ИГРА НА ИНТЕРЕС

ПОЧЕМУ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ИГРЫ СТАЛИ НОВЫМ МОДНЫМ УВЛЕЧЕНИЕМ ОБРАЗОВАННЫХ ЛЮДЕЙ ВСЕХ ВОЗРАСТОВ, И КАК ИЗВЛЕЧЬ ИЗ НИХ ПРИБЫЛЬ?

_ИНТЕРПРЕСС / _ЮЛИЯ БЕЛОЗЕРЦЕВА

К ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ относятся игры, требующие от участников эрудиции. Традиционно игрокам требуется отвечать на вопросы из различных сфер. Длится интеллектуальный турнир 30-40 минут. Командная игра позволяет участнику не только проявить эмоции и личностные качества, но и «прокачать» свои знания и навыки. А раз это интересно и востребовано, рынок тут же начал превращать «игры разума» в звонкую монету. **«БД»** расспросил экспертов по играм и узнал, как монетизировать головоломки.

Играют все!

*«Мы живем в эпоху, когда в игровом виде преподносится практически все, – утверждает игрок телевизионного клуба «Что? Где? Когда?» **Алексей Блинов**. – Люди все больше и больше внимания уделяют играм, причем их варианты самые разные: очные, командные, индивидуальные, компьютерные».*

Вариантов участия в «интеллектуалках» – масса, но особенно популярными стали интеллектуальные турниры, которые проводятся в кафе, барах и лофтах. Так, в Москве и Санкт-Петербурге сейчас работают несколько десятков клубов, специализирующихся на интеллектуальных играх, и организаторы активно скупают франшизы успешных проектов.

Спрос на «отдых с пользой для ума» никуда не исчез

*«У интеллектуальных игр есть спрос и хорошее будущее, – рассуждает **Алексей Блинов**. – Вопрос в том, что нового предложить рынку и насколько это соответствует пожеланиям игроков. Люди хотят не просто “нажимать на кнопочки и получать результат”, им требуется еще и сопереживать. Поэтому игра обязательно должна включать эмоциональную составляющую».*

Эксперты отмечают, что коммуникация, которую подразумевает участие в клубах интеллектуальных игр, является важным элементом этого бизнеса. Живое общение все больше в дефиците, а интеллектуальные турниры дают прекрасную возможность завести знакомства, блеснув знаниями и сообразительностью. Эта ниша хорошо взаимодействует с трендом на дополнительное образование: игры, помимо всего прочего, это хороший способ получения новых компетенций и мотивации для развития.

*«Игротека – место, куда приходят по интересам, где происходит неформальное общение: здесь находят не только единомышленников, но и будущих партнеров по бизнесу», – уверяет **Екатерина Пастушенко**, член Национальной Ассоциации Организаторов Мероприятий.*

Что происходит на рынке?

Рынок интеллектуальных проектов стремительно растет, утверждают специалисты. Сфера «умных игр» уже прошла стадию вспышки интереса и сейчас поступательно развивается. В разы увеличилось количество event-агентств, которые среди предлагаемых клиенту концепций выделяют блоки интеллектуальных игр.

Игровые задания делятся на 2 типа: «на знание» и «на логику». Первый принято называть «квиз», второй условно именуют «брейн-ринг» или «Что? Где? Когда?». Отдельно существуют сообщества любителей «Мафии» и настольных игр. Однако игры в «вопросы и ответы» заметно вышли на первый план.

В Петербурге недавно появились более «свежие» форматы, стремительно набирающие популярность. Например, «Detectit» и «МозгоБойня», которые после успеха на родине – в Белоруссии – заработали в Северной столице по франчайзингу.

Новые идеи в сегменте «интеллектуалок» возникают крайне редко. Те же квизы появились более полувека назад в Англии и до сих пор пользуются широким признанием.

Клуб «КВИЗ, ПЛИЗ!», который проводит квизы в Москве 9-10 раз в неделю, собирает по 300-400 человек на каждой игре, а его франшиза работает в 70 городах по всему миру.

Клуб игрового формата «60 СЕКУНД» также организует по 8-9 мероприятий в неделю, в Москве постоянно играют около 300 команд. Филиалы клуба, помимо столицы и Санкт-Петербурга, открылись уже в 60 городах, в том числе в Таллине и черногорских Будве и Баре.

При этом любой более-менее окрепший проект предлагает свои программы и на корпоративные мероприятия. Они делаются более легкими для восприятия – по аналогии с ТВ-шоу «Где логика?» или «Подмосковными вечерами» с кнопками для голосования и прочей интерактивной атрибутикой.

По словам экспертов, в настоящий момент новичкам трудновато конкурировать с лидерами рынка, поскольку проблематично найти площадку для проведения игр: все подходящие места уже заняты. Впрочем, остались незаполненные ниши: например, мода на интеллектуальные игры в барах

Начинающим рекомендуется изучить рынок предложений и определить критерии поиска целевой аудитории. И хотя, по сути, формат игры един, исполнение у всех разное.

К примеру, квизы в основном отличаются друг от друга игровой механикой и маркетинговыми приемами.

Франшиза такой игры, как квиз, стоит примерно

30

тысяч руб.

в виде паушального взноса. Для привлечения аудитории на первые игры придется потратить на рекламную кампанию в соцсетях еще около 15 тысяч руб.

Роялти составит чуть меньше, чем 1/4 заработка, но зависит от числа играющих команд.

Без привязки к конкретному месту и обстоятельствам приблизительные вложения на старте не должны превысить

50

тысяч руб.

Окупаются они за первые

4–5

мероприятий,

если организовывать процессы и придерживаться показателей эффективности согласно рекомендациям держателей франшизы.

Последние уверяют, что на крепко сделанном продукте при правильном подходе можно неплохо заработать.

Так, в перспективе организатор имеет возможность получать по 30-50 тысяч руб. в месяц даже в небольшом городе.

Чтобы повысить доход в дальнейшем, необходимо дополнять игру пакетами спецпроектов, организовывать событийные мероприятия, расширять аудиторию.

еще не прошла, так что любой новичок имеет шанс заинтересовать часть аудитории, которая ходит на квизы и ищет свой идеальный вариант. В регионах также есть пространство для запуска франшиз, но маржинальность проектов там ниже. По прогнозам специалистов, вскоре тематических вариантов игр станет еще больше, и вопрос качества контента, как и потребность в профессионалах по event-задачам, станет острее.

Как открыть собственный клуб?

Арт-директор клуба «60 секунд» Кирилл Радченко повторяет: всем, кто собирается выйти на рынок интеллектуальных игр, нужно в первую очередь позаботиться о качестве контента и лишь потом – о маркетинге. Продать игрокам низкосортный контент сейчас еще получится, но если начинающему устроителю викторин хочется играть «в долгую» и сформировать комьюнити вокруг проекта, в приоритете изначально должен быть не заработок.

*«Хорошим считается вопрос, подразумевающий единственно правильный ответ, – объясняет **Кирилл Радченко**. – В нем должны быть разнообразные метки, критерии и прочие "отсечки", которые позволят игрокам из множества версий выбрать верную. Ядро аудитории стало разборчивее в качестве заданий, игроки обращают внимание на корректность формулировок, качество фактчекинга, возможность "взять" вопрос логикой, а не прямым знанием».*

В Москве на основе классической «МАФИИ» работают около 10 клубов, но наиболее популярны 3 из них, по выходным там собирается до 100 игроков.

Крупный маф-клуб «ИМПЕРИЯ» имеет представительства в 10 городах, в частности, в Нью-Йорке. При этом определенная часть филиалов всех клубов периодически закрывается: либо не выдерживает конкуренции, либо останавливается в развитии бизнеса.

В регионах бюджеты скромнее, за игру платить тяжелее, но организаторы не сдаются.

Основатель клуба «Квиз, плиз!» Андрей Глинский оптимистично заявляет, что открыть квиз достаточно легко, и это почти ничего не стоит. При этом он советует трепетно относиться к проработке деталей – начиная от нюансов оформления мероприятий и заканчивая работой авторской группы, пишущей вопросы. По словам эксперта, запустить квиз можно с инвестициями в 150-200 тысяч руб., которые отобьются за несколько месяцев. Постоянной частью аудитории становятся игроки, которые не пропускают ни одного пакета вопросов (пакеты всегда разные, вопросы тоже не должны повторяться). Это главное отличие квизов от, например, квестов: чаще всего они одноразовые.

Основатель маф-клуба «Империя» Стас Куваев рекомендует новичкам перед тем, как задумываться об открытии клуба по игре в «Мафию», вдоволь «наиграться» в нее, обзаведясь нужными знакомствами, и лишь через год начинать свое дело. Его опыт говорит о том, что при наличии полезных связей на реквизит для открытия маф-клуба придется потратить всего 10 тысяч руб.

Разработчики рассчитывают, что качественная интеллектуальная игра вызовет у ее участников привыкание. Игроки начнут приходить по нескольку раз в неделю, рассказывать о новом увлечении окружающим и выкладывать фото в «Инстаграм», тем самым сильно упрощая задачу продвижения. Но главное, по мнению специалистов, это чтобы выходящие на рынок действительно любили игру, которой решили посвятить бизнес. В ином случае они вряд ли продержатся на рынке больше полугода.

