



13:54, 21 мая 2024

Вся соль лакшери: чего хотят туристы с деньгами и что могут получить

«Отдых на дикой воде» становится трендом сезона

Удорожание зарубежных туров сделало выездной туризм в России доступным в основном наиболее обеспеченным туристам. Для турбизнеса это означает новые возможности и рост среднего чека, но параллельно увеличивается и ответственность за результат. Как турагенту сделать так, чтобы туристы вернулись из поездки довольными? Для этого нужно изучить тенденции лакшери-туризма и предложить правильный продукт.

Лакшери-туризм в 2024 году: мировые тренды

По [прогнозам](#) Future Market Insights – одного из ведущих поставщиков специализированных отчетов по исследованию рынка, в ближайшие годы туристический бизнес в сегменте люкс ожидает умеренный среднегодовой прирост в 6,5%. Согласно [отчету](#) Internova Index: Luxury Advisor Insights международной компании Internova Travel Group, объединяющей тревел-консультантов премиального отдыха, характерная черта таких путешественников – максимальная конфиденциальность, доступу к эксклюзивным впечатлениям, а также к необычным предложениям от отелей, курортов и других поставщиков услуг.

Согласно исследованию Luxury Travelers Survey, представленному американской компанией Kensington Tours, 68% путешественников, предпочитающих премиальный сегмент, готовы платить больше за качественно спланированную поездку и индивидуальный сервис, позволяющий миновать очереди и скопление людей.

Если средний класс стремится к материальным аспектам роскошных путешествий, то состоятельные граждане жаждут получить новый интересный опыт. Поэтому эксклюзивные впечатления – главный отличительный фактор между старым и новым люксом. Получить их туристы могут через индивидуальные форматы познавательного отдыха, тематические туры, например знакомство с местной гастрономией. При этом речь необязательно о наземном отдыхе – растет спрос на морские и речные круизы по интересным маршрутам. Кстати, 70% консультантов по путешествиям класса люкс заявили, что в 2024 году они будут бронировать больше морских и речных круизов, чем в 2023 году.

Предлагая их, тревел-консультанты решают распространенные проблемы и выявляют болевые точки. Ключевые – это поиск комфортного размещения, удовлетворяющего всем требованиям клиента, а также планирование всей поездки и ее координация.



Россия: чего хотят туристы

В России тенденция к лакшери выражена, пожалуй, еще сильнее, так как потребителями зарубежных туров, а значит, и клиентами турагентств остается самая обеспеченная прослойка туристов. Как и во всем мире, такая категория клиентов осознает ценность услуг турагентов, так как понимает: они экономят им время, деньги, помогают избегать дорогостоящих ошибок и рисков, характерных для самостоятельного планирования путешествий. Именно поэтому на выездных направлениях доля организованных путешественников в 2023 году превысила 80%.

Предпочтения схожи с общемировыми. Обеспеченные россияне готовы платить больше за интересный и познавательный отдых. Именно поэтому восстанавливается спрос на поездки в Европу – по экспертным [оценкам](#), в этом году замечен прирост на 20%.

За высокий чек туристы хотят получить персонализированный подход и максимум впечатлений, поэтому перед турагентами встает непростая задача – выбрать подходящий продукт. Актуальный тренд – морские круизы на лайнерах премиум-класса.

Круизы Explora по Европе – тренд сезона

В туроператорской компании PAC Group, которая является генеральным представителем MSC Cruises и нового бренда Explora Journeys в России, приводят пример – пользуются спросом круизы на лайнерах Explora I и Explora II. Они специально разработаны под нужды взыскательных путешественников.



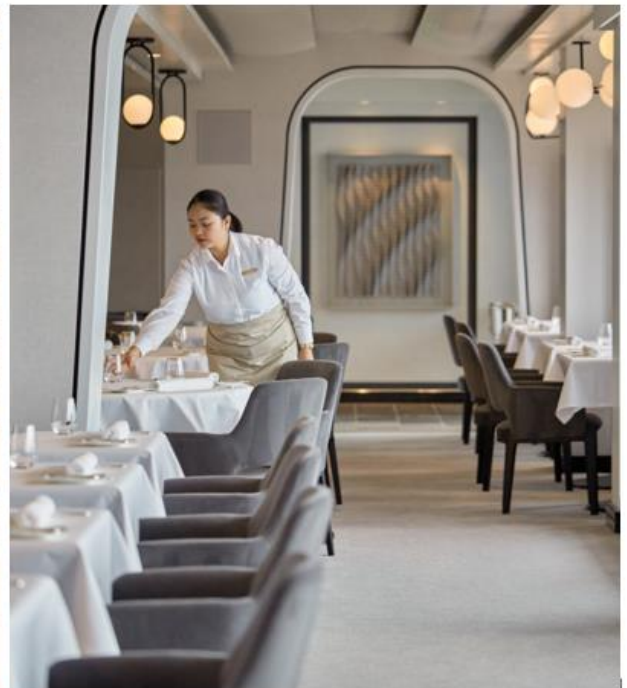
Лайнеры спроектированы с учетом общемирового тренда на роскошь и персонализацию сервиса. Каждый путешественник на борту получает больше пространства и одновременно – внимания к себе. Так, первый лайнер Explora I, спущенный на воду летом 2023 года, предлагает комфортное размещение для 922 гостей. Для поддержания высокого уровня сервиса штат лайнера включает 700 сотрудников. Соотношение гостей к персоналу – 1,25:1. На борту действует круглосуточный консьерж-сервис, а сьюты высоких категорий обслуживают батлеры.

