос готов его обеспечить. В то же время, окружив гостей полным комфортом, он предоставляет возможность почувствовать культуру страны.

Это безопасное место, где туристы смогут спокойно наслаждаться отдыхом и получать новые впечатления. Жители страны очень приветливы. У Барбадоса сложился имидж острова для звезд, и здесь их запросто можно встретить на пляже или в ресторане. На острове есть куда пойти — музеи, ботанические сады, архитектурные памятники колониальной эпохи, множество высококлассных ресторанов и баров. Обязательно нужно заглянуть на великолепный рыбный рынок, где прямо при вас приготовят практически любые свежесловленные морепродукты, а съесть их лучше здесь же, в обществе местных жителей.

— Какова статистика прибытий иностранных туристов на Барбадос и есть ли конкретные цифры по россиянам?

— До 1966 года Барбадос был колонией Великобритании, и закономерно, что англичане наиболее частые гости на острове — в прошлом году здесь их побывало около 200 тыс. человек. За ними следуют граждане США — около 140 тыс., Канады — примерно 70 тыс., континентальной Европы — порядка 26 тыс., затем идут страны Латинской Америки. В течение прошлого года на Барбадосе отдохнули около тысячи гостей из России, а в этом сезоне мы уже чувствуем прирост — с января на 17,5% относительно аналогичного периода 2009 года. Россияне много путешествуют по Карибскому региону, но мы не хотим соревноваться с Доминиканой и Кубой, мы понимаем, что у нас есть свой потенциал.

— Какие отели предпочитают российские туристы?

— На Барбадосе есть гостиницы разного уровня — от 2* до 5*, но россияне предпочитают останавливаться в лучших.

— Есть ли у вас прогноз относительно увеличения потока российских туристов в ближайшем будущем?

— Сейчас сложно делать прогнозы, поскольку российских туристов к нам приезжает совсем немного. Было бы хорошо, если бы в течение двух лет их число достигло 4 тысяч.

— Какова схема продвижения Барбадоса в России?

— Первым шагом был выбор PR-представителя, в марте нынешнего года им стала компания Eventica, которая призвана доносить информацию об острове до россиян. Для начала нужно, чтобы россияне больше узнали о Барбадосе. Следующий важный шаг — работа с туроператорами, которые при содействии коллег с Барбадоса должны создать продукт, и вот тогда уже будет что продвигать. Как только мы завершим эти два шага, то начнем более серьезную маркетинговую кампанию. Конечно, главная цель — соединить Россию с Барбадосом прямым перелетом. Как только удастся его организовать, поток начнет расти.

— Чем конкретно вы планируете заинтересовать туроператоров?

— Для начала мы организуем фам-трип на Барбадос. Люди, которые в дальнейшем будут продавать туры на остров, должны увидеть его своими глазами, почувствовать, что такое Барбадос, и полюбить его. После создания продукта мы начнем работать дальше и, конечно, будем делать различные спецпредложения и скидки для российских туркомпаний.

— Вы продвигаете Барбадос как место круглогодичного отдыха или выделяете наиболее благоприятный сезон?

— Барбадос — это место, куда можно приехать в любое время, температура в течение года здесь практически одинаковая +28–30°C. Единственная разница — это цены. Зима считается высоким сезоном, поэтому цены выше. Тем, кто хочет испытать все прелести Барбадоса и потратить меньше денег, я советую приехать к нам летом.

— Выделяется ли бюджет на рекламу направления и куда конкретно будут вложены деньги?

— У нас есть идеи для второй фазы развития, когда уже будет создан продукт, тогда мы приступим к рекламе. Я считаю, что не обязательно выделять большие суммы на рекламную кампанию, главное, чтобы она была адресной и дошла до потенциальных клиентов.

— Планируется ли продвижение в регионах?

— Россия очень большая страна, мы решили сконцентрировать свою кампанию по продвижению Барбадоса на таких больших городах, как Москва и Санкт-Петербург, а продвигаться в глубь страны планируем через региональных туроператоров. Я знаю, что я хочу получить в итоге, но я не эксперт по России, поэтому мы будем работать вместе с PR-компанией Eventica, чтобы выбрать правильный путь развития и стратегию.

Светлана Еписеева

24 км² тропического рая



Еще три года назад на этот тропический остров в Карибском море практически не ступала нога российского туриста, а сегодня уже шесть семей из России приобрели виллы на престижном Сен-Бартелеми (сокращенно Сент-Барт).

Первым привлек внимание островитян к гражданам России один известный российский олигарх, купив виллу на модном Сен-Бартелеми, а в прошлом году он приобрел здесь целое поместье за €65 млн и установил ценовой рекорд на местную недвижимость. За ним в этот райский уголок на Карибах площадью 24 км² потянулись другие состоятельные россияне. В среднем стоимость здешних вилл колеблется от €2 млн до €5 млн. При этом

абсолютно для всех действует закон — берег моря не продается.