БИЗНЕС КАК КВЕСТ И КВЕСТ КАК БИЗНЕС

НЕСКОЛЬКО ЛЕТ НАЗАД НАШУ СТРАНУ ЗАХВАТИЛО НОВОЕ РАЗВЛЕЧЕНИЕ: СТУДЕНТЫ И БИЗНЕСМЕНЫ, МЕНЕДЖЕРЫ И ДОМОХОЗЯЙКИ РИНУЛИСЬ СОВЕРШАТЬ ПОБЕГИ ИЗ ТЮРЕМ И ИССЛЕДОВАТЬ СЕКРЕТНЫЕ ЛАБОРАТОРИИ В КВЕСТАХ ПО ТИПУ «ESCAPE THE ROOM» («ВЫБЕРИСЬ ИЗ КОМНАТЫ»). ЭТИ ИГРЫ ПЕРЕНЕСЛИ В РЕАЛЬНОСТЬ ОДНОИМЕННЫЙ ЖАНР КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР, ГДЕ ЦЕЛЬЮ ЗАПЕРТОГО В ЗАМКНУТОМ ПРОСТРАНСТВЕ ИГРОКА БЫЛО КАК МОЖНО СКОРЕЕ ВЫБРАТЬСЯ ИЗ ЗАТОЧЕНИЯ, РАЗГАДАВ СЕРИЮ ГОЛОВОЛОМОК. **«БД»** УЗНАЛ У ПЕТЕРБУРГСКИХ ЗНАТОКОВ СФЕРЫ «ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ», ЧЕМ ЖИВЕТ ЭТОТ ТИП РАЗВЛЕЧЕНИЙ, КАКИЕ КВЕСТЫ ВХОДЯТ В МОДУ И ПОЧЕМУ ЛЕТОМ «ПРОГОРАЕТ» БОЛЬШЕ ВСЕГО КОМПАНИЙ.

_ИНТЕРПРЕСС / _ЛИДИЯ ПАВЛОВА

КАК И МНОГОЕ другое в сфере развлечений, жанр сперва появился в Японии и США. А расцвела эта индустрия в Будапеште, куда любители загадок целенаправленно потянулись за квест-турами. В России квесты начали массово запускаться в 2013 году, а в 2014-2015 годах, согласно рейтингам компании TripAdvisor, они стали одной из самых популярных форм досуга по всему миру. В Санкт-Петербурге пик интереса к квестам пришелся на первые годы их функционирования: разработчики открывали новые «комнаты» едва ли не еженедельно. Эксперты озвучивали мысль о перенасыщении рынка, но организаторов интеллектуальных игр это не смущало: переходя от одного проекта к другому, они демонстрировали явную заинтересованность в развитии индустрии.

На сегодня энтузиазм спал, рынок «остыл», и квесты заняли в нем свою нишу, став обычным видом досуга наряду с кинотеатром или боулингом. И хотя специалисты видят некую динамику рынка в отдельных странах, в целом ситуация в мире выравнивается – и это касается как качества квестов, так и уровня их популярности.

Рынок на распутье

Мнения экспертов о ситуации на рынке квестов расходятся. Одни предрекают конец их эры ввиду «отсутствия оригинальных идей», другие же, наоборот, уверяют, что зарекомендовавшие себя компании будут продолжать радовать игроков.

«Надо мужественно себе признаться: золотой век квестов остался в прошлом, и будущего у него нет, – делится мнением Антон Духовской, создатель #нетакихквестов. – Разработчики, которые успели вскочить на гребень волны, сняли свои дивиденды

В ПЕТЕРБУРГСКИХ КВЕСТАХ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ЦЕНЯТ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНО СБАЛАНСИРОВАННУЮ НАЧИНКУ: КОЛИЧЕСТВО ЛОГИЧЕСКИХ ЗАДАЧ И СЛОЖНОСТЬ ИХ ВЫПОЛНЕНИЯ. В МОСКВЕ ВСЕ НЕСКОЛЬКО ИНАЧЕ: СТОЛИЧНЫЕ КВЕСТЫ СЧИТАЮТСЯ ЛЕГКИМИ В ПРОХОЖДЕНИИ, ЗАТО «БОЛЕЕ КРАСИВЫМИ». ИХ РАЗРАБОТЧИКИ ДЕЛАЮТ СТАВКУ НА ОФОРМЛЕНИЕ И ПЫШНОСТЬ ДЕКОРАЦИЙ, ЩЕДРО ДОПОЛНЯЯ ИХ ВСЕВОЗМОЖНЫМИ СПЕЦЭФФЕКТАМИ.

на модном развлечении с небольшими вложениями и быстрой отдачей. Все покорно клонировали сюжеты, приемы и решения, не пытаясь взять на себя труд сказать свое слово в этой индустрии. Те, кто подсаживался на игру азарта, на десятый-двадцатый раз понимали, что их держат за дураков, заставляя делать одно и то же из квеста в квест. Постепенно квесты стали исчезать, а некоторые из них легли под большие компании, надеясь, что раскрученные сетевые имена позволят им еще хоть немного просуществовать».

По статистике «Гильдии квестов», с начала 2018 года в Санкт-Петербурге закрылось около 30 квестов, а

удержалось на рынке примерно 250. Причина в том, что публика становится более требовательной, вынуждая неудачников уходить с рынка, а успешных разработчиков – развиваться и продавать франшизы в другие города и страны. Автор популярной сети квестов «Клаустрофобия» Сергей Кузнецов считает, что сокращение числа квестов (в особенности первого-второго поколения) – хорошая тенденция, потому что в этой индустрии должны оставаться только создатели сильных и качественных продуктов.

«Квесты в России претерпевают любопытную трансформацию, – говорит Александра Пухова, главный редактор «Гильдии квестов». – Возникает множество интересных форматов, которым удивляются даже наши европейские коллеги. Пример тому – квест с закрытыми глазами “Морфеус”. Зарубежные компании нередко выкупают сценарии российских квестов, поскольку то, чего добились наши разработчики в создании виртуальных игр в реальности, иногда трудно назвать всего лишь квестами. Это настоящее искусство, перформансы с увлекательным сюжетом и крепкой интеллектуальной составляющей».

Что касается сезонности в этой индустрии, то основной спад приходится на лето, а «пик» посещаемости – на зиму-осень. Эксперты отмечают: чем лучше погода, тем хуже дела у создателей квестов. Посетителей в этот период практически нет, и, понимая это, владельцы перекраивают бюджет, откладывают деньги на зарплату сотрудникам, аренду помещения и рекламу.

Чем понравиться игрокам

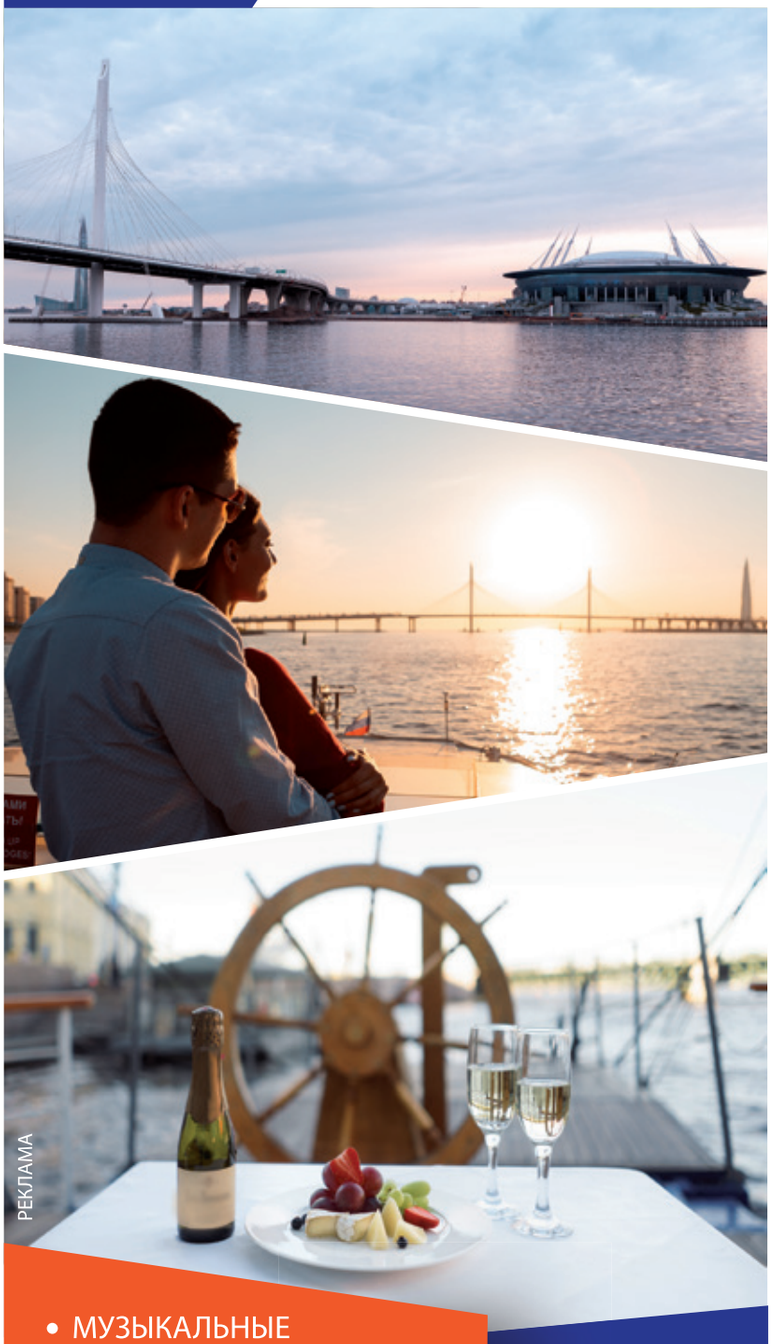
Сценарии квестов всегда экстремальные: участники могут оказаться в секретной лаборатории, зловещем цирке, подземном бункере, доме с привидениями или на затонувшем корабле. Петербургской публике сильнее всего импонируют квесты жанров «action», «escape from» и «horror».

