

ISSUE
ВЫПУСК

2

AUGUST / АВГУСТ 2025



TOURISM EXPLORER

www.tourism-explorer.com

Luxury Tourism Strategies in the Global Market

Стратегии
luxury-туризма на
мировом рынке

Global Vision

Взгляд в будущее

Through The Camera's Eye: Istanbul

Кинопрогулка по Стамбулу

5 Days, 26 Countries, 500 Delegates

5 дней, 26 стран,
500 делегатов

Exclusivity Redefined at Antalya Airport

Аэропорт Анталии:
ЭКСКЛЮЗИВНОСТЬ В
НОВОМ ФОРМАТЕ





COME &
DISCOVER


NORTH CYPRUS
nature culture history

#visitNCY

www.visitncy.com

Follow  [visitncy](https://www.instagram.com/visitncy)



TOURISM EXPLORER

www.tourism-explorer.com

PUBLISHER | ИЗДАТЕЛЬ

SABİR MİZAM

Chairman of the Board, HelloOtel
Председатель Совета Директоров HelloOtel

EXECUTIVE EDITOR | ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

SERDAR KARADUMAN

s.karaduman@tourism-explorer.com

GENERAL COORDINATOR | ГЕНЕРАЛЬНЫЙ КООРДИНАТОР

OLGA PHILIPPOVA ATLI

o.philippova@tourism-explorer.com

PROJECT DIRECTOR | РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА

SERALP AKIN

s.akin@tourism-explorer.com

MANAGING EDITOR | РЕДАКТОР ОТДЕЛА НОВОСТЕЙ

AYÇA KARADUMAN

a.karaduman@tourism-explorer.com



TÜRKÇE
DERGİYİ
OKUMAK
İÇİN!

Dear colleagues and partners!

We are pleased to share with you the second issue of Tourism Explorer magazine. The strong interest and valuable feedback we received for our first issue have further reinforced our mission to stay attuned to the pulse of the industry and to produce accurate B2B-focused content.

As HelloOtel, one of the priorities of our platform is to enhance the quality of holiday experiences for tourists. In this regard, we continue to develop solutions that facilitate communication between hoteliers, travel agencies, and guests. Our goal is to create an ecosystem where international tourism professionals come together, share knowledge, collaborate, and shape the future.

In line with this vision, we officially launched the 2025 summer tourism season with the HelloOtel International Travel Agents Forum, held in Antalya from May 3 to 7, 2025. With over 500 participants from 26 countries, Antalya became the heart of global tourism dialogue for five days. During the event, a total of 5,406 B2B meetings were held, establishing strong business connections among industry professionals. These meetings not only deepened existing collaborations but also paved the way for new business opportunities.

This second issue has been prepared with the same vision: It not only brings together the experiences, insights, and forecasts of tourism professionals from different countries and areas of expertise but is also enriched with exclusive content focusing on emerging destinations, sectoral trends, and marketing strategies. Our goal is to support this ecosystem developing under the HelloOtel umbrella through the sharing of knowledge and experience, and to contribute to the construction of a more connected, more resilient, and transformation-oriented structure within the tourism industry.

I hope our new issue will inspire you and pave the way for new collaborations and initiatives.

Yours sincerely,
Sabir Mizam

EDITOR | РЕДАКТОР

ECE İREM DİNÇ

editor@tourism-explorer.com

FEZA ULUDÜZ

editor@tourism-explorer.com

HASAN ERYİĞİT

editor@tourism-explorer.com

TRANSLATING EDITOR
РЕДАКТОР-ПЕРЕВОДЧИК

MARIIA BURUKHINA

DESIGN | ДИЗАЙН

NORE
CREATIVE
AGENCY

www.noretasarim.com

ADVERTISING | РЕКЛАМА
adv@tourism-explorer.com

PUBLICATION FREQUENCY |
ПЕРИОДИЧНОСТЬ ИЗДАНИЯ

Bi-monthly,
Periodical Publication
Free of charge, not for sale.

Двухмесячное,
периодическое бесплатное
издание, не подлежит продаже..

CONTACT | КОНТАКТЫ

Öğretmenevleri Mah.
Anadolü Cad. Elibol Apt.
No: 87 İç Kapı No: 1
Konyaaltı - Antalya / Türkiye
info@tourism-explorer.com
www.tourism-explorer.com

PRINTING PLACE | МЕСТО ПЕЧАТИ
EFTAL MATBAACILIK
ALTINDAĞ - ANKARA

PROJECT PARTNERS | ПАРТНЕРЫ ПРОЕКТА

HelloOtel
Turbomarketing
MARKETING SYSTEMS

NORE
CREATIVE
AGENCY

Дорогие коллеги и партнеры!

С радостью представляем вам второй выпуск журнала *Tourism Explorer*. Живой интерес и ценные отзывы, полученные после первого номера, вдохновили нас на дальнейшее развитие нашей миссии — оставаться в курсе последних тенденций индустрии и создавать актуальный контент для B2B-сегмента.

Как платформа HelloOtel, мы уделяем особое внимание повышению качества отдыха туристов. С этой целью мы разрабатываем инструменты для оптимизации коммуникации между отельерами, турагентствами и туристами. Мы работаем над созданием глобальной платформы, обеспечивающей профессиональное взаимодействие, развитие партнерств и стратегическое планирование в сфере туризма.

Реализуя эту концепцию, мы торжественно открыли летний туристический сезон-2025 в рамках Международного форума для турагентств HelloOtel, прошедшего в Анталье с 3 по 7 мая 2025 года. Анталья на пять дней превратилась в эпицентр мирового туристического диалога, собрав более 500 участников из 26 стран. В ходе мероприятия состоялось 5406 B2B-встреч, заложивших прочную основу для делового взаимодействия между профессионалами отрасли. Эти встречи не только укрепили существующие партнёрские связи, но и открыли дорогу новым перспективным проектам.

Второй выпуск создан в том же ключе: он объединяет не только опыт, аналитику и прогнозы профессионалов туристической индустрии из разных стран и сфер деятельности, но и дополнен эксклюзивными материалами о перспективных направлениях, отраслевых трендах и маркетинговых стратегиях. Наша цель — поддерживать формирующуюся экосистему под эгидой HelloOtel через обмен знаниями и опытом, способствуя созданию более сплочённой, устойчивой и открытой к трансформациям структуры в сфере туризма.

Надеюсь, этот выпуск вдохновит вас и станет катализатором новых партнёрств и инициатив.

С уважением,
Сабир Мизам



A New Era at Munich Airport: The Luggage-Free Travel Concept

Comfort of Flying Without Luggage

Passengers no longer carry their suitcases during check-in. Munich Airport's new system ensures that bags are collected from the hotel and transported directly to the aircraft hold. Travelers arrive at the terminal with just their hand luggage.

Entire Process in Your Pocket with a Mobile App

Check-in is completed in seconds via the airport's mobile app. Passengers can track their luggage in real time and proceed to their departure gate without any physical procedures.

Hospitality and Aviation: A Seamless Partnership

The system works in integration with hotels in the region, offering great convenience—especially for tourists with long stays and business travelers. On the last day of their stay, guests experience no stress over baggage handling.

Sustainability and Efficiency

This service not only eases passenger flow but also boosts operational efficiency. It reduces congestion inside the terminal and shortens baggage queues. Following Munich, airports like Frankfurt and Zurich are also expected to adopt the system.

