уПАКованная Сицилия

УПАКОВАННАЯ СИЦИЛИЯ

В бой идут четыре самолета

После мирных лет монополии PAC GROUP и "Трис Т" на Сицилии туда вдруг вторглась "Натали Турс". PAC ответил на появление нового игрока двукратным увеличением перевозки. Как скажется на результатах сезона противостояние крупных туроператоров?



Журнал "Горячая линия. Туризм" май 2006 г.

Рассказывает генеральный директор компании PAC GROUP Илья Иткин

— Илья, перед началом сезона эксперты высказывали опасения, что амбиции туроператоров приведут к избытку перевозки на Сицилию. Как вы оцениваете текущую ситуацию?

— Сейчас совокупный объем партеров, заявленных на сезон, вполне оптимален. Новый игрок умерил амбиции, поставив Боинг-737 раз в неделю. PAC GROUP консолидирует вместе с партнером три еженедельных рейса из Москвы. Первая цепочка взлетела 3 апреля, 4 мая добавилась вторая частота, 20 июля к ним присоединится третья. Также мы поднимаем один рейс на Сицилию из Екатеринбурга с частотой раз в 11 дней с 21 июля и до конца сентября. Таким образом, увеличиваем собственную перевозку в два раза по сравнению с прошлым годом. Но я считаю, что раньше Сицилию на рынке недооценивали — поток из России был слишком мал. Мы увидели это еще в прошлом году: уделив направлению более пристальное внимание, смогли за один сезон повысить свой объем на 70%. И рост еще возможен.

— А стоит ли Сицилия, нишевый продукт, усилий крупных брендов?

— Да! Это редкое сочетание великолепного островного отдыха с богатой экскурсионной программой, обычно предлагаемой на материке. Есть еще одна характерная для этого сезона особенность: в Европе он стартовал намного лучше, чем в арабских странах. А на Сицилии сейчас к тому же хорошие цены даже в сравнении с Турцией. Наш эксклюзив на острове — клубные отели Citta del Mare и Naxos Beach с системой сервиса "все включено", где PAC GROUP имеет большие квоты, что позволяет ставить направление на поток по тарифам, сопоставимым с турецкими 4*. С другой стороны, зона фешенебельной Таормины с дорогими гостиницами дает возможность ориентироваться на взыскательных клиентов. Довершает привлекательность нашего предложения прямой перелет "боингами" и отдых разной продолжительности на базе трех еженедельных рейсов.



Есть существенное отличие в том, как мы рекламируем продукт в Москве и регионах. В столице мы не делаем широкой рекламы с описанием программ на потребителя, а в регионах помогаем агентствам формировать клиентский спрос.

— Какие аргументы в пользу того, чтобы брать Сицилию у вас?

— Это целая группа преимуществ. Сотрудники нашей принимающей компании Eurialo Viaggio чуть ли не в полном составе говорят по-русски, что обеспечивает туристам комфорт общения и в отелях, и на экскурсиях. В обострившейся конкурентной ситуации мы готовы задействовать ценовой механизм — для этого есть ресурсы и поддержка партнера. Программа PAC GROUP длиннее, мы работаем с апреля по ноябрь, соответственно, и квоты в отелях взяты на весь период по лучшей стоимости. В низкий сезон действуют специальные предложения для пенсионеров (Terza Eta), студентов и школьников по цене 495 евро. Кстати, отлично продаются! Это радует, потому что и дело благородное, и ноу-хау для бизнеса отличное. Имеем проверенный временем ассортимент отелей. А главное — мы на Сицилии не новички, поэтому агентства могут нам доверять.

Путь с моря

Посещение Сицилии включено в программу средиземноморских круизов известной марки MSC Crociere, проводником которой на нашем рынке является компания PAC GROUP. Учитывая интересы своего российского партнера, MSC позволяет туроператору осуществлять посадку и высадку туристов в любых портовых городах, куда летают чартеры PAC GROUP: в Неаполе, Генуе или Палермо. Можно сделать отличную комбинацию с отдыхом на Сицилии до или после круиза. Маршрутов по западному Средиземноморью - восемь за сезон, расписание размещено на сайте www.pac.ru. Принципиальным отличием нашего продукта - сочетание морского вояжа с отдыхом на Сицилии — от других являются организованные русские группы на борту, сопровождаемые в течение всей поездки представителями PAC GROUP. Особое внимание уделено экскурсионной программе во время остановок.

— А как вы оцениваете перспективы прямого рейса из Екатеринбурга?