«У петербургских квестов есть свои “изюминки”, за которыми приезжают игроки из разных городов. Они неизменно показывают качество и радуют разнообразием тематик: например, #нетакиеквесты пропитаны петербургским духом, по-своему оригинальны и трогают за душу, а у небольшой компании “Sensorica” отлично продуманы реквизит и пространство локаций. Они направлены на прохождение квеста детьми благодаря аниматорам и адаптированному сценарию», – подчеркивает Екатерина Ефремова, администратор группы квест-обзоров.

▸▸▸ ПРОДОЛЖЕНИЕ НА СТР. 10

КРУИЗЫ ASTRA MARINE -
ВСЕ ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ
И НИ ГРАММА УСТАЛОСТИ!

ASTRA MARINE
GROUP OF COMPANIES



РЕКЛАМА

• МУЗЫКАЛЬНЫЕ И ЭКСКУРСИОННЫЕ КРУИЗЫ

• МЕТЕОРЫ В ПРИГОРОДЫ «PETERHOF EXPRESS»

Билеты со скидкой:
BoatTrip.ru

ИП Кузнецов А. П., Санкт-Петербург, Бестужевская, 36–48 Свидетельство № 304780432800167

Центральная пристань
«Спуск со львами»
Адмиралтейская наб., 2

Причал «Музей Фаберже»
Реки Фонтанки наб., 21

+7 (812) 426-17-17

▸▸▸ ОКОНЧАНИЕ. НАЧАЛО НА СТР. 9

Игроки постоянно находятся в ожидании новых сюжетов, расширения игрового пространства и внедрения в квесты современных технологий. На данный момент петербургский рынок отвечает этим запросам, поэтому квесты еще долго будут популярны, считает эксперт.

Корпоративные игры и квест-румы – небо и земля

Представители компаний, специализирующихся на корпоративных квестах, говорят, что за последние пару лет квест-румы приобрели огромную популярность, и, как следствие, все что угодно с приставкой «КВЕСТ» начало привлекать в разы больше внимания. Именно поэтому в формате квеста проводятся практически любые мероприятия: корпоративы, гала-ужины, промо-акции и даже обучение персонала. В Санкт-Петербурге на сегодняшний день работает несколько крупных компаний, а также всевозможные event-агентства, которые используют этот формат для привлечения клиентов.

Корпоративные квесты предполагают участие от 10 до 400 человек. В новогодний и летний сезоны количество заказов на них достигает максимума.

«Самый распространенный вариант корпоративного квеста – в формате тимбилдинга. Это усовершенствованная модель веревочного курса с интеллектуальными и творческими заданиями, а также, как правило, с чуть более сложной механикой», – делится Мария Гусева, директор квест-студии «Kulttour».

Наиболее востребованы два формата: живой квест (сюжетно-ролевая игра, легко совмещаемая с застольем и спасающая от банальных конкурсов) и командообразующий квест (спортивная игра или более утонченная, интеллектуальная версия, где есть несколько команд и локаций). С точки зрения организации, корпоративный квест – это классический event, требующий участия большой команды: актеров, координаторов, фотографов, видеографов, водителей, гримеров, ведущих и диджеев. Есть и менее затратные форматы квеста, для которых достаточно ведущего с парой сумок реквизита.

Как правило, корпоративный квест подразумевает выезд – в ресторан или на загородную площадку. Организаторы обеспечивают реквизит и костюмы, затраты на которые достигают стоимости интерьеров квест-румов.

Средний чек на корпоративный квест зависит от числа участников. Например, базовый пакет на 10 игроков в живой квест стоит 11 500 руб., а цена мероприятия для компании с 400 сотрудниками достигает 550 тысяч руб. По оценкам экспертов, инвестиции при хороших продажах можно отбить за год. Как и в квест-румах, важнейшим залогом успеха является качественный сценарий.

По оценкам экспертов, на петербургском рынке квестов работает около

80

компаний

КАК СОЗДАТЬ КАЧЕСТВЕННЫЙ КВЕСТ

Открыть собственный квест отнюдь не дешево, цены в Москве и Петербурге кусаются.

Построить комнату виртуальной реальности в Северной столице можно за 1 млн руб., в Москве – не меньше, чем за 2-2,5 млн руб.

В эту сумму входят аренда и переделка помещения, установка пожарной системы, необходимых механизмов и видеонаблюдения.

На сценарий (если вы не пишете его сами) тоже уйдет немало денег. Профессиональный сценарий включает в себя не только последовательность загадок, но и всю игровую механику, адаптированную под конкретное помещение.

Средняя цена хорошего сценария для квеста составляет около 300 тысяч руб.

Цена франшизы варьируется от 150 до 200 тысяч руб. с 10% роялти. Компании, предлагающие франшизу, прогнозируют возврат вложений в течение года (при среднем чеке 3 500-4 000 руб. за игру на четверых квесты становятся развлечением для людей с достатком выше среднего: 1 000 руб. с посетителя – это дороже, чем поход в кино или кафе).

Перед тем, как запускать свой квест, эксперты советуют сверить бизнес-план с профессионалами, а также протестировать потенциальную аудиторию на предмет интереса к сценарию.

Новичкам потребуются средства на стартовую рекламу, welcome-зону и оформление бренда. Специалисты советуют не скупиться и закладывать на эти цели минимум 100 тысяч руб. (хотя логотип можно создать на бесплатном интеграторе, а в зоне ожидания поставить стулья с «Авито»).

На рекламу, если ее грамотно настроить, будет уходить 100-150 тысяч руб. в месяц.

Декорации к квесту должны быть износоустойчивыми, поэтому театральный реквизит, увы, не подойдет: нужно понимать, что игроки будут взаимодействовать с предметами до 10 раз в день.

Также стоит зарегистрировать сайт квеста и не жалеть сил на формирование качественного контента с хорошими фотографиями, ведь чаще всего игру выбирают именно по ним.

В одном эксперты сходятся: главное при создании квеста – это смелое воплощение новых оригинальных сценариев.

«Почему мы думаем, что сможем пережить кризис жанра, и надеемся, что нас не постигнет участь десятков закрывающихся компаний? Потому что мы стараемся, чтобы наша комната не была похожа на предыдущую. Мы стремимся придумывать игровые алгоритмы, новые пути вовлечения людей в происходящее. Мы открываем новые комнаты только тогда, когда понимаем, что есть история, которой нам хочется поделиться».

Антон ДУХОВСКОЙ, создатель #нетакихквестов

Попить свежего парного молочка. Попробовать только что пойманной и приготовленной рыбки. Попариться в настоящей русской бане. И заснуть в тишине, вдыхая девственно чистые ароматы трав и цветов… Разве не об этом мечтают порой жители больших городов? Именно для них, уставших от цивилизации, и придуман сельский туризм.

СЕЛЯНЕ НА ЧАС

КАК СДЕЛАТЬ БИЗНЕС НА ЖЕЛАНИИ ПОЖИТЬ В ДЕРЕВНЕ

_ИНТЕРПРЕСС / _ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

ПО ПОВОДУ самого понятия (которое является составной частью более широкого «экологический туризм») до сих пор идут споры. Одни эксперты уверены, что под это определение подпадают только случаи, когда сельская семья сдает в аренду собственный дом (или его часть). Другие полагают, что возможен вариант, при котором гости живут в других строениях на том же участке. А третьи и вовсе относят к этому направлению отдых в любых объектах размещения, расположенных на селе, подразумевая не столько проживание в традиционной русской избе, сколько сам деревенский образ жизни.

К тетке, в глушь, в Израиль!

Во всем мире деревенский туризм (или агротуризм) считается одним из ведущих направлений. Судите сами: в Европе, многие страны которой сельский туризм развивают с давних пор, еще в 1989 году появилась Европейская федерация сельского зеленого туризма EuroGites. Сейчас она объединяет 35 профильных ассоциаций в 27 странах, и под ее «крылом» в европейских государствах находится около 100 тысяч объектов. В состав EuroGites входит и российская Ассоциация содействия развитию агротуризма, имеющая филиалы более чем в 10 регионах страны. Ежегодно «на деревню, к дедушке» в Европе отправляется около 50 млн туристов, а оборот отрасли превышает 30 млрд евро.

Наравне с Европой деревенский туризм активно развивается в Израиле и США. В Израиле туристы почти так же часто ночуют в сельской местности, как и на Мертвом море (6-7% от общего количества ночевок в стране). А в США, по данным Ассоциации индустрии путешествий, почти две трети совершеннолетних граждан (а это примерно 90 млн человек) за последние 3 года хотя бы раз побывали «в деревне» как туристы. Причем и в израильских кибуцах, и на американских фермах им предлагают не только отдыхать: сбор сезонных фруктов и овощей, уход за скотом или уборка территории поощряются – в частности, снижением стоимости пребывания.

Россия также движется в русле мирового тренда. В Ленинградской области еще в 2008 году был реализован международный проект «Дорога к дому», в рамках которого участники разработали стандарт сельского отдыха. В нем описаны 4 вида деревенских объектов размещения (сельский гостевой, сельский, частный и фермерский дома). По данным специализированного сайта «На село», в России зарегистрировано 1 648 мест для деревенского отдыха. При этом в Ленобласти расположено свыше сотни таких объектов, а соседняя Вологодская область способна одновременно принять на селе более 4 тысяч туристов. По всей стране ежегодный рост деревенского туризма составляет около 10%.

