Туроператоры снова делят «землю»

В сезоне-2010 туроператоры по Греции вернулись к докризисной практике подписания эксклюзивных договоров с отельерами. Участники рынка, обсуждая эту тему, приводят несколько примеров. «Музенидис Трэвел» стал единственным партнером критских гостиниц Rethimno Mare, Rethimno Mare Royal и Peninsula Hotel. «Натали Турс» вступила в альянс с отелем Anabelle Village на Крите. ЮЖНЫЙ КРЕСТ – с Grecotel Lakopetra на Пелопоннесе и Kipriotis Village на Косе. «Лабиринт» – с Simantro Beach в Халкидики.
Год назад представители отечественных турфирм не решались пополнять свой ассортимент подобными контрактами, считая их слишком смелыми в экономически нестабильное время. Не отрицают они рискованности предприятия и сейчас. «Но другого пути нет, – отмечает Константин Горин, руководитель греческого направления компании «Лабиринт». – Когда несколько туроператоров имеют квоты в одном отеле, начинается битва. Сейчас, в условиях возросшей конкуренции, задача любой компании – создать ассортимент отелей, который отличался бы от того, что есть у коллег. Это позволяет фирме быть независимой от разных событий, происходящих на рынке». По словам Александра Цандекиди, генерального директора московского «Музенидис Трэвел», главной задачей его компании на этапе вхождения на Крит было предоставление рынку продукта «не хуже, чем у других». А Андрей Кузнецов, президент ЮЖНОГО КРЕСТА, так прокомментировал свое решение: «Мы не надуваем воздушные шарики в бизнесе, а растем. И для роста должна быть почва, а не камни». По мнению наблюдателей, ажиотаж вокруг эксклюзивов связан с тем, что все игроки стараются реализовать в этом сезоне самые амбициозные планы, поднять множество чартеров, несмотря на то, что спрос далеко не на уровне бума.
Отельерам же эксклюзивы сейчас выгодны, поскольку они боятся не получить нужную загрузку из-за разных проблем, возникших на греческом направлении. В том числе забастовок и периодических осложнений с визами. «А так у нас все продано до сентября», – сообщил Иоаннис Михос, руководитель отеля Simantro Beach. Со своей стороны, незаинтересованные лица полагают, что судить о том, насколько оправданны такие контракты, можно будет по итогам сезона. Туроператорам непросто выполнить обязательства, отельеры оказываются связанными по рукам и ногам. «Подобная схема больше подошла бы для маленьких рынков, где иначе сложно получить серьезные объемы, поскольку там мало крупных игроков», – считает Димитрис Харитидис, директор по продажам Aldemar. Владимир Каганер, генеральный директор TEZ TOUR, добавляет, что по факту эксклюзивные контракты часто таковыми не являются: отели все равно сотрудничают с несколькими партнерами, используя разные схемы. Например, продают комнаты на российский рынок через украинских туроператоров.