— В этом городе мы открыли собственный офис в октябре прошлого года. Почему Екатеринбург? С моей точки зрения, это третий в России город по туристическому потенциалу после Москвы и Питера. Что видно даже по объему чартеров — третьему в стране. Там присутствуют многие крупные московские операторы, но с разными программами. Мы работаем по двум направлениям, оба — итальянские: один борт поднимаем на Римини, второй — на Сицилию. Блоки на сицилийском чартере не раздаем, реализуем только пакетный продукт. Хочу отметить, что хотя его стоимость в сравнении с московской программой выше на 200 евро, для клиента это значительно выгоднее любых вариантов перелета со стыковкой. Прямой рейс для регионов очень важен. Сколько бы московские операторы ни расписывали, как удобно путешествовать через столицу, регионы гнут свою линию. Это своего рода позиция: если нет возможности лететь напрямую, стыковки предпочитают делать не в Москве, а в Европе, несмотря на то что это дороже. Зарубежные авиаперевозчики сейчас активно заходят на екатеринбургский рынок, почувствовав подходящую нишу. Поэтому если компания ставит прямой чартер на Европу, он почти априори успешен. Ну и разумеется, нам на руку тот факт, что региональный рынок тоже насытился Турцией, есть интерес к новым направлениям.

— Очевидно, методы продвижения продукта в регионах несколько иные, чем в Москве?

— В нашей региональной политике есть четкий принцип: не работать с прямыми клиентами. Представительства создаются в помощь агентствам. Они занимаются продвижением, обучением, передачей документов... Это шлюз между Москвой и агентствами на местах. Есть, правда, существенное отличие в том, как мы рекламируем продукт в Москве и регионах. В столице мы не делаем широкой рекламы с описанием программ на потребителя, а в регионах помогаем агентствам формировать клиентский спрос. Публикуем статьи в екатеринбургских СМИ, готовим флаерс-продукцию, буклеты, в которых помещаем координаты агентств города и программы для радио. После таких рекламных шагов Сицилия "выстрелит", я уверен!

ВЫБОР АГЕНТСТВ

Лидия Павлова, директор компании "Интертур" (Москва)

Мы работаем с PAC GROUP по Сицилии с начала запуска программы. Сейчас это направление в моде, отдых в мае продается прекрасно. PAC и национальный туристический офис Сицилии за

эти годы сделали невероятно много для продвижения своего продукта. Клиенты уже знают, что остров на юге Италии – одно из самых теплых мест Средиземноморья, где можно купаться с мая по ноябрь. Сицилия невероятно популярна среди семейных пар с детьми. Для них очень удобны клубные отели с большой территорией, которые обслуживают туристов по системе "все включено", предлагают разнообразные развлечения. Это знаменитый комплекс Citta del Маге или Helios Club. Здесь родители могут оставить детей в детском клубе и съездить на экскурсии в Палермо или Сиракузы. Вообще на Сицилию мы отправляем клиентов разного достатка, поскольку там есть выбор гостиниц. Весьма востребованы экскурсионные туры по острову. На кого из операторов направления мы поставим? Каверзный вопрос... Мы сотрудничаем со всеми тремя. Наверно, поддержим в первую очередь того, с кем стартовали. И кто предложит лучшее качество по привлекательной цене. В пользу PAC GROUP говорит слаженная работа коллектива. Если их менеджеру не удается решить тот или иной вопрос, я всегда могу связаться с руководством. Эта открытость удобна.

ВЫБОР РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРОПЕРАТОРА

Екатерина Баранова, замдиректора компании "Мир" (Екатеринбург)

Если сравнивать остров с континентальной Италией, соотношение цены и качества говорит в пользу Сицилии. Отели там дешевле, уровень сервиса достойный. Последние четыре года мы отмечаем стабильную популярность Сицилии среди высокобюджетных туристов. Прямой перелет, конечно, активизирует спрос и расширит клиентуру. Программу PAC отличает удачно выбранный период — пик спроса в июле—сентябре — и оптимальная частота рейсов 11 дней. Такая продолжительность поездки, с одной стороны, популярна, с другой — способствует удешевлению продукта. У нашей компании была задумка самим поднимать чартер на Сицилию, но в одиночку региональному оператору такие направления делать тяжело. Поэтому будем помогать PAC GROUP загружать их рейс. Уже идут продажи даже на сентябрьские вылеты. Оценивая методы работы PAC в регионе, скажу, что компания зарекомендовала себя как одна из самых порядочных, согласующих свои амбиции с интересами местного рынка.

Подготовила Алина ГОРДЕЕВА