весь номер от 12.09.2014

Pac Group намерен увеличить свою долю в условиях падающего рынка

Туроператор Pac Group во вторник представил свои зимние программы агентствам. Несмотря на тяжелую общую ситуацию на рынке, компания планирует увеличить долю на тех направлениях, где чувствует себя уверенно, за счет преимуществ собственного продукта, а также ухода обанкротившихся конкурентов.

«Такого «богатого» на отрицательные события сезона не было никогда. Даже кризисы 1998 и 2008 годов, как мне кажется, прошли легче и быстрее, – заявил, открывая встречу, генеральный директор Pac Group Илья Иткин. – В конце июля, за несколько дней до банкротства «Лабиринта», мы проводили мониторинг: по Италии было превышение объема раннего бронирования по горным лыжам по сравнению с прошлым годом на 77%. По Франции – на 33%. После краха «Лабиринта» прирост сократился до 13%. В первые три недели августа объем бронирований отставал от уровня прошлого года на 35-40%. Это очень серьезное падение. Но в последнюю неделю августа и первую сентября в нашей компании продажи вернулись к уровню прошлого года. Сейчас, возможно, из-за «Солвекс-турне» и «Южного Креста» опять будет спад. Банкротства задели всех: если кто-то не пострадал впрямую, потеряли в темпах продаж». Кризис, по его словам, – это всегда время возможностей для более сильных компаний. Но это – в долгосрочном плане, а в краткосрочном то, что сейчас происходит, плохо для всех.

Тем не менее, компания Pac Group чувствует себя вполне уверенно: «Конечно, череда банкротств, начавшаяся в июле, подрывает доверие потребителей. Но и ставит перед нами определенную планку. Мы хотим быть в рынке и сегодня, и завтра, и послезавтра, и вынуждены не только работой, но и другими делами доказывать свое место. Две недели назад мы побывали Ростове, Краснодаре и Казани. Знаете, какие вопросы чаще всего звучат из зала? «Кто следующий?» и «Все ли у вас нормально?» Но мы уверенно смотрим в завтрашний день. Я могу заявить как человек, понимающий ситуацию, что слухи, которые ходят на рынке, это не про нас».

Г-н Иткин подчеркнул, что компания уже более 10 лет не работает с недавно закрывшимся «Авиачартером», более 90% авиационных контрактов туроператор заключает напрямую. При этом 40% перевозки осуществляется на рейсах регулярных авиакомпаний. По итогам лета 2014 года авиакомпания Air France признала туроператора лучшим партнером на рейсах в Париж. «С регулярными перевозчиками невозможно работать без банковской гарантии. Сегодня (9.09 – RATA-news) банк «ВТБ-24» выдал нам гарантию на $1,24 млн. долларов. Кроме того, в нашей собственности офис в Москве площадью 1200 кв.м. Ответственность компании перед туристами застрахована на 105 млн. рублей. Оборот за 2013 год составил 8,33 млрд. рублей. Операционная прибыль за два успешных года – 2012 и 2013 – более 10%», – рассказал агентствам глава Pac Group.

В последние годы Pac Group делал ставку на Европу, и это было оправдано в условиях, когда в Египте или Таиланде регулярно возникали проблемы. Однако в этом году трудности начались как раз в Европе: «Но Европа разная, на некоторых направлениях был спад, на других нет. Мы весной планировали по Италии 30% роста, но уже с конца апреля стало понятно, что его не будет. После этого скорректировали программы из региональных городов и Москвы. Это было непросто, но теперь я могу говорить об устойчивости компании и уверенности в завтрашнем дне. В итоге нам удалось этим летом повторить объем прошлого года. Но дальше надо смотреть, где и какой ценой это получилось: по каждому региону Италии будет своя картина. Например, есть очень большой рост по Сардинии, по Сицилии, причем, не только из Москвы, но и регионов. А вот объем по Адриатике оказался меньше запланированного», – рассказал г-н Иткин.

Объемы компании по Франции по сравнению с прошлым годом также серьезно выросли, но не потому Франция «росла» – она испытывает те же проблемы, что и вся Европа. «Но мы в это направление серьезно инвестируем, поэтому доля Pac Group растет, а доли ряда других операторов падают. Ничего удивительного в этом нет – если ничего не делать и ждать, то объемы действительно упадут процентов на 30%. Если с этим бороться, вкладывать средства, можно добиться результата. По тем направлениям, которые для нас были выгодны, мы серьезно работали, и по «головам» там не снижение, а рост. Хотя рентабельность – отдельная история в каждом сегменте», – заявил г-н Иткин.

Зимний сезон, по его словам, может быть по-разному складываться на различных направлениях и сегментах туризма: «На отдельных массовых пляжных направлениях, например, в дешевом Египте, спрос может даже вырасти. Но в целом объем туристов, безусловно, снизится. Процент сокращения зависит от политики туроператоров и ряда внешних факторов, экономических и политических. Думаю, что горнолыжный сегмент упадет на 10-15%».

В предстоящем сезоне Pac Group планирует делать ставку на три сегмента, где у туроператора, как он считает, есть конкурентные преимущества. Это – горные лыжи, морские круизы и бронирование индивидуальных пакетов в онлайне. На альпийских курортах Италии, Франции, Австрии будет увеличено предложение отелей, в том числе, за счет эксклюзивных контрактов. В горнолыжных отелях цепочки Union Hotel Group в Италии создаются детские клубы «Пак Ленд» по аналогии с клубами на морских курортах и в финской Руке. Родители смогут здесь поставить детей на лыжи с помощью русскоязычных инструкторов, причем уроки обойдутся дешевле, чем в лыжных школах. В Финляндии оператор планирует получить часть объемов «Лабиринта», который, имея очень похожий продукт, выступал на этом направлении его главным конкурентом. «Мы к зиме готовы. Говорить о росте объема на падающем рынке было бы слишком оптимистично, но свою долю на этих рынках мы собираемся увеличить, сохраняя возможность корректировки программ, если того будет требовать ситуация», – уточнил г-н Иткин.

В круизах основной новинкой следующего лета станет программа из Сочи на лайнере MSC Opera. Первый круиз стартует 13 июля 2015 года, продажа открыта 13 августа. «Мы ставили задачей привести в Сочи нашего партнера компанию MSC с качественным лайнером и хорошим маршрутом. Круиз был подготовлен довольно давно, мешало отсутствие у Сочи возможностей для приема больших судов. Один из результатов Олимпиады – реновация порта и гавани, техническая возможность привести лайнер серьезного класса в Сочи. Маршрут включает Италию, Грецию, Турцию, Хорватию, Румынию и Россию. Можно плыть неделю из Венеции в Сочи или обратно, можно сесть в Стамбуле. Но основной маршрут будет из Сочи в Сочи. Думаю, что посадка в родном порту может многих сподвигнуть на эту поездку», – рассказал Илья Иткин.

Третья важная для туроператора ниша – система бронирования Pac World, где, по словам г-на Иткина, наблюдается ежемесячный рост продаж на 30-80%. Система постоянно обновляется, ассортимент предложений растет. Сегодня в ней представлены отели, апартаменты и виллы, авиабилеты, трансферы, экскурсии, а также аренда автомобилей. В целом в структуре продаж Pac Group отдых на море занимает 25%, экскурсионные туры – 28%, горные лыжи – 20%, круизы – 19%, онлайн-бронирования в системе Pac World – 7%, образовательные программы – 1%.

Юлия Батырь, специально для RATA-news

www.ratanews.ru