Делай как они

Примеров ведения сельского турбизнеса довольно много. Чаще всего успеха добиваются проекты «неместные», то есть реализованные горожанами. В Ленобласти особенно широкое развитие такой бизнес получил в Лужском, Лодейнопольском, Подпорожском и Тихвинском районах.

Примечателен опыт Татьяны Макрушич, которая в 2006 году бросила вполне благополучную жизнь в Питере и уехала в деревню Кезоручей Подпорож-

Илона АНСОНЕ,

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЭКСПЕРТ:

– Мировой опыт показывает, что не надо бояться кооперации с соседями. Если в одном хозяйстве есть конный двор, а в другом можно давать мастер-класс по приготовлению сыра – объедините усилия и создайте общую программу. Продумайте как можно больше вариантов активного отдыха. Чем больше будет интерактивных мероприятий (особенно мастер-классов по изучению народных промыслов и кулинарных), а также возможностей приобрести эко-продукты, выращенные в вашем или в соседних хозяйствах, тем лучше. И не забывайте продвигать свой продукт: о нем должно знать как можно больше людей.

Ирина РУДЕНКО,

ГЛАВА ООО «ЗАРЕЧЬЕ»:

– Да, сельский туризм (в частности, прием на постой гостей) может быть основным бизнесом: в нашем Лужском районе есть примеры, когда у хозяев имеются несколько гостевых домов, и другим делом семья не занимается. Но одного желания, пусть и огромного, недостаточно: успех определяют многие факторы, среди которых – наличие необходимых оборотных средств (ведь нужно строить и оснащать дома сантехникой, мебелью, посудой, постельными принадлежностями и т. д.), а также местоположение объекта, его транспортная доступность, наличие водоема, известность на рынке и другие.

Татьяна МАКРУШИЧ,

РУКОВОДИТЕЛЬ ПО СП «ПРИСВИРЬЕ»:

– Многие, посетив мое хозяйство в рамках однодневного тура с туристической группой, потом приезжают самостоятельно, чтобы отдохнуть подольше. Едут за тем, чтобы отдохнуть в экологически чистом месте и погрузиться в настоящую деревенскую жизнь. Причем гости не только отдыхают, но с удовольствием пасут гусей или участвуют в дойке козочек. Для них особо важно наличие экологически здорового питания: абсолютно уверена, что это один из основных факторов притяжения сельского туризма.

ского района, где в то время даже электричества не было. Сейчас по всему Присвирью действуют десятки гостевых домов со средней заполняемостью в 75%, а местные жители быстро смекнули, что турист, как правило, человек с деньгами, и стали в дополнение к размещению предлагать свои услуги. Кто мастер-класс по приготовлению калиток (это пирожок такой) проведет, кто прогулку за шунгитом или за травками целебными предложит, а кто и медвежатиной попотчует…

Энтузиастов много: среди них и такие известные в отрасли имена, как руководитель загородной фермы «Хутор Вухи» Татьяна Пугачева или глава «Заречья» Ирина Руденко. В этот бизнес приходят из разных сфер. Так, Татьяна Макрушич в свое время «рулила» большим торговым предприятием, а Татьяна Пугачева руководила продажами на нескольких радиостанциях.

Слагаемые успеха

«Чтобы правильно преподносить и продавать услуги сельского туризма, надо учитывать все детали. Сколько километров от города и каково состояние дороги. Есть ли рядом река или озеро. Какие услуги имеются или планируются к появлению на объекте. Без учета множества нюансов верно оценить потенциальный спрос очень сложно», – объясняет Татьяна Пугачева.

Многое зависит от того, что используется в качестве объекта размещения. Вариантов масса: от старого рубленого дома в деревне с печным отоплением, водой из колодца и «удобствами» во дворе (как правило, доставшегося по наследству) до коттеджа со всеми условиями. Соответственно варьируются и затраты на ввод в строй, и стоимость размещения. Обычно она начинается от 200-250 руб. с человека за сутки и достигает 2,5-3 тысяч руб. (например, в старинных восстановленных помещичьих усадьбах, где может быть обустроен максимально комфортный быт).

При этом объем первоначальных вложений в этот бизнес сильно разнится в зависимости от состояния объекта размещения и ряда других факторов (например, профиля приема гостей). Для приведения деревенского пятистенка в божеский вид достаточно и 150-200 тысяч руб., а поставить новый современный дом можно за сумму от 1,2 млн. С учетом фактора сезонности (летом спрос на деревенский отдых объективно выше), а также возможных дополнительных расходов на живность (курочки и козы, а тем более коровы и лошади стоят недешево) срок окупаемости проекта составляет пять лет и более.

Размещение «сельских» туристов не всегда прибыльно: обычно это дополнение к основному бизнесу, которым является производство и продажа экологически чистых продуктов и оказание услуг гостям. С одной стороны, лучше обзаводиться хозяйством постепенно (при этом затраты растягиваются по времени), с другой – постояльцам надо сразу не давать скучать, предлагая различные варианты занятий. Ведь если делать в деревне нечего, даже ее красоты привыкшим к динамичной жизни горожанам могут быстро надоесть.

Сфера сельского туризма, как правило, относится к семейному бизнесу, которым заняты все, от мала до велика. А если нужны дополнительные рабочие руки, нанимают как местных, так и приезжих. При этом зачастую приходится обеспечивать работников теплым жильем и питанием. Впрочем, на селе используется и вахтовый метод.

Согласно постановлению Правительства России, до 1 января 2021 года в стране должны быть классифицированы все объекты туриндустрии. Если гостевой дом зарегистрирован как средство размещения (СР), он должен соответствовать целому ряду требований, которые может проверить, например, Роспотребнадзор. Аналогичные проверки могут проводить по своей линии и другие ведомства, курирующие малый бизнес. В частности, все СР обязаны проходить обследование на предмет присвоения категории безопасности: необходимо установить тревожную кнопку и видеонаблюдение. Если учесть, что в сельской местности иногда нет Интернета и устойчивой связи, установка тревожной кнопки обходится в немалые деньги.

Нередко бизнесу на основе сельского туризма мешает отсутствие инфраструктуры (магистрального газа, стабильного электричества, качественной воды и подъездных путей). Ирина Руденко из «Заречья» сетует на отсутствие нормальной дороги до усадьбы на протяжении последних 1,5 км, которое резко уменьшает поток гостей: «Экскурсионные автобусы подойти не могут, да и клиенты зачастую отказываются ехать по плохой дороге». В результате, несмотря на то, что «Заречье» входит сразу в несколько туристических маршрутов и довольно известно на рынке, группы туда заезжают нечасто. А если ферма находится близко к городу, имеет хорошую транспортную доступность и предлагает широкий набор услуг, желающих отдохнуть обычно хватает.

Оплата размещения зачастую не является главной статьей дохода.

Несмотря на наличие большого пакета бесплатных услуг (составные части которого разнятся), питание, как правило, в него не входит. А поскольку оно экологически чистое и готовится практически индивидуально, завтрак гостю обходится в 200-300 руб., а обед-ужин – в 700-800. И если на недельный отдых (а гостевые дома, бывает, сдают и на месяц) приезжает семья из трех человек, на питании заработать получается больше, чем на размещении.

За дополнительную плату на селе оказывают массу услуг: постояльцы ферм, например, могут покататься на лошадях и т. д.

В результате, по мнению Татьяны Макрушич, владелец гостевого дома способен получать за прием и обслуживание гостей

от 5 до 50 тысяч руб.

в месяц.

ИГРЫ В ЖИЗНЬ ГОРОЖАНИНА XIX ВЕКА ПРИШЛИ ИЗ НАРОДА. РАЗВИТИЕ КАПИТАЛИЗМА И КРЕСТЬЯНСКАЯ РЕФОРМА, ВЫТОЛКНУВШИЕ В ГОРОД БЫВШИХ ЖИТЕЛЕЙ СЕЛА, ПРИНЕСЛИ НАРОДНЫЕ ИГРЫ В СТОЛИЦУ И УКРЕПИЛИ ИХ ПОЗИЦИИ. ДРУГИМ ИСТОЧНИКОМ РАЗВЛЕЧЕНИЙ СТАЛА ЕВРОПЕЙСКАЯ КУЛЬТУРА.

ПЕТЕРБУРГСКИЕ ЗАБАВЫ

_PUBLIC DOMAIN / _ВСЕВОЛОД ПЕЖЕМСКИЙ

ЕСЛИ европейские игры оставались прерогативой образованной части общества, то распространение народных игр отнюдь не ограничивалось классом пролетариев – недавних крестьян. В купеческой и даже дворянской среде оставались вполне популярными игры, пришедшие из далекого прошлого, из народной культуры, лишь принимавшие новые формы.

Где играли?

Все игры четко делились на азартные и неазартные. Первые – вплоть до 1917 года – оставались под формальным запретом. Поэтому мы оставим азартные и коммерческие игры за бортом нашего рассказа и остановимся на тех, что не вносили в жизнь больших страстей, но служили для «забавы или отдохновения посреди своей семьи и с друзьями».

Важной приметой времени, вызвавшей развитие разнообразных игр, было появление освещения, а дачный бум, последовавший за строительством железных дорог, способствовал росту интереса к играм на свежем воздухе. Для игр в гостиных выделялась особая зона, которую обычно маркировал ломберный стол или даже несколько столов. Иногда для игр выделялись особые комнаты.

Во что играли?