Новшество в аэропорту Мюнхена: концепция путешествий без багажа

Лёгкость путешествия без чемоданов

Теперь пассажиры могут забыть о багаже при регистрации. Инновационный сервис Мюнхенского аэропорта берёт на себя заботу о вещах: чемоданы забирают из отеля и размещают в багажном отделении воздушного судна. В терминал можно смело отправляться лишь с компактной ручной кладью.

Все этапы путешествия — в вашем смартфоне

Мгновенная регистрация на рейс через мобильное приложение аэропорта позволяет пассажирам в режиме онлайн контролировать перемещение багажа, а также следовать к выходу на посадку, минуя процедуры документального оформления.

Синергия гостиничного и авиационного сервиса

Инновационная система интегрирована с отелями региона, обеспечивая максимальное удобство гостям, особенно, туристам, остановившимся на продолжительный срок, и деловым путешественникам. В день отъезда проблема транспортировки багажа полностью исключена из списка их забот.

Экологичность и эффективность

Данный сервис не только оптимизирует пассажиропоток, но и повышает операционную эффективность аэропорта. Он уменьшает скопление людей в терминале и сокращает очереди на регистрацию багажа. Вслед за Мюнхеном систему планируют внедрить в аэропортах Франкфурта и Цюриха.

The New Luxury in Tourism: Personalized Guest Experience

Not One-Size-Fits-All, But One-of-a-Kind Service

Today's traveler is no longer looking for standard packages—they seek experiences tailored to their personal preferences. This makes personalization the key to standing out in a competitive market. It's not just about the accommodation itself: recommendations that align with guests' habits, preferences, and lifestyles are now an essential part of the experience. For example, arranging a room layout based on selections made during booking can leave a strong impression right from the first interaction.

Not Just Data-Driven, But Emotionally Intelligent

Personalization begins with data—but it finds its power in emotional connection. Recommending local coworking spaces to a business traveler or a gallery to an art enthusiast is not just about delivering information—it's about demonstrating understanding. Of course, this approach requires careful balance: respecting guest privacy is crucial. Ethically analyzing data and transforming it into genuine hospitality is what defines success in this area.

Not About Opulence, But About Thoughtfulness

Personalization isn't limited to five-star resorts. Small and boutique hotels can make a big impact with intimate touches: greeting guests by name, leaving a handwritten note in the room, or having a favorite tea prepared in the morning. Sometimes, these gestures are more powerful than multimillion-dollar investments.

The Future Belongs to Those Who Know Their Guests

In hospitality, personalization means stepping beyond the mold and turning each guest into a unique story. Guests don't just want to be hosted—they want to be understood. Properties that embrace this mindset will not only be chosen but remembered—and revisited.

Современная роскошь: персонализированный подход к каждому гостю

Не шаблонный сервис, а индивидуальный подход

Современные путешественники больше не довольствуются стандартными пакетами услуг - они ищут персонализированные впечатления, созданные с учетом их личных предпочтений. Именно персонализация становится ключевым конкурентным преимуществом на насыщенном туристическом рынке. Речь идет не только о самом размещении: рекомендации, соответствующие привычкам, вкусам и образу жизни гостя, стали неотъемлемой частью качественного сервиса. Например, подготовка номера с учетом пожеланий, указанных при бронировании, позволяет произвести отличное первое впечатление.

Аналитика + эмпатия: формула идеального сервиса

Персонализация начинается со сбора данных, но свою настоящую силу обретает в эмоциональной связи с гостем. Рекомендовать деловому путешественнику местный коворкинг или любителю искусства - галерею - значит не просто предоставить информацию, а показать свое понимание его потребностей. Однако такой подход требует деликатного баланса: уважение к личному пространству гостя остается приоритетом. Именно этичный анализ данных и их преобразование в искреннее гостеприимство определяют успех в этой сфере.

Не роскошь, а внимание к деталям

Персонализированный подход - прерогатива не только пятизвездочных отелей. Небольшие бутик-отели могут создавать по-настоящему теплую атмосферу с помощью простых, но значимых жестов: приветствие гостя по имени, рукописная записка в номере или любимый чай, приготовленный к завтраку. Порой такие мелочи производят большее впечатление, чем многомиллионные инвестиции в инфраструктуру.



High Demand, High Expectations: Which Services Are Travel Agencies Highlighting?

Changing consumer behavior in tourism is no longer limited to vacation preferences - it's reshaping how travel services are delivered. And the ones who feel the pulse of this transformation most acutely are the travel agencies working directly in the field. In today's competitive market, agencies are no longer just intermediaries making sales; they've become strategic partners managing the customer experience from start to finish. Data from the field and user feedback clearly reflect this evolution.

At the forefront is the shift from standardized packages to flexible and personalized services. Especially among mid-to-upper segment travelers, there's a rapidly growing demand for tailor-made travel designs. Agencies are no longer offering just accommodations - they now integrate a wide range of services from end-to-end destination planning to private transfers, guided tours, local gastronomy experiences, and more. This layered approach not only makes clients feel valued but also strengthens long-term loyalty.

Another key area is the growing expectation for multi-channel, fast, and digital service solutions. Everything is mobile now - which means agencies are expected to be present not just in offices, but in travelers' pockets. Younger and more professional travelers value speed, transparency, and personalized information when making decisions. As a result, digital platforms, reservation apps, and online consultation services have become almost indispensable.

Рост запросов vs новые возможности: что предлагают турагентства?

Трансформация потребительского поведения в туризме вышла за пределы смены предпочтений в отдыхе, затронув фундаментальные принципы организации путешествий. Турагентства как непосредственные участники рынка оперативнее других адаптируются к новым реалиям. В конкурентной среде их роль трансформировалась от простых продавцов турпакетов до полноценных тревел-консультантов, сопровождающих клиента на протяжении всего путешествия.

На первый план выходит переход от стандартизированных предложений к гибким и персонализированным услугам. Особенно востребован этот подход среди путешественников среднего и премиального сегментов, где стремительно растет спрос на эксклюзивные маршруты и программы. Агентства больше не ограничиваются бронированием отелей - они предлагают комплексные решения: от детального планирования маршрута до частных трансферов, экскурсий с местными гидами и гастрономических впечатлений. Такой многослойный сервис не только подчеркивает ценность клиента, но и укрепляет долгосрочную лояльность.

Еще один ключевой тренд - ожидание мультиканального, быстрого и цифрового сервиса. В эпоху, когда все решения принимаются со смартфона, агентства должны быть доступны не только в офисе, но и «в кармане» у клиента. Молодые и занятые путешественники особенно ценят скорость, прозрачность и персонализированные данные при выборе тура. Как следствие, цифровые платформы, мобильные приложения для бронирования и онлайн-консультации стали must-have для любого современного агентства.

The Era of Metatourism Has Begun: The First Avatar-Based Hotel Opens in the Maldives!

With virtual reality technology, "traveling without going" is now possible. The age of metatourism is here: avatars strolling on the beach, virtual cocktails, and digital sunsets...

Tourism enters a new dimension in 2025: no suitcase, no flights, no jet lag... but yes to the sea, the sunset, the spa and most importantly, you or rather, your digital twin: your avatar. A virtual hotel called MetaEscape Maldives began welcoming beta users earlier this year. By connecting via VR headsets, users enter a one-to-one digital replica of one of the Maldives' most popular resort hotels. From check-in to yoga sessions, sunset happy hour to spa experiences, everything is meticulously simulated.

What Is Metatourism?

