

## **СОБЫТИЯ КАК ДРАЙВЕРЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО РЫНКА**

Добрый день, уважаемый Алексей Валерьевич, добрый день, уважаемые участники коллегии!

В январе 2017 года на общем собрании отелей Республики Татарстан было принято решение о создании Ассоциация отелей г.Казани и Республики Татарстан. Это было одно из важнейших событий для нашей гостиничной отрасли. На сегодняшний день в Ассоциацию входят 60 отелей республики из городов Казани, Набережных Челнов и Елабуги.

Ассоциация отелей - это профессиональное объединение отелей, созданное с **целью защиты интересов отельеров и оказания помощи в основных профессиональных вопросах.**

**Задач** у Ассоциации отелей немало, особенно хотелось бы выделить основные:

1. Создание открытой площадки взаимодействия и сотрудничества и обмена опытом гостиничной отрасли с властью, с профильными образовательными учреждениями, туроператорами, с крупными российскими отельными сообществами (ФРиО, РГА и др.) и т.д.
2. Создание единой системы информирования отелей о законах, предстоящих событиях, профессиональных мероприятиях и интересах.
3. Содействие членам АО в осуществлении профессиональной деятельности, защита интересов предприятий индустрии гостеприимства.

За недолгий период существования Ассоциации отелей были проведены:

- 1) Цикл встреч «Бизнес и власть: откровенный разговор» на тему проверок отелей;
- 2) Расширенное Совещание по вопросу безопасности отелей в июле 2017;
- 3) Выступление на Совете предпринимателей при Президенте РТ в январе 2018 года;
- 4) Налажено взаимодействие с государственными органами: УВМ МВД РТ по РФ, МВД, МЧС, Росгвардией, Роспотребнадзор и др.

5) Составлена совместно с УВМ МВД РФ по РФ памятка по регистрации иностранных граждан; методические указания по подготовке отелей по нормам безопасности с МЧС.

6) Решён вопрос обеспечения парковок для туристических автобусов у отелей в центре города

Также до сих пор есть и открытые вопросы отелей, которые требуют решения:

1) запрет размещения крышных вывесок отелей в центре на территории действия ПЗО «Ансамбль Казанского Кремля»

2) снижение (по опыту Москвы) налоговой ставки на недвижимое имущество отелей и земельный налог, рассчитываемой сейчас от кадастровой стоимости

3) снижение налоговой ставки на движимое имущество отелей

**Объем номерного фонда** по состоянию на 1 января 2018 г. составил:

- **198** коллективных средств размещения на **17 528** койко-мест в Казани,
- **404** коллективных средств размещения на более чем **38000** койко-мест в Республике Татарстан.

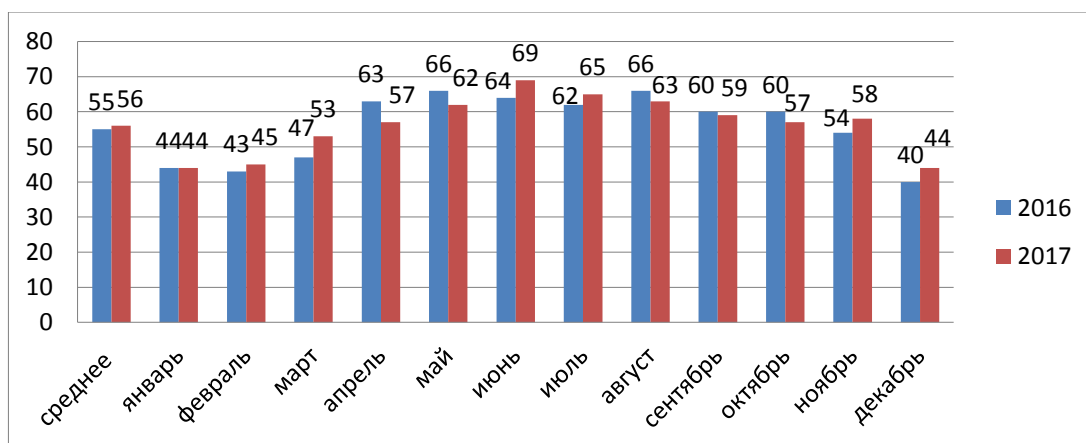


График 2. Средняя загрузка отелей г. Казань в 2016-2017 гг. (в %).