Настольные игры пользовались по-настоящему широкой популярностью. Одна из самых старых, пришедших из народа игр – **бирюльки**. В словаре Брокгауза и Ефрона она описывается так: «Бирюля – народная игра, состоящая в осторожном поднимании в беспорядке набросанных соломинок таким образом, чтобы не шевельнулась ни одна из внизу лежащих соломинок. Поднимание производится крючочком, сделанным из верхушки соломины. Иногда для этой игры делаются разнообразные игрушечные предметы вроде ведерочек, чашечек и т. п., которые нужно осторожно из кучи поднимать специально заготовленным для этой цели проволочным крючком». В бирюльки играли и в домах рабочих, и в квартирах горожан. Для игры выпускались даже специальные комплекты миниатюрных игрушек.

Большой популярностью пользовалась и игра в **«Гусёк»**. Эта настольная игра, пришедшая из Европы, предполагала доску или бумажное поле с нарисованным путем, по которому играющие двигали свои фишки. Количество проходимых клеток определялось броском костей. «Гусек» дал толчок к появлению целого семейства настольных игр, связанных с прохождением маршрута и метанием костей. В таких играх отражалась реальная жизнь городов и развитие транспорта: например, в одной из них нужно было, кидая кости, «проехать» от Москвы до Петербурга по Николаевской железной дороге.

В связи с развитием авиации и ее невероятной популярностью в обществе накануне Первой мировой войны была выпущена игра **«Воздушный бой»** с фишками в виде дирижаблей и аэропланов.

Но играли не только в настольные игры-путешествия или игры-бои. Распространена была и пришедшая из Германии **«Mensch ärgere dich nicht»** – в русском варианте «Догонишь – с места сгонишь». На фото 1902 года в нее играют не дети, а вполне взрослые мужчины.

На вечеринках да и просто на спокойных семейных вечерах часто играли в лото. Впрочем, на какое-то время лото попало под запрет: в него часто играли на деньги. Но к XX веку это уже была обычная семейная игра. Такая трансформация, кстати, произошла со многими азартными играми.

Другим популярным занятием (обычно для родителей с детьми) было вырезание из картона по специальным лекалам – печатным листам – моделей зданий различных архитектурных стилей. Иногда наборы таких листов составляли целые архитектурные ансамбли.

Еще одна широко распространенная настольная игра носила смешное на-

1. **Бирюльки**
2. **«Гусек»: игровое поле «Путешествие по Николаевской железной дороге»**
3. **Воздушный бой**
4. **«Mensch ärgere dich nicht»**
5. **Пазлы**

звание «Пузель». В действительности это хорошо знакомые всем пазлы (название пришло к нам, видимо, из немецкого). Игра в пазлы описана в классической русской литературе – например, в романе «Защита Лужина» Владимира Набокова.

Почему играли?

Во время вечеринок и собраний часто играли в подвижные игры, или petits-jeux (от французского «маленькие игры»). Как правило, они повторяли традиционные народные игры на воздухе, рассчитанные на быстрое знакомство и общение участников. Одна из таких игр до сих пор известна и популярна – это фанты.

Спортивные игры на открытом воздухе тоже изначально были связаны с народной культурой. Городки, чиж, лапта – все это не только народные развлечения, но и забава для представителей высших классов. На одном из самых знаменитых дореволюционных фото запечатлен граф Лев Толстой, играющий в городки.

Конец XIX и особенно начало XX века – это период, когда из спортивных игр началась кристаллизация полноценных видов спорта, причем речь не только о лаун-теннисе и футболе, но и о многих других. Отметим, что спортивные игры были, наверное, исключительно популярны в том числе потому, что политическая жизнь как таковая не была достаточно развита. Общественная активность интеллигенции и предпринимателей выливалась в иные, самые разнообразные формы: то в банкетную кампанию, то в спортивные сообщества. При этом предметом интереса являлись сами игры, а все то, что сейчас неизменно сопровождает популярные виды спорта, отсутствовало. Ни фанатов, ни коммерции, ни поддержки государства – только общественная инициатива и стремление к победе.

На заре популярности

Лаун-теннис изначально являлся игрой элитарной, популярной в дворянской среде. Во многих усадьбах в окрестностях Петербурга в конце XIX века строились корты. В теннис играли Николай II и его брат, великий князь Сергей Александрович. С ракеткой был дружен и Феликс Юсупов – участник убийства Григория Распутина.

Еще одной игрой, превратившейся в спорт, были шахматы, также вызывавшие большой интерес у общества. Первый шахматный клуб появился в Петербурге в 50-х годах XIX века. А на конец XIX – начало XX века приходится расцвет «шахматного движения», формирование петербургской и, шире, российской шахматной школы.

Игры и игровая культура в целом занимали в жизни горожанина конца XIX – начала XX века значительное место. Ими увлекались отнюдь не только дети, но и взрослые. Причем многие игры со временем теряли негативную коммерческую ауру и становились обычным делом, способом скрасить досуг. Многие из них являлись по сути пособиями для игроков, обучали их и знакомили с миром. Сейчас мы в определенной мере переживаем ренессанс настольных игр: горожане вновь полюбили играть в них большими компаниями. Во многом эта ситуация напоминает досуг петербуржцев 100-150 лет назад.

А вот футбол тогда еще был новинкой. Как и теннис, в Россию его привезли из Англии примерно в конце 70-х годов XIX века. На Семеновском ипподроме в 1893 году в перерывах между забегами были проведены показательные игры в футбол.

1

2

3

4

5

1 Бильярд в квартире купца 1-й гильдии В.И. Соловьева, Санкт-Петербург, начало 1900-х годов.

2 Царская семья после игры в теннис.

3 Шахматный матч Михаила Ивановича Чигорина и Зигберта Тарраша в Петербургском шахматном клубе 8 апреля 1893 года.

4 Первый футбольный турнир Петербургской футбольной лиги 1901 года.

5 Лев Толстой играет в городки.

> *«В антракте публику развлекали господа спортсмены, играющие в мяч (football) по программе. Суть игры состоит в том, что партия играющих старается загнать шар – подбрасывая ногой, головой, чем угодно, только не руками – в ворота противной партии. Площадь для игры была сплошь покрыта грязью. Господа спортсмены в белых костюмах бегали по грязи, шлепаясь со всего размаха в грязь, и вскоре превратились в трубочистов. В публике стоял несмолкаемый смех. Игра закончилась победой одной партии над другой».*
>
> газета «Петербургский листок»

ЛЕТО – ТРАДИЦИОННАЯ ПОРА ОТПУСКОВ И ПУТЕШЕСТВИЙ, КОТОРЫМ СОПУТСТВУЮТ ПРИЯТНОЕ ВРЕМЯПРОВОЖДЕНИЕ, ПОИСК ВПЕЧАТЛЕНИЙ И НЕСПЕШНЫЕ ЗАСТОЛЬЯ НА ЗАКАТЕ. ТАКАЯ ОБСТАНОВКА РАСПОЛАГАЕТ К ГАСТРОНОМИЧЕСКИМ СПЕЦИАЛИТЕТАМ, В ЧИСЛЕ КОТОРЫХ ЧАСТО ОКАЗЫВАЮТСЯ И МЕСТНЫЕ ВИНА. КАКИЕ «НАПИТКИ С ИСТОРИЕЙ» МОЖНО ПОПРОБОВАТЬ И ПРИВЕЗТИ В ПОДАРОК ИЗ ДАЛЬНИХ СТРАНСТВИЙ? **«БД»** ГОТОВ ПОЗНАКОМИТЬ ВАС С ЦЕЛЫМ РЯДОМ ВИН, ДОШЕДШИХ ДО НАШИХ ДНЕЙ В ПОЧТИ НЕИЗМЕННОМ ВИДЕ.

ВИНО С АРОМАТОМ ИСТОРИИ

_ИНТЕРПРЕСС / _АЛЕКСЕЙ ДЕНИСОВ

Легенда Токая

Токай, или токайское вино, имеет как минимум пятивековую историю. Первое упоминание о нем датировано еще XV столетием. Чуть моложе белое сладкое вино из Токая – Aszu. Легенды относят его появление к 1630 году, когда монах-винодел Мате Шепши Лачко изготовил для трансильванского князя Дьёрдя Ракоци пробную версию пасхального вина из поздно собранного винограда, тронутого «благородной плесенью» (Botrytis cinerea). Однако недавние исследования оспаривают эту версию, указывая на более раннюю дату – 1571 год. И автором вина называют человека по имени Мате Гарай.

Именно в адрес сладкого токая король Франции Людовик XV не пожалел яркой метафоры: «Король вин, вино королей». Остается, правда, загадкой, какая именно разновидность Aszu так вскружила голову монарху. Ведь существуют четыре градации сладости этого вина: от трех до шести путтонов (так назывались корзины, полные увяленного винограда, добавляемые в генц, 136-литровый бочонок с базовым суслом; чем больше число, тем, разумеется, слаще). Есть, кстати, и еще более сладкая разновидность – Eszencia, но она появилась на свет значительно позже.

Любопытно, что токайское вино было очень любимо российскими императорами – от Петра I до Екатерины II. Долгое время в Токае держали специальное торговое посольство, обеспечивавшее бесперебойные поставки Aszu ко двору.

Для изготовления Aszu сегодня разрешено использовать шесть сортов винограда, самые популярные из которых – Харшлевелю, Фурминт, Мускат Белый и Зета. Есть еще один нюанс: токайское вино официально имеют право изготавливать не только в Венгрии, но и в соседней Словакии. Единое пространство исторических виноградников оказалось поделено между этими странами по итогам Первой мировой войны.