Стопроцентно учтен и запрос на познавательный отдых. Концепция маршрутов Explora Journeys позволяет выйти из одного порта и закончить свое путешествие в другом. Таким образом, туристы могут комбинировать круиз с другими форматами отдыха, дополнив его проживанием в отелях в начале или конце поездки, экскурсиями.

Большое внимание уделено комфорту в сютах. Один из трендов в индустрии гостеприимства – клиент должен хорошо выспаться. Поэтому на Explora, как и в дорогих отелях, установлены удобные кровати с ортопедическими матрасами, высококачественным постельным бельем Frette и ассортиментом подушек. Блэкаут-шторы, закрывающие панорамные окна, позволят полностью расслабиться и отдохнуть.



В 2024 году 70% тревел-консультантов ассоциации Virtuoso отмечают рост количества гастрономических поездок, а 20% взыскательных клиентов заказывают туры, в которых основное внимание уделяется еде и вину. Поэтому во всем мире отельные бренды стремятся выделиться и за счет гастрономии. Рестораны высокой кухни стали обязательным элементом лакшери-отдыха. Это касается и морских лайнеров. Например, Explora даже в основном ресторане Emporium Marketplace делает акцент на качественные продукты местных производителей в точках по маршруту. Наиболее изысканные впечатления предлагает Anthology: авторское меню от самых знаменитых шеф-поваров мира. Винные пары от именитых виноделов дополняют атмосферу.



По мнению Кассандры Марселлы Мецгер, основательницы и дизайнера путешествий агентства Premier Wellness Travel, самыми большими изменениями, произошедшими в результате пандемии, стало стремление к уединению, природе и психическому здоровью. В 2024 году наиболее перспективным трендом становится «плавание в дикой воде». Explora спроектированы так, что на палубах, верандах, у бассейнов и открытых джакузи туристы ощущают атмосферу

уединения и любуются видами моря. Дополняет это прекрасно оснащенный спа-центр Ocean Wellness.



Россияне путешествуют на лайнерах Explora с 2023 года – с момента премьеры первого судна. Однако настоящий всплеск популярности ожидается в этом сезоне: на маршруты выходит Explora II, второй по счету лайнер бренда. Это значит, что туристы получают больше интересных маршрутов, причем в самой популярной акватории – Средиземном море.

Это важный аргумент, позволяющий турагентам из России активно включаться в мировой тренд и предлагать взыскательным туристам созданный для них продукт.

Имеет значение и то, что самостоятельно забронировать круизы Explora Journeys невозможно. Политика компании заключается в том, что продажи ведутся только через турагентства, при этом розничные партнеры получают достойное вознаграждение. Туроператор PAC Group предлагает специальные условия для [первого бронирования круиза на Explora Journeys](#).

В заключение – о ценах. Даже обеспеченные туристы считают деньги, поэтому турагенту важно обосновать бюджет поездки. Безусловно, сложно сравнивать отдых в одном из премиальных отелей на Средиземноморском побережье или круизное путешествие, но согласно актуальной ситуации на рынке стоимость 7 ночей проживания в отеле люксового сегмента для двоих на «все включено» начинается от 7 тыс. евро. В рамках этого ценового сегмента Explora Journeys предлагает 7 дней насыщенного путешествия по Средиземному морю. Каждый день гости просыпаются в новом месте, отправляясь навстречу открытиям и исследованиям новых городов. При этом в стоимость уже включено: неограниченное посещение пяти из шести ресторанов; безлимитные напитки, включая качественные вина, спиртные напитки премиум, коктейли; интернет на территории лайнера на протяжении всего маршрута; развлекательные и оздоровительные программы; а также все сервисные сборы – чаевые, портовые сборы. От путешественников не требуется никаких доплат.

Сейчас действует специальное предложение – забронировать круизы на роскошных лайнерах Explora Journeys до 31 июля 2024 года можно на выгодных условиях – [по специальным ценам и предоплатой всего 10%](#).

Реклама. АО Агентство «ПАК-ТРЕВЕЛ», ИНН 7732011395

[«Горячая линия. Туризм»](#)