Metatourism refers to digitally experiencing travel destinations without being physically present. The next level? Feeling the experience firsthand. Thanks to artificial intelligence, haptic touch technology, and immersive audio engineering, users can now feel the sensation of walking on sand, hear ocean waves and wind simulations, and even enjoy massage-like vibrations through their chairs.

Metatourism doesn't completely replace traditional travel, of course. But it makes tourism more accessible, transforms marketing strategies, and creates a more inclusive experience. Though it may sound like a futuristic fantasy for now, virtual projects for Pamukkale, Cappadocia, and Bozcaada in Türkiye are already being discussed for the 2026 summer season.

Метатуризм становится реальностью: на Мальдивах запустили первый в мире аватаро-отель!

Благодаря технологиям виртуальной реальности теперь можно «путешествовать, никуда не уезжая». Наступила эра метатуризма: аватары, прогуливающиеся по пляжу, виртуальные коктейли, цифровые закаты...

2025 год переворачивает представления о туризме: забываем про багаж, авиAPERелёты и смену часовых поясов - вместо этого наслаждаемся океаном, закатами, спа и... вашим цифровым alter ego. Виртуальный отель MetaEscape Maldives уже начал принимать первых тестовых пользователей. Подключившись через VR-шлем, гости попадают в точную цифровую копию одного из самых популярных курортов Мальдив. От заселения до йоги, от вечерних коктейлей на закате до спа-ритуалов - всё воссоздано с безупречной детализацией.

Что же такое метатуризм?

Метатуризм - это цифровой способ познания мира без физического перемещения. Следующий уровень? Полное погружение в атмосферу путешествия. Благодаря искусственному интеллекту, тактильным технологиям и immersive-аудио гости теперь могут чувствовать песок под ногами, слышать шум волн и шелест ветра и даже получать расслабляющий массаж через вибрирующее кресло.

Конечно, метатуризм не заменит настоящие путешествия. Но он делает туризм доступнее, меняет подход к маркетингу и создаёт инклюзивную среду. Хотя это пока звучит как фантастика, виртуальные проекты для Памуккале, Каппадокии и Бозджаада в Турции планируют запустить уже к летнему сезону 2026 года.

12



**5 Days,
26 Countries,
500 Delegates**
5 дней, 26 стран,
500 делегатов

68



**Four Countries,
Four Perspectives**
Четыре страны,
четыре взгляда

26



**Exclusivity
Redefined at
Antalya Airport**
Аэропорт
Антальи:
эксклюзивность
в новом формате

76



Chef Ömer Yalçın
Шеф-повар
Омер Ялчын

32



Global Vision
Взгляд в будущее

84



Tourist Helper

50



**Turkish Breakfast
Named the Best in
the World**
Турецкий завтрак
признан лучшим
в мире

90



**The Art of
Wellness in
Thailand**
Таиланд как
wellness-искусство

54



**Kilikya Palace
Göynük**

96



Atlas Hotel Baku

60



**Through The
Camera's Eye:
Istanbul**
Кинопрогулка
по Стамбулу

102



**Honeymoon
in Egypt**
Медовый месяц в
Египте

5 Days, 26 Countries, 500 Delegates

The Tourism Season Opens at the HelloOtel International Travel Agents Forum in Antalya

5 дней, 26 стран, 500 делегатов: сезон открыт!
Международный форум турагентов
HelloOtel в Анталье

Held in Antalya from May 3–7, 2025, the HelloOtel International Travel Agents Forum began with an opening party at Kilikya Palace Göynük. Kemer Mayor Necati Topaloğlu delivered the opening speech at the event, which brought together over 500 tour operators and travel agency representatives from 26 different countries. Tourism professionals gathered at Mirage Park Resort Hotel to mark the beginning of the summer season. As a Tourism Explorer team, we were there too-capturing insights from select forum participants for our readers.

С 3 по 7 мая 2025 года в Анталье состоялось грандиозное открытие летнего сезона - Международный форум турагентов HelloOtel. Торжественный старт мероприятию дал прием в Kilikya Palace Göynük. Более 500 представителей турбизнеса из 26 стран собрались в отеле Mirage Park Resort, чтобы обсудить тренды нового сезона. С приветственным словом к участникам обратился мэр Кемера Неджати Топалоглу. Команда Tourism Explorer также приняла участие, чтобы поделиться с читателями ключевыми инсайтами от ведущих игроков рынка.

HelloOtel
Turbomarketing
MARKETING SYSTEMS



JENYA MELESHINA

Steigenberger Aldau Resort
Assistant Marketing Manager

“WHEN GERMAN DISCIPLINE MEETS EGYPTIAN HOSPITALITY, A LOYAL GUEST BASE BECOMES INEVITABLE.”

One of the strongest tourism destinations in the MENA region, Egypt is experiencing a remarkable resurgence post-pandemic. We had the opportunity to speak with Jenya Meleshina, Assistant Marketing Manager of the acclaimed Steigenberger Aldau Resort, a key player in this revival.

FACE-TO-FACE ENGAGEMENT THROUGH THE FORUM

“This is my first time participating in such a large-scale event in Türkiye. Events like these - where agencies and hoteliers interact directly - are invaluable. The chance for professionals to personally present themselves, answer questions on the spot, and share their experience is fantastic. We’re very grateful to HelloOtel for making this possible.”

STEIGENBERGER STANDARD: GLOBAL QUALITY, LOCAL SENSIBILITY

Our hotel is part of a renowned German chain, so we blend German discipline with Egyptian hospitality to deliver a high-standard service experience. Sustainability and hygiene are always our top priorities. Most of our guests are German, and many of them return time after time—which we take as a clear validation of our mission.

TURKISH GUESTS ARE A KEY FOCUS

Interest from Turkish tourists is growing,” Meleshina added. “It’s important for us that guests from Türkiye feel completely at home with us.

ЕВГЕНИЯ МЕЛЕШИНА

Steigenberger Aldau Resort
Помощник менеджера по маркетингу

“НЕМЕЦКАЯ ОСНОВАТЕЛЬНОСТЬ В СОЧЕТАНИИ С ЕГИПЕТСКОЙ ДУШЕВНОСТЬЮ СОЗДАЮТ ИДЕАЛЬНУЮ ФОРМУЛУ ДЛЯ ПРЕДАННЫХ ГОСТЕЙ”

Египет, являющийся одним из самых перспективных туристических направлений региона Ближнего Востока, демонстрирует впечатляющее восстановление после пандемии. Мы пообщались с Евгенией Мелешиной, помощником менеджера по маркетингу премиального отеля Steigenberger Aldau Resort, который играет ключевую роль в возрождении туристического рынка.

ЗНАЧЕНИЕ ЛИЧНОГО ОБЩЕНИЯ НА ФОРУМЕ

«Впервые участвую в столь масштабном мероприятии в Турции. Форум, где турагенты и отельеры могут взаимодействовать напрямую, - это бесценная возможность. Шанс лично презентовать свой продукт, моментально отвечать на вопросы и обмениваться опытом - именно то, что нужно нашей индустрии. Мы искренне благодарны команде HelloOtel за организацию такого события».

СТАНДАРТЫ STEIGENBERGER: МИРОВОЕ КАЧЕСТВО С МЕСТНЫМ КОЛОРИТОМ

«Наш отель принадлежит известной немецкой сети, поэтому мы гармонично сочетаем немецкую дисциплину с теплотой египетского гостеприимства. Особое внимание мы уделяем экологичности и соблюдению высочайших стандартов гигиены. Основной поток гостей - из Германии, и многие из них возвращаются к нам снова и снова, что мы считаем лучшим подтверждением нашей работы».