В Петербурге токайское помнят еще с советских времен. Правда, только венгерское и имеющее категорию чуть более низкую – Szamorodni. Aszu в продаже встретишь нечасто, разве что в отдельных винных бутиках. Как правило, там можно найти трех- или четырехпуттониевое, стоимостью от 2 000 руб. за бутылку 0,5 л.

Командор и коммандария

Производимое на Кипре сладкое вино коммандария еще старше. Достоверно известно, что оно существовало с XII столетия. Свое название вино получило в честь резиденции командора Ордена госпитальеров. Именно в ее окрестностях означенные госпитальеры и экспериментировали с виноградарством и виноделием. И экспериментировали удачно: на «Винной битве» (La bataille des vins), состоявшейся под патронажем короля Франции Филиппа Августа II, победу одержала именно коммандария (а противостояли ей лучшие на тот момент вина). Коммандария была и на столе другого монарха – Ричарда Львиное Сердце – в день его свадьбы с Беренгарией Наваррской в 1191 году.

За минувшие восемь столетий стилистика вина почти не поменялась. Все так же используется виноград позднего сбора (красного сорта Мавро и белого Ксинистери). Все так же его подвяливают на солнце после сбора, а затем долго и аккуратно винифицируют. Крепление виноградным спиртом используется далеко не всегда: частенько наброд естественным образом достигает 15%. Стандартная выдержка вина в дубовых бочках составляет четыре года, но есть и более «долгоиграющие» варианты (их можно встретить, например, в магазинах Ларнаки).

Долгое время коммандария являлась чуть ли не главной статьей кипрского экспорта, но при этом в России это вино сегодня практически не найти. Можно лишь заказать через Интернет за не самые божеские деньги.

Винные мифы древней Греции

Впрочем, и коммандария – не самое старое вино в мире из числа дошедших до наших дней. Греки настаивают, что сегодняшняя рецина (или смоляное вино) – суть то же, что и рецина дохристианских времен. Здесь, кстати, особенность заключается не в технологии производства вина, а в способе его хранения. Греки запечатывали амфоры с вином с помощью сосновой смолы – чтобы воздух не проникал внутрь, и вино не окислялось слишком быстро. Оно и не окислялось, а вот смоляной привкус вскоре переходил в вино, и ничем этот нюанс было уже не вытравить, даже греческой манерой разбавлять вино водой.

Позже, в третьем веке нашей эры, римляне додумались помещать вино в дубовые бочонки для пущей сохранности, но к тому моменту многие успели пристраститься к «смоляному вину». Ныне бутылки с рециной уже не заливают сосновой смолой (а точнее, смолой алеппской пинии): ее в небольших количествах просто добавляют еще в процессе винификации.

Сегодняшнюю рецину следует рассматривать скорее как туристический сувенир, нежели как вино для гастрономического удовольствия (оно довольно-таки недружелюбно в плане «марьяжа» с едой). Однако, как и два тысячелетия назад, поклонники у этого вина все равно не переводятся. В Петербурге его можно отыскать в гипермаркетах: цена вопроса – порядка 600 руб. за бутылку.

Римские мотивы

А вот фалернское вино, почитаемое древними римлянами, в своем исконном виде осталось только в исторических хрониках да в античной поэзии. Судя по всему, оно было очень крепким. Плиний Старший писал: «Фалернское – единственное вино, которое вспыхивает, когда к нему поднесешь пламя». Есть версия, что крепость эту повышали путем кратковременного вымораживания вина. Этот же процесс был призван улучшить аромат напитка. И, очевидно, улучшал, поскольку римские императоры чуть ли не поголовно (да-да, и Юлий Цезарь тоже!) пили фалернское по самым торжественным поводам. И стоило оно вчетверо дороже любого другого вина.

Фалернское вино, согласно летописям, производили на территории современной Кампаньи, но спустя какое-то время ее виноградники захирели. Мы можем только догадываться, какими на вкус и аромат были три тогдашние разновидности этого вина: Austerum («сухое»), Dulce («сладкое») и Tenue («тонкое»). Впрочем, не так давно итальянцы озаботились возрождением былой славы фалернского. В 1989 году на карте страны появился новый винодельческий регион – Falerno del Massico, а в 2010-м было создано Братство Фалерно – культурный союз, объединяющий виноделов и ценителей старинного напитка. Глядишь, и получится что-нибудь толковое.

Портвейн и его подделки

Если бы существовал титул «самое подделываемое историческое вино», он наверняка принадлежал бы портвейну. Это крепленое вино было настолько любимо, что недобросовестные производители стали под видом портвейна предлагать все напитки подряд: лишь бы были крепкими, красными и пахли вином. Один из самых почитаемых правителей Португалии, маркиз де Помбал, однажды озаботился этим и пришел в ужас, когда ему принесли результаты анализа самых популярных марок портвейна. В некоторых из них обнаружился даже сок бузины. Маркиз сильно осерчал, сделал оргвыводы и создал специальную организацию, которая должна была следить за качеством портвейна и честным ценообразованием. Произошло это в 1756 году.

Кстати, изначальная версия портвейна заметно отличалась от современной. В старину виноградным спиртом крепили готовое сухое вино – чтобы оно лучше переносило транспортировку по морю. Сегодня же спиртом останавливают брожение, чтобы в вине осталось нужное количество сахара. Стилей портвейна существует множество, но самые интересные из наиболее распространенных – это, пожалуй, 10-летние вина категории Tawny и красные портвейны LBV (Late Bottled Vintage). И те, и другие можно найти в достаточном количестве в петербургских винных бутиках. Их стоимость колеблется от 1 500 до 2 500 руб. за стандартную бутылку.

NB: *Если увидите в венгерском магазине бутылочку Aszu Eszencia («верхушка» классификации Aszu) – не пожалейте форинтов. В наших краях это чудо почти не встречается и стоит космических денег.*

NB: *В обычных кипрских магазинах выбор коммандарии невелик. Из самых распространенных брендов лучше всего приобрести Keo St. John в красивой пузатой бутылке.*

NB: *Рецина – вино недорогое, поэтому разливают ее греки не только в бутылки, но и в тетрапаки, даже в жестяные банки на манер пивных. Так что не пугайтесь, если увидите такое на полке магазина. Это не подделка.*

NB: *Сегодня в магазинах Кампаньи вы найдете три разновидности «ново-фалернского»: Bianco (белое), Rosso (красное) и Primitivo (тоже красное, с доминантой сорта Примитиво, одного из популярнейших на юге Италии). Качество у всех высокое.*

NB: *Покупая портвейн, обратите внимание на наличие длинной монохромной гарантийной марки, наклеенной поверх пробки и укрытой, в свою очередь, стандартной полимерной капсулой.*

NB: *Использование обозначений «Madeira» или «Madere», согласно правилам Евросоюза, допустимо только для вин, произведенных на острове Мадейра. Однако виноделы России и США до сих пор имеют на этот счет свое мнение.*

Рожденное в море

Мадера, как и порто, относится к типу крепленых вин с долгой (в данном случае – пятивековой) историей, а славу ей тоже принес случай. Некий виноторговец отправил с Мадейры в Индию корабль, груженый бочками произведенного на острове вина. Его продать не удалось, и груз вернулся в порт отправления. Но прежде чем выбросить «испорченное» вино (а долгое морское путешествие в те времена переносили немногие напитки), его решили испробовать. Результат оказался обескураживающим: вино было не похоже на исходное, но стало вкусным! Технологию повторили «в лабораторных условиях»: хорошенько подержали вино в бочке под солнцем с доступом кислорода, чтобы нагрелось хотя бы до температуры тела, преизрядно поболтали... Эксперимент оказался удачным и лег в основу классической технологии производства мадеры.

Кстати, поныне некоторые производители отправляют мадеру путешествовать на корабле. Такое вино имеет маркировку «Vinho de roda» – и стоит немалых денег. В России бутылок-путешественниц почти не встретишь. Стоимость же самой недорогой мадеры начинается от 1 500 руб. «Массандровская» версия напитка обойдется втрое дешевле.

Большой плюс мадеры в том, что она может долго храниться (в том числе и в открытом виде), ведь все, что могло окислиться, в ней уже должным образом окислилось. Актуально это вино для тех, кто любит пить понемногу – по рюмочке на сон грядущий. Никаких лишних расходов...

ЭКЗОТИКА – ДАЛЕКАЯ И БЛИЗКАЯ

ЗАГАДОЧНАЯ И МАНЯЩАЯ СТРАНА ИЗ ДЕТСКИХ СТИХОВ ПРО АЙБОЛИТА, ПОДАРИВШИХ МНОГИМ ЗАВЕТНУЮ МЕЧТУ ПРО ДАЛЕКИЙ ЗАНЗИБАР – ЭКЗОТИЧЕСКОЕ, ВОЛНУЮЩЕЕ ДУШУ ПУТЕШЕСТВЕННИКА НАПРАВЛЕНИЕ. АФРИКА – ЭТО, БЕССПОРНО, ИНТЕРЕСНО, НО НЕ ОЧЕНЬ ПОНЯТНО, КОГДА И КУДА ПОЕХАТЬ, С ЧЕГО НАЧАТЬ. ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ЭКЗОТИЧЕСКОГО ОТДЫХА **«БД»** РАССКАЗАЛА АНАСТАСИЯ БАДИЕ, РУКОВОДИТЕЛЬ НАПРАВЛЕНИЯ «АФРИКА» ВЕДУЩЕГО ПЕТЕРБУРГСКОГО ТУРОПЕРАТОРА.