По данным аналитики предоставленным ЦРТ РФ средняя загрузка отелей по городу Казани незначительно выросла по сравнению с 2016 годом с показателем в 55% и достигла значения 56%. Динамика показателей по средней загрузке отелей в 2017 году была неоднозначной и в своём

большинстве констатировалась под знаком падения в сравнении с показателями 2016 года. Неприятным сюрпризом было падение показателей загрузки в апреле (-6%) и мае (-4%) в сравнении в 2016 годом – именно в те месяцы, которые неизменно являлись периодом высокой загрузки. Также падение было в августе (-3%), сентябре (-1%) и октябре (-3%). Рост показателей в сравнении с 2016 годом фиксировался в феврале (+2%) и марте (+6%), июне (+5%), июле (+3%) и декабре (+4%).

Такие гостиничные показатели, как средняя цена на номер (ADR) и доход с номера (RevPAR) в 2017 году выросли и показали положительную динамику. Таким образом, несмотря на падение загрузки в большинстве месяцев 2017 года по отношению к 2016 году (за исключением июня, июля, ноября и декабря), рост тарифов с начала года и проведение Кубка конфедераций в июне, и как следствие, рост средней цены и дохода с номера позволили отелям достичь положительной динамики в сравнении с 2016 годом и нарастить годовые показатели по выручке и доходности.

#### **Для сравнения данные по загрузке Москвы и Санкт-Петербурга:**

Так, по данным аналитического агентства «Cushman & Wakefield», «...за первое полугодие 2017 года (с января по август) показатели загрузки Москвы не показывают убедительного роста – ни в объемах, ни в тарифах, за исключением периода Кубка конфедераций».

По данным Hotel Advisors отели Санкт-Петербурга «...по итогам 3-х кварталов (январь-сентябрь) 2017 года показали значительный спад по загрузке и только рост цен позволил им нарастить показатели доходности».

Проанализировав график загрузки Казани за 2017 год, мы видим, что пики загрузки приходятся на месяцы и дни проведения крупных мероприятий.

Рост показателей в сравнении с 2016 годом фиксировался:

- в марте (+6%) – это детские фестивали и каникулы;
- в июне (+5%) – это проведение Кубка конфедераций;
- в июле (+3%) – это спортивные соревнования по пляжным играм, чемпионат Red bull air race, международная конференция МИНЕПС VI,

Сабантуй, Летний кампус президентской академии, Бои по правилам TNA и другие мероприятия;

- в ноябре (+4%) – это проведение детских каникул и праздников, спортивных соревнований чемпионата и кубка по плаванию;
- в декабре (+4%) – это проведение новогодних праздников.

Если мы вспомним 2010 и 2011 года, то подобный прирост приносили такие масштабные мероприятия и события, как рок-фестиваль «Сотворение мира», гастроль цирка Дю Солей и концерт Элтона Джона в 2013 году.

Как видим любое шоу, церемония, концерт, разнообразные театрализованные представления, фестивали, также проведение крупных спортивных мероприятий или проведение деловых международных симпозиумов, конференций, семинаров могут стать отличным источником для роста загрузки и дохода объектов инфраструктуры: во время проведения крупных событий зарабатывают и гостиницы, и рестораны и магазины, продающие сувениры и прочую тематическую атрибутику.

В качестве **примеров мировой практики** использования событий для привлечения внимания к городу и стране можно привести:

1. Бразильский и венецианский карнавалы
2. Парад цветов в сентябре в Амстердаме
3. Фестиваль вина в Молдове
4. Октоберфесте в Германии
5. Показы мод в Париже и Милане
6. Фестиваль джаза в Монтре
7. Зальцбургский музыкальный фестиваль
8. Кинофестиваль «Кинотавр» в Сочи

Насколько это интересно и выгодно можно, судить по примеру масштабного ежегодного мюнхенского фестиваля пива «Октоберфест». Он **длится 2 недели**. Пиво там действительно льется рекой: за каждый фестиваль его **гости выпивают около шести миллионов литров** данного напитка. По

данным статистики, в это время город принимает порядка **шести миллионов человек туристов** и **оборот финансовых средств** на празднике **составляет около 450 миллионов евро**.

Все вышеперечисленное доказывает, что событийный туризм является мощным драйвером для гостиничной отрасли и всей индустрии туризма в целом. Он способен привлекать большие деньги в экономику региона и увеличивать загрузку отелей, ресторанов в период традиционно низкого сезона.

Уважаемый Алексей Валерьевич, просим Вас поддержать идею создания механизма поддержки новых и привлечения существующих брендовых событийных мероприятий в Республику Татарстан.

Благодарю за внимание!