ТУРЕЦКИЙ РЫНОК - ВАЖНЫЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ФОКУС

«Мы отмечаем растущий интерес со стороны турецких туристов, - добавляет Мелешина. - Для нас принципиально важно, чтобы гости из Турции чувствовали себя у нас по-настоящему комфортно и получали сервис, учитывающий их культурные особенности».



İZZET BOZOĞLAN

Granada Luxury Resort
Sales & Marketing Representative

“AT GRANADA, LUXURY ISN'T JUST A PRIVILEGE-IT'S AN ACCESSIBLE EXPERIENCE.”

Operating four facilities in Alanya and Belek, Granada Luxury Resort is among the prominent players in the Mediterranean tourism landscape. We spoke with Sales & Marketing Representative izzet Bozoglan about the resort's service philosophy and its participation in the forum.

FORUM SATISFACTION

This is our second time participating in the forum organized under HelloOtel. Compared to last year, we're happy to see even more attendees. Events like this are always beneficial for tourism professionals. We get to share detailed information about our properties in one-on-one meetings with agency owners and ensure they know exactly who to contact.

GRANADA'S UNIQUE APPROACH

Granada appeals to all age groups. Our goal is to offer not only luxury but also a wide range of accessible services tailored to each guest's needs. For families with children, we provide extensive amenities, and for adult-only travelers, our +13 beachfront hotel offers a peaceful getaway. Our Belek facility spans 100,000 square meters and offers guests a variety of high-end experiences, from an amusement park and aquapark to a semi-Olympic pool, Maldives-style villas, and a dynamic 'Snack Street' food court.

MARKET SHARE

In Belek, about 60% of our summer guests are European, primarily from the UK and Baltic countries. The CIS region accounts for about 15%, and domestic Turkish tourists for another 15%.

ИЗЗЕТ БОЗОГЛАН

Granada Luxury Resort
Представитель отдела продаж и маркетинга

«В GRANADA РОСКОШЬ - НЕ ПРИВИЛЕГИЯ, А ОПЫТ, ДОСТУПНЫЙ КАЖДОМУ»

Сетью из четырех фешенебельных отелей в Аланье и Белеке Granada Luxury Resort закрепил свой статус одного из ключевых игроков Средиземноморья. В эксклюзивном интервью представитель отдела продаж и маркетинга Иззет Бозоглан рассказал о философии сервиса сети и участии в отраслевом форуме.

ИТОГИ УЧАСТИЯ В ФОРУМЕ

«Мы уже во второй раз участвуем в форуме HelloOtel и рады отметить рост количества участников по сравнению с прошлым годом. Подобные мероприятия исключительно важны для профессионалов туриндустрии. В рамках индивидуальных встреч с владельцами агентств мы можем детально презентовать наши отели и установить прямые контакты с ключевыми партнерами».

УНИКАЛЬНАЯ КОНЦЕПЦИЯ GRANADA

«Наши отели созданы для гостей всех возрастов. Мы стремимся предложить не просто роскошный отдых, но и широкий спектр доступных услуг, адаптированных под потребности каждого клиента. Для семей с детьми предусмотрена развитая инфраструктура развлечений, а для тех, кто предпочитает уединение, работает adult-only отель 13+ с приватным пляжем.

Наш флагманский комплекс в Белеке занимает территорию 100 000 м² и предлагает: парк аттракционов и аквапарк, полуолимпийский бассейн, виллы в мальдивском стиле и гастрономическую аллею Snack Street».

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТУРПОТОКА

«Летом в Белеке 60% наших гостей составляют европейцы, преимущественно из Великобритании и стран Балтии. На рынки СНГ приходится около 15%, еще 15% - это внутренний турецкий турпоток».



SELÇUK YAMAÇ

Maxeria Blue Didyma
General Manager

**“SOMETIMES IT’S THE REGION,
SOMETIMES THE HOTEL - BUT
MAXERIA BLUE DIDYMA MANAGES
TO ELEVATE BOTH.”**

Located in the serene Akbük Bay of Didim, Maxeria Blue Didyma has been gaining attention for its focus on service quality and guest satisfaction. We sat down with General Manager Selçuk Yamaç to discuss the resort’s philosophy and the growing interest in Didim.

DIDIM IN THE SPOTLIGHT: A COASTAL GEM ON THE RISE

At Maxeria, we place great importance on promoting our region. Didim, with its historical charm and fantastic climate, is part of the Ministry’s development zones and is set to shine even brighter. Our hotel, located in Akbük, is distinguished by its high service standards.

GUEST-CENTERED SERVICE PHILOSOPHY

We specialize in family and child-friendly concepts but also offer a versatile experience for all guests. From our 24-hour restaurant and Starbucks café to our premium culinary offerings, we focus on delivering top-quality service. Our restaurant features gourmet dishes from both Aegean and international cuisines, as well as regional Turkish delicacies, including desserts and traditional breakfasts crafted by chefs from Gaziantep and Hatay.

INTERNATIONAL MARKET PRESENCE

Our guest base is primarily British and German, with additional visitors from Poland, the Czech Republic, and Slovakia. While the CIS market is currently slower, we are confident it will rebound.

СЕЛЬЧУК ЯМАЧ

Maxeria Blue Didyma
Генеральный менеджер

**«ОДНИ МЕСТА ПОКОРЯЮТ
ПРИРОДОЙ, ДРУГИЕ -
СЕРВИСОМ. MAXERIA BLUE
DIDYMA ОБЪЕДИНЯЕТ ОБА ЭТИХ
ДОСТОИНСТВА»**

Комплекс Maxeria Blue Didyma, уютно расположенный в спокойной бухте Акбюк (Дидим), стремительно наращивает популярность за счет высочайшего уровня обслуживания и клиентоориентированного подхода. В эксклюзивном интервью генеральный менеджер Сельчук Ямач рассказал о философии отеля и растущей популярности региона.

ДИДИМ В ЦЕНТРЕ ВНИМАНИЯ: ВОСХОДЯЩАЯ ЗВЕЗДА ЭГЕЙСКОГО ПОБЕРЕЖЬЯ

«Для нас крайне важно продвигать не только отель, но и весь регион. Дидим с его богатой историей и идеальным климатом включён в список приоритетных зон развития Министерства туризма, и его ждёт блестящее будущее. Наш отель в Акбюке выделяется на этом фоне благодаря исключительным стандартам обслуживания».

ФИЛОСОФИЯ СЕРВИСА: ГОСТЬ ПРЕВЫШЕ ВСЕГО

«Мы специализируемся на семейном отдыхе, но создали универсальную концепцию для всех категорий гостей. Круглосуточный ресторан, кафе Starbucks, премиальная кухня — всё подчинено идее безупречного сервиса. В нашем ресторане представлены изысканные блюда эгейской и международной кухонь, а также региональные турецкие деликатесы, включая десерты и традиционные завтраки, приготовленные шеф-поварами из Газiantепа и Хатая».

МЕЖДУНАРОДНЫЙ СОСТАВ ГОСТЕЙ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ПРИЗНАНИЕ

«Основу наших гостей составляют британцы и немцы, а также туристы из Польши, Чехии и Словакии. Хотя рынок СНГ сейчас менее активен, мы уверены в его скором восстановлении».