_МЕТЕОРС ТРЭВЕЛ / _НИКОЛАЙ КОРОТКОВ

ВОСТОЧНАЯ АФРИКА

Особый интерес в этом регионе представляют Кения и Танзания – две страны-квинтэссенции африканской экзотики. Вас встретят яркие краски украшений масаев, приветливое солнце и около сотни национальных заповедников. Вы почувствуете адреналин от поиска «большой пятерки» (лев, леопард, носорог, слон, буйвол) и увидите пейзажи, от которых можно запросто потерять голову раз и навсегда. Контраст присутствует буквально во всем: дикая природа соседствует с комфортом уникальных по дизайну и видам отелей, а дух прозы Хемингуэя и Карен Бликсен сочетается с современными технологиями. Между динамично развивающимися Найроби и Дар-эс-Саламом расположены деревушки племен, сохранивших свои многолетние уклады. Эти страны как захватывающее кино приковывают к себе внимание с первой минуты и не отпускают еще долго после возвращения домой.

Как спланировать отдых и получить максимум впечатлений

Кения по праву признана мировой столицей сафари. Здесь более 50 национальных парков на любой вкус: Масаи-Мара – единая экосистема с Серенгети в Танзании, Амбосели с видом на гору Килиманджаро, пресное озеро Найваша с бегемотами, соленое озеро Накуру с фламинго и редчайшими белыми носорогами, Абердэр у подножья горы Кения – излюбленное место отдыха британской королевской семьи. А со стороны Танзании, помимо Серенгети, расположены кратер Нгоронгоро, в котором находится заповедник с дикими животными, парк озера Маньяра, где львы забираются на деревья, и парк озера Тарангире. Когда впечатления от лучшего в мире сафари переполнят сердце и вы будете готовы передохнуть, чтобы не расплескать их, и спокойно заняться обработкой тысяч фото и видеофайлов, самое время отправляться к Индийскому океану.

Чем интересен пляжный отдых на Индийском океане?

Возьмите в руку муку и закройте глаза. Представьте, что эта мука у вас под ногами, а ноги ваши на пляже… А теперь вообразите красивый бирюзовый цвет, играющий на солнце сотней оттенков, лениво омывающий эту муку: это и есть побережье Кении, Танзании и нежные пляжи Занзибара. Побывав здесь, трудно найти аналог такого же идеального песка и кристально прозрачной воды, поэтому пляжи Кении и Танзании регулярно включают в ТОП 10 лучших в мире и награждают Голубым флагом за чистоту и экологию. И это еще один оттенок Африки, еще один ее вкус, который обязательно нужно добавить к основному блюду впечатлений. Архипелаг Занзибар, который откололся от материковой Танзании, не похож вообще ни на один уголок мира: здесь растет множество неповторимых по красоте эндемиков – растений, которых вы больше нигде не найдете. Может, в этом секрет притягательности Занзибара? Или в воздухе с запахом специй, которые остров щедро экспортирует по всему миру?

Еще больше впечатлений!

Ежегодно Танзания привлекает не только любителей животных и качественного пляжного отдыха, но и отважных покорителей горы Килиманджаро. Безусловно, это скорее не экскурсия, а поход длиной в несколько дней под руководством проводника и команды, где требуются специальная подготовка и полное понимание деталей предстоящих приключений. Вместе с тем покорение Килиманджаро настолько продумано, что доступно туристу с любой физической подготовкой.

Незабываемым станет полет на воздушном шаре над саванной: сафари на высоте покорит того, кто попробует этот волнующий взлет на восходе солнца, пролетит над кронами чащ с крокодилами, прайдами львов, увидит сцены из жизни животных, которые не заметить с обычных троп. А по завершении полета воздухоплавателя будет ждать бокал шампанского – по старинной французской традиции, а также памятный сертификат, пропитанный духом настоящего приключения.

КОГДА ЛУЧШЕ ЕХАТЬ?

Восточная Африка удобно расположилась на экваторе, а это значит, что здесь почти нет плохой погоды. Кения и Танзания, как и их дружелюбные улыбчивые жители, готовы предложить свой красочный танец туристам круглый год. Пожалуй, по совету знатоков, можно поставить эти страны на паузу с апреля по середину июня, чтобы сезонные дожди не помешали планам. А в другое время года выбирайте на свой вкус, ехать ли в сезон Великой миграции животных из Масаи-Мара в Серенгети, с июля по октябрь, или в летнее для Восточной Африки время – с ноября по март. В любом случае вас ждет феерическое путешествие!

Еще одним удивительным опытом станет прогулка на лодке по кенийскому озеру Найваша в окружении бегемотов – конечно, на безопасном расстоянии. Затаив дыхание, вы будете наблюдать за их играми и обаятельными мордами, посмотрите своими глазами, как самка бегемота катает на спине своего малыша или пара самцов делит территорию.

Кроме того, ежегодно Кения собирает гольфистов, серфингистов и кайт-серферов, любителей рыбалки, в том числе и самой экзотичной – например, в озерах на горе Кения. А еще любителей свежего воздуха: эта страна входит в десятку самых экологически чистых в мире. Скучать здесь точно не придется!

ЮЖНАЯ АФРИКА

Как известно, ЮАР – это бриллиант Африки, государство, уверенно входящее в двадцатку богатейших стран мира. «Страной радуги» ЮАР назвали за многообразие рас, проживающих на ее территории: даже официальных государственных языков здесь целых одиннадцать! Древнейшие пещеры, наскальные рисунки, которым более 3 млрд лет, соседствуют с современными мегаполисами. Здесь расположены роскошные усадьбы со своей винной культурой. А необыкновенная флора, подобной которой нет нигде на планете, представлена в национальных парках с горами. Благодаря обоим океанам – Атлантическому и Индийскому – бескрайним пляжам и кухне для гурманов вы почувствуете себя в настоящем райском уголке планеты.

С чего начать?

Знакомство с ЮАР принято начинать с Кейптауна, колоритного города, который непременно напомнит вам об Африке, Европе и Британии одновременно. И это великолепие окружено потрясающими видами Столовой горы и Мыса Доброй Надежды.

Здесь непременно стоит прогуляться по фешенебельной набережной Виктории и Альфреда, заглянуть в изысканные рестораны попробовать вкуснейшие морепродукты и вино, а также в лавки с необычными яркими сувенирами ручной работы, прокатиться по пестрому городу на автобусе и пройти пешком его колоритные улочки. А на закуску – подняться на Столовую гору на фуникулере и замереть от завораживающего вида: Кейптаун и его окрестности здесь как на ладони. Отправившись чуть дальше, за город, на Боулдерс-Бич вы познакомитесь с самыми необычными пляжными обитателями – колонией пингвинов. Вы сможете выйти в океан на корабле для встречи с китами и морскими котиками или посмотреть на них с вертолета.

Если вы настоящий ценитель вина, отправляйтесь в Винный путь – маршрут по лучшим старейшим винным усадьбам страны, таким как Франчук и Стелленбош, для дегустации вин, оливковых масел и созерцания потрясающей красоты пейзажей.

Если вам близка природа, знатоки советуют проехать по Дороге Садов, вдоль которой находятся самые интересные и впечатляющие природные достопримечательности ЮАР. Сафари тоже удивит государственными и частными заповедниками, где есть дизайнерские лоджи и кэмпы, брутальные рейнджеры, а львы и леопарды бродят буквально на расстоянии вытянутой руки.

Непременно стоит заглянуть в знаменитый отель-город Sun City недалеко от Йоханнесбурга. Это настоящий курорт из пяти отелей, аквапарка, казино и гольф-полей. Здесь все выполнено в стиле африканского королевства, с искусными скульптурами животных. Вы увидите озера, реки, водопады и даже имитацию извержения вулкана, а также найдете рестораны, бары на любой вкус и всевозможные развлечения. Для детей отведена часть курорта, где их ждут интерактивные игры с походами, пикниками, общением с дикими животными и птицами.

Какой сезон выбрать?

По мнению местных жителей, в ЮАР нет плохого сезона, каждое время года удачно для того или иного вида путешествия. С декабря по март – солнечное лето, с апреля по июнь – теплая осень. Летом здесь сезон китов, сафари при комфортной температуре (около 20°С), а весной – с сентября по декабрь – красочно и зелено.

А если одной страны покажется вам мало, совсем рядом – Замбия, Зимбабве с водопадом Виктория, Ботсвана с прекрасным наземным или водным сафари вдоль реки Чобе, пески Намибии, пляжи Индийского океана, Мозамбика, Маврикия и Мадагаскара. Все эти страны прекрасно сочетаются с Южной Африкой и добавят к туру ярких красок.

СТОИТ ЛИ ДЕТЯМ В АФРИКЕ ГУЛЯТЬ?

«Без сомнения, идеальный возраст юного путешественника – от 5-6 лет. Для детей поездка в Африку – это впечатления, которые гармонично впишутся в то, что они изучают в книгах: животные в свободной среде, география и биология. Где еще можно увидеть столько потрясающей флоры и фауны за одну поездку? Сафари прекрасно подойдет для маленьких путешественников, там все продумано до мелочей и максимально комфортно. Добавьте к этому мягкий климат, свежие продукты, море впечатлений – пожалуй, из познавательных туров для всей семьи Африка займет первую строчку среди многих вариантов».

Ирина ЛЕБЕДЕВА, генеральный директор компании «Метеорс Трэвел»,

Туроператор «Метеорс Трэвел» приготовил уникальную поездку для родителей с детьми «САФАРИ В КЕНИИ + ОТДЫХ В ДУБАЕ» с перелетом а/к «ЭМИРЕЙТС» из СПб с 29 октября по 10 ноября. Открыт набор группы. Подробности – на сайте www.meteors.ru.