Заинтересовались островом и российские туристы, которых особенно привлекает период новогодних каникул. Минувшие зимние праздники на Сен-Бартелеми провели около 400 россиян. Статистика прибытий наших граждан пока не ведется, поэтому конкретных данных нет. А общая картина такова: в 2009 году здесь отдохнули порядка 140 тысяч иностранцев. Об этом на презентации острова, которая прошла в Москве, рассказала вице-президент Комитета по туризму и президент Ассоциации отельеров Сен-Бартелеми Анна Дантель. Она и президент Комитета по туризму Марите Вебер уже второй

год представляют туристические возможности острова столичным туроператорам и журналистам.

Львиная доля отдыхающих всегда приходилась на американцев, которые в течение 25 лет буквально «оккупировали» Сент-Барт. Однако в последнее время политика по привлечению туристов претерпела изменения. Активный промощен острова ведется в Бразилии (удалось добиться отмены визового режима для бразильцев), Европе и России. Ставку на массовый туризм здесь не делают — остров должен сохранить статус элитного места отдыха, поэтому отелей all inclusive на Сент-Бартелеми никогда не будет. И в России представители Комитета по туризму Сен-Бартелеми заинтересованы в сотрудничестве только с туркомпаниями, занимающимися организацией индивидуальных туров.

Определенным спадом туристов из Америки, последовавшим за кризисом, и одновременным увеличением количества отелей продиктована переориентация Сен-Бартелеми на круглогодичный туристический сезон. Пока же сезонность на острове такова: с 1 сентября по 15 октября (сезон циклонов) рестораны и отели закрыты; в ноябре и первой половине декабря отдыхают семьи; рождественские и новогодние каникулы отличает высокая концентрация знаменитостей мирового уровня; май и июнь — период свадеб; в июле и августе отдыхают молодые семьи из Европы. Период с 15 апреля по 15 декабря считается низким сезоном.

Светлана Еписеева

Свадебный переполох в Half Moon

В команде Half Moon, курортного отеля класса «люкс», расположенного в городке Роуз-Холл на Ямайке, появилось специальное подразделение по планированию свадеб, которое носит название Master Wedding Planners (www.halfmoonweddings.com). Таким образом, администрация курорта решила укрепить свои позиции в нише свадебного туризма.

С помощью команды Master Wedding Planners туристы могут сыграть свадьбу на легендарном ямайском курорте, история которого насчитывает 55 лет. К услугам туристов-молодоженов флорист, дизайнер тортов, шеф-повар, специалисты по мебелировке комнат, краснодеревщики и целая команда устроителей свадебных церемоний и торжеств.

Руководителем «свадебного» подразделения назначена Миртл Дуайер, она провела тщательную экспертизу всех воз-



на 10 гостей. А сегодня у нас большой бизнес — специалисты курорта провели более 2000 свадебных торжеств, на которых присутствовали от 2 до 200 гостей. Только одни американцы приносят нам \$16 млрд в год», — рассказала г-жа Дуайер.

Как утверждает команда Master Wedding Planners, обычно для каждой пары молодоженов в отеле устраивается не одно торжество. «Наши новобрачные участвуют как минимум в трех церемониях — это репетиция свадебного обеда, собственно брачная церемония и прием для гостей. Также может быть организован прощальный бранч. Наличие собственной команды свадебных организаторов позволяет нам организовать все эти события на должном уровне и без особых усилий», — сказала Марша Чин, сотрудник Master Wedding Planners.

Каждой паре, которая пожелала сыграть свадьбу в отеле, выделяется персональный свадебный помощник, который координирует все детали — от планирования свадьбы до последнего прощального торжества. Вместе с командой он организует все звенья свадебной цепочки — трансферы из аэропорта, индивидуальный план торжеств, работу с поставщиками необходимых товаров, украшение помещений, составление меню, выполнение юридических формальностей и многое другое. К началу церемонии у жениха с невестой создается

ощущение, что свадьбу им организовал хороший друг.

«Важно то, что мы выделили свадебную организацию в отдельное направление нашего бизнеса», — сказала Миртл Дуайер. — Мы гордимся тем, что организуем индивидуальные торжества, а не просто предлагаем гостям уже спланированные, стандартные церемонии. Молодожены могут сами сконструировать свою свадьбу, выбрав нужные им услуги по весьма приемлемым ценам — от пышного торжества в бальном зале площадью более 1000 м² до скромной, но романтической церемонии в беседке на пляже».



возможностей курорта, благодаря которым невесты и женихи могут сыграть в отеле шикарную свадьбу. «20 лет назад мы вышли на рынок свадебного туризма, с тех пор наши позиции сильно укрепились. Все начиналось со свадеб «на скорую руку», когда иностранные туристы приезжали сюда, чтобы пожениться по-быстрому и без особых формальностей. Первая свадьба, которую сыграли в Half Moon, была устроена в легендарном ресторане Sugar Mill — это была скромная вечеринка