ALENA KOZYREVA

Sunrise Resort & Cruises Egypt
Marketing Distribution Manager

**“SUNRISE REPRESENTS THE MOST
REFINED FORM OF PERSONALIZED
EXPERIENCE IN EGYPT”**

Sunrise Resort & Cruises Egypt, one of Egypt’s established tourism brands, focuses on differentiating itself not only in hospitality but also in guest experience. Alena Kozyreva, Marketing and Distribution Manager, shared the brand’s service philosophy and vision with us.

FORUM EXPERIENCE

HelloOtel organized a very special event in Kemer. I found this platform, which brought many agencies together, extremely useful. I hope the number of such global events increases over time. Sharing our experiences together here is wonderful.

THE ADDRESS FOR LUXURY HOLIDAYS IN EGYPT

We are one of the largest hotel chains in Egypt with over twenty properties. Sunrise is more than a hotel brand; the spirit of our brand is shaped by the importance we give to experience. As we expand our service variety and experience zones, we pay special attention to luxury segment guests. Today’s guest expectations are much more individual, and we customize our systems accordingly.

STRONG AND STRATEGIC TURKISH MARKET

Kozyreva noted the increasing interest of Turkish guests in luxury hotels: “Türkiye is an important market for us. We have a strong connection with Turkish guests due to cultural closeness and service expectations.”

АЛЕНА КОЗЫРЕВА

Sunrise Resort & Cruises Egypt
Директор по маркетингу и продажам

**«SUNRISE - ЭТАЛОН
ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННОГО
СЕРВИСА В ЕГИПТЕ»**

Sunrise Resort & Cruises Egypt - один из признанных лидеров египетского туризма, делающий ставку не только на качество размещения, но и на уникальность гостевого опыта. В эксклюзивном интервью менеджер по маркетингу и дистрибуции Алена Козырева рассказала о философии бренда.

ВПЕЧАТЛЕНИЯ ОТ ФОРУМА

«HelloOtel организовал по-настоящему особенное мероприятие в Кемере. Возможность лично пообщаться с множеством турагентов бесценна. Надеюсь, таких международных событий будет больше - подобный обмен опытом чрезвычайно полезен для индустрии».

ЛОКАЦИЯ ДЛЯ ПРЕМИАЛЬНОГО ОТДЫХА

«Располагая более чем 20 отелями, мы занимаем лидирующие позиции среди египетских гостиничных сетей. Но Sunrise - не просто бренд, а философия, где во главе угла стоит индивидуальный подход. Расширяя спектр услуг, мы уделяем особое внимание запросам взыскательных гостей. Современные туристы ожидают персонализированного сервиса, и мы в соответствии с этим трансформируем стандарты».

ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ТУРЕЦКИЙ РЫНОК

«Интерес турецких гостей к премиальному отдыху растёт, - отмечает Козырева. - Турция для нас стратегически важна: культурная близость и высокие ожидания в сервисе создают прочную основу для сотрудничества».



MUTLU COŞKUN

Sealife Group Hotels
General Coordinator

“SEALIFE DEFINES COASTAL HOSPITALITY NOT ONLY WITH ACCOMMODATION BUT WITH SUSTAINABLE BRANDING”

Sealife Group Hotels, one of Antalya's long-established hotel chains, focuses on guest satisfaction and sustainable success again this season. Mutlu Coşkun, General Coordinator, shared the hotel's outlook for the 2025 season with Tourism Explorer readers.

THE IMPORTANCE OF ATTENDING THE FORUM

The primary importance of such fairs is advancing our branding. Secondly, we can present detailed updates about our facilities directly to current partners and agencies, enabling face-to-face interaction. This always adds value during the season. Tourism is becoming more global every day, and keeping up is not easy. But the HelloOtel team manages this very well. Tourism Explorer magazine is the latest proof of this. I wish you many more issues!

SEALIFE CONCEPT

As the Sealife family, we offer products for various segments with resorts in Alanya, Kemer, and Konyaaltı. These include Sealife Family Resort, Porto Bello Resort & Spa Hotel, Sealife Lounge, Sealife Kemer Resort, Sealife Buket Resort and Sealife Royal Suites.

HELLOOTEL SUPPORT

We established a joint roadmap with HelloOtel Turbo Marketing from its inception and have seen mutual benefits. We find this platform important for correctly expressing ourselves as a group and for conveying accurate information to guests.

MUTLU ДЖОШКУН

Sealife Group Hotels
Генеральный координатор

«КОМФОРТНЫЙ ПЛЯЖНЫЙ ОТДЫХ И ЗАБОТА О ПРИРОДЕ - ДВА КИТА, НА КОТОРЫХ ОСНОВАНА ФИЛОСОФИЯ SEALIFE»

Один из основополагающих отельных брендов Анталы, Sealife Group Hotels, в новом сезоне делает ставку на удовлетворенность гостей и устойчивое развитие. Генеральный координатор Мутлу Джошкун рассказал читателям Tourism Explorer о планах сети на 2025 год.

ЗНАЧЕНИЕ УЧАСТИЯ В ФОРУМЕ

Подобные мероприятия, прежде всего, укрепляют наш бренд. Во-вторых, они позволяют лично презентовать обновления инфраструктуры партнерам и турагентам. В условиях глобализации туриндустрии такие прямые контакты бесценны. Команда HelloOtel блестяще организует этот процесс, и новое издание Tourism Explorer - лучшее тому подтверждение. Желаю журналу долгой жизни!

КОНЦЕПЦИЯ SEALIFE

Наша сеть отелей Sealife предлагает курорты для различных сегментов туристов в следующих регионах: Аланья, Кемер и Коньяалты. К ним относятся Sealife Family Resort, Porto Bello Resort & Spa Hotel, Sealife Lounge, Sealife Royal Suites, Sealife Buket Resort и Sealife Kemer. Помимо пляжного отдыха, мы развиваем медицинский, деловой и спортивный туризм.

СОТРУДНИЧЕСТВО С HELLOOTEL

С самого начала мы выстроили взаимовыгодное партнерство с HelloOtel TurboMarketing. Эта платформа помогает нам доносить ценность бренда и актуальную информацию до гостей.



HAKAN ENGİN

Private OFM Antalya Hospital
Corporate and External Relations Manager

“OFM ANTALYA OFFERS NOT JUST TREATMENT BUT SPEED, TRUST, AND INTERNATIONAL-STANDARD HEALTH EXPERIENCES.”

In recent years, health tourism has become one of Türkiye's fastest-growing international sectors. Standing out with infrastructure investments and medical expertise, Türkiye is now a preferred center not only regionally but globally. We discussed the present and future of health tourism with Hakan Engin, Corporate and External Relations Manager of Private OFM Antalya Hospital.

TÜRKİYE HAS BECOME A TRUSTED BRAND

Türkiye has made significant progress in health tourism recently. We are no longer just a country offering price advantages but one delivering quality services and trust. Especially in dental health, hair transplantation, cosmetic surgery, and organ transplants, Türkiye has made great strides. We will definitely stand out more in these fields in the future.

THE EUROPEAN MARKET PREFERS US

Engin explained the increase in patients from Germany, the Netherlands, and the UK: "Waiting times in Europe are very long. People prefer Türkiye for faster, affordable, and quality healthcare. They also combine their treatment with a holiday here. Additionally, we see strong demand from Azerbaijan, Kyrgyzstan, Kazakhstan, and Georgia.

PRIVATE OFM ANTALYA HOSPITAL

Our hospital is located in Antalya city center, 8 km from the airport. It is a 9-story facility with 71 patient rooms and 48 intensive care beds, equipped with state-of-the-art medical devices sourced from Germany, meeting EU standards."