Ощути роскошь курортов One&Only на райских островах oneandonlyresorts.com

One&Only REETHI RAH *Maldives*

7 = 5 или 4 = 3, трансфер и ужины в подарок
ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЛЯ СЕМЕЙ: Дети проживают бесплатно
Период путешествия: до 16 декабря 2018

One&Only LE SAINT GÉRAN *Mauritius*

СКИДКА 20% на все категории номеров, кроме Villa One
Отдых летом: ужины в подарок,
специальные цены на номера «люкс»

www.oneandonlyresorts.com

РЕКЛАМА

ПОДРОБНЫЕ УСЛОВИЯ АКЦИИ УТОЧНЯЙТЕ НА САЙТЕ WWW.METEORS.RU. ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ДО 30.09.2018

ПОМОГАЕМ НАШИМ СТАРИКАМ!

ПАРТНЕР «БИЗНЕС ДНЕВНИКА» – ФОНД «ЖИТЬ ДОЛГО И СЧАСТЛИВО» – ЕДИНСТВЕННЫЙ В ПЕТЕРБУРГЕ, КОТОРЫЙ ОКАЗЫВАЕТ ПОДДЕРЖКУ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО СТАРШЕМУ ПОКОЛЕНИЮ.

БЛАГОДАРИМ ЧИТАТЕЛЕЙ «БИЗНЕС ДНЕВНИКА» ЗА ОКАЗАННУЮ ПОМОЩЬ, БЛАГОДАРЯ КОТОРОЙ:

Зинаиде Петровне ГЕРМОНЧЕНКО передан годовой запас дорогостоящего препарата «Пролиа» для курсового лечения остеопороза. До недавнего времени пенсионерка чувствовала себя подавленно, мало верила в успех лечения и не представляла, где взять денег на дорогое лекарство. Благодаря вашей помощи Зинаида Петровна получила столь необходимое ей лекарство и решила активно бороться за свое выздоровление, что в ее случае очень важно.

Ирине Вениаминовне ДРОЖЕННИКОВОЙ переданы современные многоканальные цифровые слуховые аппараты. Они не только помогут ей в повседневной жизни, но и позволят осуществить самые заветные желания. «Я давно мечтала попасть в театральный кружок, но из-за постоянно ухудшающегося слуха мне отказали в приеме. А тут подружка еще и в модельную школу для пенсионерок предложила пойти в сентябре. Теперь, с новыми возможностями, я смогу всем этим заняться», – поделилась Ирина Вениаминовна.

Людмиле Ивановне НИКИТИНОЙ передан мощный многоканальный цифровой слуховой аппарат с индивидуальными настройками для слухопротезирования правого уха.

Наши подопечные от всей души благодарят каждого, кто откликнулся и поддержал их в тяжелый момент.

БФ «Долго и счастливо» от всей души благодарит корпоративных жертвователей за поддержку подопечных фонда:

- **АО «АЛАДУШКИН Групп»**
- **ЧОУ ДПО «Лингвоэксперт»**
- **Благотворительный фонд «БлагоДаря»**
- **Благотворительный фонд «Нужна помощь»**
- **ООО «Спасибо!»**
- **ООО «БОЛЛФИЛТЕР РУССЛАНД»**
- **ООО «ЗЕЙТУН»**
- **ООО «Артезия»**
- **Индивидуального предпринимателя НГУЕН НГОК МАЙ**

Благотворительный фонд помощи пожилым людям «Долго и счастливо» просит о помощи своим подопечным

НИКОЛАЕВА Татьяна Николаевна, 79 лет.
Нужна помощь: **многоканальные цифровые слуховые аппараты.**

Стоимость: **79 600 руб.**

В свои почти восемьдесят Татьяне Николаевне есть что вспомнить. И это не только драматичная эвакуация из блокадного города и страх за папу, ушедшего на фронт, но и счастливые выступления с группой детского сада в госпиталях. Не только ужас при виде разрушенного Ленинграда по возвращении, но и гордость за отца-строителя и его коллег, которые собственными руками восстановили родной дом на «Техноложке». Сейчас Татьяна Николаевна все больше грустит. Очень рано ушел от инфаркта муж, потом – любимые братья, сын и дочь. Из 16 тысяч пенсии треть сразу уходит на квартплату, еще треть – на лекарства, а на остальное надо как-то питаться и одеваться. Раньше большую радость приносила музыка, ведь Татьяна Николаевна – талантливая пианистка, но сейчас подводит слух. Проблемы с ним мешают общению с немногочисленными оставшимися друзьями и сестрой. Получить льготные слуховые аппараты от государства не выходит: потеря слуха считается недостаточной. А размер пенсии не позволяет купить хорошие слуховые аппараты самостоятельно.

ШЛЫКОВА Диана Николаевна, 78 лет.
Нужна помощь: **препарат «Форстео».**

Стоимость: **338 640 руб.**

У Дианы Николаевны нет блокадной пенсии. Ее вместе с мамой чудом эвакуировали накануне полного окружения города. Абсолютно все оставшиеся в Ленинграде родные умерли от голода. На 16 тысяч нынешней пенсии много не купишь... Диана Николаевна начала карьеру библиографом в одном из петербургских НИИ, поступила в аспирантуру, где ее очень ждали, параллельно окончила медицинское училище. Когда от научной карьеры пришлось отказаться, пошла работать воспитательницей в детский сад. Проблемы начались около 10 лет назад, после укуса клеща. Насекомое оказалось переносчиком боррелиоза, который спровоцировал редкое генетическое заболевание – болезнь Хортона. Лечение гормонами привело к тяжелейшему остеопорозу. Начались постоянные боли: сидеть, лежать, ходить – все давалось с трудом и слезами. Врачи предложили лечение высокоэффективным препаратом, но, к сожалению, получить лекарство по квоте практически невозможно: ее выделяют в минимальных количествах. Препарат на пенсию не купить, родственники собрать такую сумму не в состоянии.

БИЗНЕС ДНЕВНИК
петербургское деловое обозрение

Издание зарегистрировано Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Северо-Западному федеральному округу. Свидетельство ПИ № ТУ78-01454 выдано 13 ноября 2013 г.

ТИРАЖ 10 000 ЭКЗ.
ПЕРИОДИЧНОСТЬ – 1 РАЗ В МЕСЯЦ.
РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ БЕСПЛАТНО.

Учредитель, издатель и распространитель: ОАО «Информационно-издательский центр Правительства Санкт-Петербурга «Петроцентр».
Адрес издателя и редакции: 197046, СПб, ул. Чапаева, 11/4, лит. А;
тел./факс: +7 (812) 346-46-92. E-mail: reklama@petrocentr.ru

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ
Тел. +7 (812) 346-46-92
reklama@petrocentr.ru

Генеральный директор и главный редактор Людмила Яковлева
Коммерческий директор Алексей Турченко
Дизайнер Марина Каминская
Отпечатано в ООО «Типографский комплекс «Девиз»:

195027, СПб, ул. Якорная, д. 10, лит. А, пом. 44. Заказ № ТД-3480

Перепечатка, использование материалов частично или полностью без разрешения редакции запрещены. Точка зрения обозревателей не обязательно совпадает с мнением редакции. Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые лицензии и сертификаты. Редакция не несет ответственности за достоверность информации, содержащейся в рекламных объявлениях и материалах.

Номер подписан в печать 22.06. 2018

МЕСТА РАСПРОСТРАНЕНИЯ

- В Смольном;
- В органах исполнительной власти Санкт-Петербурга:
  - в комитетах правительства СПб,
  - в администрациях районов СПб;
- В ЗакС Санкт-Петербурга;
- В бизнес-центрах и офисах предприятий;
- В поездах «Сапсан»;
- В аэропорту Пулково: бизнес-авиация;
- В Едином центре предпринимательства (Полюстровский пр., 61);
- В отелях Северной столицы;
- В конгрессно-выставочном центре «Экспофорум»;
- В выставочном центре «Ленэкспо»;
- В ресторанах, медицинских центрах, VIP-такси.

• НАС ЧИТАЕТ ВЛАСТЬ • НАС ЧИТАЕТ БИЗНЕС • НАС ЧИТАЕТ ГОРОД

BILLBOARD POST

408-88-00

РЕКЛАМА НА БИЛБОРДАХ

РЕКЛАМА

СЕГМЕНТ

Производитель плёнки и листов из полипропилена

Основа любой упаковки

Предлагаем вам неориентированную полипропиленовую плёнку собственного производства.

- Толщина плёнки от 25 до 1000 мкм.
- Изготовлена из экологически чистого полипропилена.
- Превосходная основа для производства любой упаковки.
- Подходит для последующей печати - флексографии или шелкографии.

Дополнительные параметры:

Рукавный экструдер
25-70 мкм
- Ширина - от 204 мм до 570 мм;
- Производство полотна, рукава, полу-рукава (клапан любой величины);
- Только прозрачная пленка;
- Активация для печати;
- Срок исполнения заказа – 7-14 дней;
- Минимальный объем - от 200 кг.

Плоскощелевой экструдер
100-1000 мкм
- Ширина - от 400 мм;
- Производство полотна или листов толщиной от 100 до 250 мкм;
- Производство листов – от 250 мкм;
- Любой цвет или краситель по желанию заказчика;
- Активация для печати;
- Срок исполнения заказа – 14-30 дней;
- Минимальный объем - от 200 кг.

реклама

ООО «Сегмент», 192019, г. Санкт-Петербург , ул. Фаянсовая, 26
+ 7 (812) 335-59-10