ХАКАН ЭНГИН

Private OFM Antalya Hospital
Менеджер по корпоративным и внешним связям

«OFM ANTALYA - ЭТО НЕ ПРОСТО ЛЕЧЕНИЕ, А СКОРОСТЬ, НАДЕЖНОСТЬ И МЕДИЦИНСКИЕ УСЛУГИ МИРОВОГО УРОВНЯ»

В последние годы медицинский туризм стал одним из самых быстрорастущих направлений в Турции. Благодаря масштабным инвестициям в инфраструктуру и высокому профессионализму врачей страна превратилась в популярный международный медицинский центр. О настоящем и будущем этого направления мы поговорили с Хаканом Энгином, менеджером по корпоративным и внешним связям частной клиники OFM Antalya.

ТУРЦИЯ - НАДЕЖНЫЙ БРЕНД В СФЕРЕ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА

«Турция совершила настоящий прорыв в области медицинского туризма. Сегодня мы предлагаем не только привлекательные цены, но и высокое качество услуг. Особых успехов страна достигла в стоматологии, трансплантации волос, пластической хирургии и пересадке органов. В этих направлениях мы будем развиваться и дальше».

ПОЧЕМУ ПАЦИЕНТЫ ИЗ ЕВРОПЫ ВЫБИРАЮТ ТУРЦИЮ?

«В Европе очереди на многие процедуры растягиваются на месяцы, - объясняет г-н Энгин. - В Турции же можно быстро получить качественную медицинскую помощь по доступной цене и совместить лечение с отдыхом. Кроме того, мы отмечаем растущий спрос со стороны Азербайджана, Кыргызстана, Казахстана и Грузии».

PRIVATE OFM ANTALYA HOSPITAL

«Наша клиника расположена в центре Анталы, в 8 км от аэропорта. Это 9-этажное здание с 71 палатой и 48 койками интенсивной терапии. Мы используем современное оборудование из Германии, соответствующее стандартам ЕС. Основное направление работы - медицинский туризм, и мы обслуживаем пациентов из Анталы, Муглы и других регионов».



Next-Gen Hospitality:

Pricing Policies Managed by Algorithms

Инновации в ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ: как искусственный интеллект меняет подход к ценообразованию

HOTELS USING AI-BASED SYSTEMS HAVE SEEN A 12% INCREASE IN OCCUPANCY RATES.

The era of fixed pricing in tourism is coming to an end. Room rates are now being updated in real time—not just based on demand but on dozens of data points including weather conditions and trending events on social media. AI-driven dynamic pricing is rewriting the rules of the tourism industry.

PRICING IS NOW MANAGED 'LIVE'

Traditional price lists have been replaced by real-time, AI-supported pricing engines. These systems analyze booking flow to automatically raise rates during periods of high demand and offer promotions during lulls to maintain occupancy levels. This allows hotels to respond much more nimbly to seasonal fluctuations.

Widely adopted by major hotel chains, these systems analyze a range of factors such as date, location, occupancy levels, competitor pricing, weather conditions, exchange rates, and even social media trends to make instant pricing decisions. As a result, room prices now vary not just by day, but sometimes even by the hour.

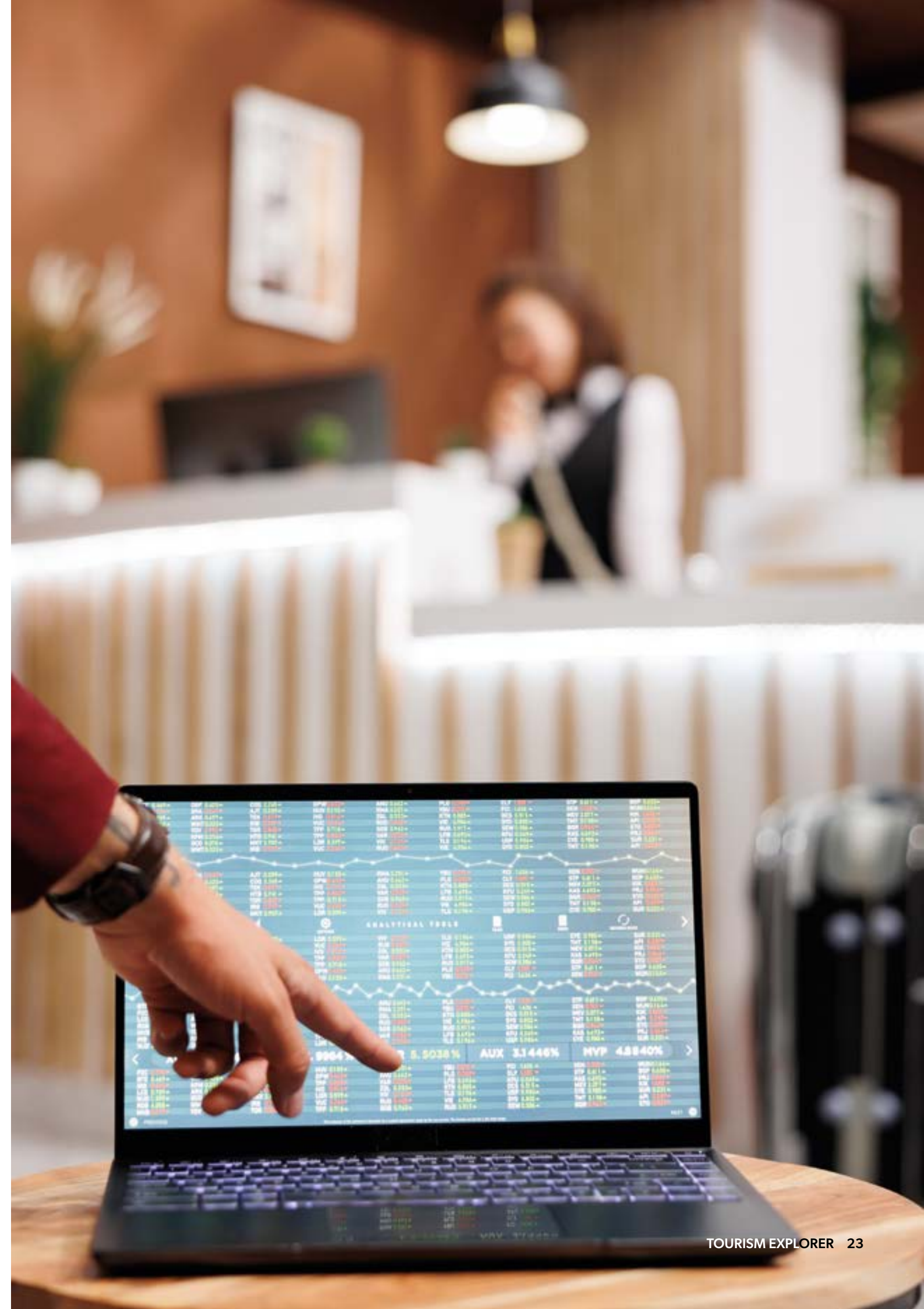
СОГЛАСНО ИССЛЕДОВАНИЯМ, ОТЕЛИ, ВНЕДРИВШИЕ ИИ-СИСТЕМЫ И ИСПОЛЬЗУЮЩИЕ АЛГОРИТМИЧЕСКОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ, ДЕМОНСТРИРУЮТ РОСТ ЗАПОЛНЯЕМОСТИ НА 12%

Эпоха фиксированных цен в туризме уходит в прошлое. Современные алгоритмы анализируют не только спрос, но и десятки факторов: от прогноза погоды до трендов в соцсетях, корректируя стоимость проживания в режиме реального времени.

ДИНАМИЧЕСКОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В РЕАЛЬНОМ ВРЕМЕНИ

Устаревшие прайс-листы уступили место интеллектуальным системам, которые в режиме реального времени анализируют спрос и автоматически корректируют цены. В период высокого спроса стоимость проживания растет, а в низкий сезон система предлагает специальные условия, помогая поддерживать загрузку отеля.

Ведущие отельные сети уже применяют умные алгоритмы, учитывающие даты заездов, расположение объекта, текущую загрузку, предложения конкурентов, прогноз погоды, валютные колебания и даже актуальные тренды в соцсетях. Как результат - цены могут обновляться по несколько раз в день!





HOW AI IS TRANSFORMING PRICING STRATEGY

AI doesn't just analyze data—it learns continuously. Algorithms review past booking trends, cancellation rates, and guest behavior patterns to predict future booking tendencies. This gives hotel managers a clear mathematical answer to the question, "What price will ensure optimal occupancy?"

More importantly, AI optimizes not just pricing but also timing. By analyzing when bookings are made from specific countries, the system can time its price updates accordingly—offering a key competitive advantage in international tourism.

GUEST PROFILES ARE NOW PRICE INFLUENCERS

Dynamic pricing can now be applied at the individual level. Guests enrolled in loyalty programs or displaying specific booking behaviors can receive customized offers. For example, a guest who has stayed at the same hotel during the same period over the past three years might be exempt from this year's price increase. This approach rewards loyalty and boosts satisfaction.

Additionally, personalized pricing suggestions—based on how long a user spends on the website, what room types they browse, and what steps they take in the booking funnel—are now actively featured on many luxury hotel websites.

РЕВОЛЮЦИЯ В ЦЕНООБРАЗОВАНИИ: ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ДЕЙСТВИИ

Современные ИИ-алгоритмы - это не просто инструменты анализа, а самообучающиеся системы. Анализируя историю бронирований, уровень отмен и поведенческие паттерны гостей, алгоритмы прогнозируют будущий спрос. Это позволяет менеджерам точно определять оптимальную цену для максимальной загрузки номерного фонда.

Но настоящий прорыв заключается в способности ИИ определять оптимальный момент для изменения цен. Система учитывает, когда туристы из разных стран чаще бронируют номера, и корректирует тарифы в наиболее выгодный момент. Это становится ключевым конкурентным преимуществом на международном рынке.

ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫЕ ЦЕНЫ: КАК ДАННЫЕ ГОСТЕЙ ФОРМИРУЮТ ЦЕНОВУЮ ПОЛИТИКУ

Современные системы динамического ценообразования учитывают индивидуальные особенности каждого клиента. Клиенты, участвующие в программах лояльности и демонстрирующие устойчивые модели бронирования, получают индивидуальные ценовые условия. Например, постояльцы, ежегодно выбирающие один и тот же отель в один и тот же период, могут избежать сезонного повышения цен.

Ведущие гостиничные сети используют умные алгоритмы, отслеживающие продолжительность изучения сайта, интерес к определенным категориям номеров и действия в процессе бронирования. На основе этих данных гостям предлагаются индивидуальные тарифы, повышая их удовлетворенность и лояльность.



A NEW ERA FOR REVENUE MANAGERS

AI-powered pricing systems not only reduce the workload of Revenue Management teams but also enable faster, more strategic decision-making. For hotel managers, this isn't just about maximizing profit—it's about securing the right guest, at the right time, at the right price. This is especially critical for city hotels, resort properties, and large businesses focused on MICE tourism, where offering different prices to different guests on the same night isn't surprising but a professionally managed necessity.

CAN SMALL HOTELS KEEP UP?

Yes—but they need scalable software solutions. Today, many local and international tech firms offer subscription-based, cloud-based dynamic pricing systems tailored for small and mid-sized hotels.

These platforms make AI advantages more affordable and accessible. The biggest opportunity for small hotels lies in integrating with channel management systems, enabling them to automatically update prices across online platforms. This reduces manual errors, saves time, and enhances competitiveness.

THE FUTURE: PREVENTATIVE STRATEGY AND HYPER-PERSONALIZATION

In the near future, dynamic pricing systems are expected to expand beyond hotels into areas like villa rentals, cruises, and experience-based tourism. In the "price + experience" equation, systems without AI will struggle to stay competitive.

These technologies focus not just on pricing, but also on emotion. By analyzing a user's holiday search history, the system can predict whether someone is looking for "a quiet getaway" or "an escape into nature," offering hyper-personalized recommendations accordingly.

НОВАЯ ЭРА ДЛЯ REVENUE-МЕНЕДЖЕРОВ

Интеллектуальные системы ценообразования не только снижают нагрузку на команду управления доходами, но и ускоряют принятие стратегических решений. Для отельеров это означает возможность привлечь идеального гостя в идеальное время по идеальной цене, что особенно актуально для городских отелей, курортных комплексов и отелей, работающих в сфере MICE-туризма. В таких сегментах дифференцированное ценообразование - не исключение, а профессиональная необходимость.

СМОГУТ ЛИ НЕБОЛЬШИЕ ОТЕЛИ ОСТАВАТЬСЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫМИ?

Да - но им нужны адаптируемые IT-решения. Многие технологические компании предлагают облачные системы динамического ценообразования по подписке, созданные специально для небольших отелей. Главное преимущество для таких отелей заключается в интеграции с системами управления каналами продаж. Такое решение позволяет автоматически обновлять цены на всех онлайн-платформах, что сводит к минимуму ручные ошибки, экономит время сотрудников и повышает конкурентоспособность бизнеса.

ЦИФРОВОЕ БУДУЩЕЕ: ПРОГНОЗИРОВАНИЕ И ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД

В ближайшие годы системы динамического ценообразования выйдут за пределы отельного бизнеса, охватив аренду вилл, круизы и экскурсионные туры. На рынке, где важны и цена, и впечатления, традиционные методы ценообразования потеряют конкурентоспособность. Современные технологии учитывают не только цифры, но и эмоции. Анализируя историю поисковых запросов, алгоритмы определяют, ищет ли клиент «уединенный отдых» или «погружение в природу», предлагая идеально подходящие варианты.

Exclusivity Redefined at Antalya Airport

Аэропорт Антальи:
эксклюзивность в новом формате

A NEW STANDARD OF LUXURY TRAVEL

Exclusivity has been truly redefined with the transformation of Antalya Airport. Introducing FTA Exclusive Lounges, a visionary hospitality concept that reshapes the modern travel experience. Built under a single, refined brand, FTA Exclusive Lounges, bring together three tiers of elevated service Comfort, Elite, Premium each designed to meet the diverse needs of today's travelers, all with the signature elegance of Antalya's evolving international identity.

ВЫСШИЙ УРОВЕНЬ КОМФОРТА В АЭРОПОРТУ АНТАЛЬИ

Понятие эксклюзивности приобрело совершенно иной смысл после модернизации аэропорта Антальи. FTA Exclusive Lounges - это революционная концепция премиального обслуживания, которая задает новые стандарты современного путешествия. Три уровня сервиса - Comfort, Elite и Premium - объединены под одним стильным брендом, предлагая гостям безупречный комфорт, соответствующий любым запросам, и воплощающий элегантность международного имиджа Антальи.

Previously known as CIP Services, the exclusive offerings have evolved significantly this year. Blooming in spring with the opening of the new lounges, FTA Exclusive Lounges unites all exclusive services under one brand, marking a major transformation in both service design and brand architecture.

Совершенно новый формат сервиса пришел на смену традиционным CIP Services. Весной состоялось открытие новых лаунджей, и теперь все услуги премиум-класса представлены единым брендом FTA Exclusive Lounges, что стало важным шагом в эволюции как сервиса, так и фирменного стиля.

Comfort delivers essential lounge amenities, paired with FTA's signature attention to service and detail.



Elite offers a refined experience with time-efficient advantages and dedicated spaces designed for those who seek efficiency without compromising on style or service. With thoughtful conveniences and a high-end environment, Elite is ideal for those who value their time and appreciate comfort with distinction.

Premium represents the highest expression of comfort and discretion within the FTA Exclusive Lounges offerings. Reserved for those who value complete privacy and exceptional service, this tier provides access to an entirely private area styled with the sophistication of a luxury hotel. A dedicated entrance welcomes guests into a calm, seamless experience, supported by personal assistants, gourmet dining, curated entertainment, and apron-side private vehicle transfers that deliver travelers directly to their aircraft.

EXCELLENCE IN EVERY DETAIL

Whether it's a quiet moment in a massage room, a gourmet meal, or entertainment options like billiards and console games, every element of FTA Exclusive Lounges are curated to elevate the time spent at the airport. This isn't just a lounge - it's a seamless continuation of your luxury experience.

ANTALYA: THE RISING GLOBAL DESTINATION FOR LUXURY TRAVEL

As Antalya Airport evolves into a hub of high-end hospitality, FTA Exclusive Lounges stand at the heart of this transformation.

With its renowned resorts and curated travel offerings, Antalya was already a rising star - now, with the airport's transformation and FTA Exclusive Lounges, it confidently claims its spot among the world's top luxury destinations.

Comfort - это гармоничное сочетание базовых удобств лаунджа с фирменным подходом FTA к деталям и сервису.

Elite - это более изысканный формат. Здесь продуманная организация пространства и элегантная атмосфера позволяют совместить продуктивность с истинным удовольствием от путешествия.



Premium - это апогей приватности и комфорта в линейке FTA Exclusive Lounges. Уровень создан для тех, кто предпочитает абсолютную конфиденциальность и безупречный сервис. Гостей ждет полностью изолированное пространство, оформленное с роскошью лучших отелей мира. Отдельный вход, персональные ассистенты, гастрономические изыски, элитные развлечения и эксклюзивный трансфер к самолету создают поистине безупречный опыт.

СОВЕРШЕНСТВО В КАЖДОЙ ДЕТАЛИ

Будь то расслабляющая процедура в массажной комнате, изысканное гастрономическое удовольствие или развлечения вроде бильярда и консольных игр - каждый элемент FTA Exclusive Lounges тщательно продуман, чтобы сделать ваше пребывание в аэропорту по-настоящему особенным. Это не просто лаундж - это гармоничное продолжение вашего роскошного путешествия.

АНТАЛЬЯ: ВОСХОДЯЩАЯ ЗВЕЗДА МИРОВОГО LUXURY-ТУРИЗМА

Анталья стремительно завоевывает статус одного из самых перспективных направлений для премиальных путешествий. Известная своими фешенебельными курортными комплексами и продуманными туристическими предложениями, Анталья уже давно закрепила за собой статус перспективного направления.

As the Tourism Explorer editorial team, we sat down with Serkan KARAHATAY, CCO of Fraport TAV Antalya Airport, to discuss this bold new vision, the evolving expectations in luxury travel, and the future of Antalya Airport.

Tourism Explorer: Which passenger profile was targeted in the design and service content of the new Premium Lounge and Elite Lounge?

Serkan Karahatay: Our new Elite Lounge and Premium Lounge were conceptualized to meet the expectations of distinct segments within the high-value traveler profile - each with its own definition of exclusivity and comfort.

The **Elite Lounge** is designed for travelers who value efficiency, guided service, and elevated travel comfort. From the moment they arrive, passengers benefit from exclusive services including dedicated check-in and security passage, escorted passport control, and continuous assistance all the way to the lounge. The lounge itself offers a spacious and calming environment where guests can unwind or stay productive. Optional amenities such as a PlayStation room, massage services, premium beverages from the bar, and à la carte dining create a high-quality, personalized pre-flight experience.

On the other hand, the **Premium Lounge** was developed for those seeking the pinnacle of luxury and absolute privacy. They access the lounge through a completely private entrance and are provided with exclusive apron-side transfers during both arrival and departure. Designed like a boutique hotel suite, the Premium Lounge includes an ultra-all-inclusive concept, featuring game zones with billiards and PlayStation, a premium selection bar, à la carte gourmet meals, and massage services. Every detail ensures that the airport is an integral part of a seamless luxury journey with the high quality service.

In short, while both lounges target the upper-tier traveler, the Elite Lounge serves those who value streamlined, high-comfort experiences, whereas the Premium Lounge is crafted for travelers who prioritize complete discretion, exclusivity, and an uninterrupted luxury ecosystem.



Редакция Tourism Explorer встретила с Серканом Карахатаем, ССО Fraport TAV Antalya Airport, чтобы обсудить новую смелую концепцию,

меняющиеся стандарты luxury-путешествий и будущее аэропорта Антальи.

Tourism Explorer: Для каких категорий пассажиров разрабатывались концепции новых Premium Lounge и Elite Lounge?

Serkan Karahatay: Мы создавали эти лаунджи, ориентируясь на разные группы взыскательных путешественников - ведь у каждого свои представления об идеальном сервисе и эксклюзивности.

Elite Lounge - это выбор тех, кто сочетает деловой подход с высокими требованиями к комфорту. Уже с первых минут в аэропорту гостей ждут привилегии: персональные стойки регистрации, ускоренный досмотр и паспортный контроль с сопровождением. Сам лаундж - это оазис спокойствия, где можно и поработать, и отдохнуть. Игровая зона с PlayStation, спа-услуги, элитные напитки и ресторан с индивидуальным меню превращают ожидание рейса в удовольствие.

Premium Lounge - это принципиально иной уровень. Здесь всё подчинено идее абсолютной приватности и безупречного сервиса. Отдельный вход, персональный трансфер к трапу, интерьеры класса люкс - как в лучших бутик-отелях. Гостям доступны: бильярдная, игровая зона с PlayStation, бар с коллекционными напитками, шеф-меню и спа-услуги. Это не просто зона ожидания - это продолжение вашего luxury-путешествия.

Если кратко, то оба лаунджа ориентированы на премиальных клиентов, но Elite Lounge - для ценителей комфорта и эффективности, а Premium Lounge - для тех, кто ставит во главу угла полную приватность и непрерывную экосистему роскоши.

Tourism Explorer: How will this lounge investment strengthen Antalya Airport's position in the international market?

Serkan Karahatay: This strategic investment reinforces Antalya Airport's status as a premium gateway on the international stage. By aligning our infrastructure with the expectations of high-end global travelers, we differentiate Antalya from other regional airports. The new Premium Lounge demonstrates our commitment to not only high-volume tourism but also high-quality service, catering to a segment that values consistency, luxury, and attention to detail. As the airport becomes a seamless extension of the destination itself, it enhances Antalya's image as a world-class tourism hub. Such advancements are pivotal in attracting luxury hotels, luxury travel operators, and VIP clientele - positioning Antalya Airport as both a logistical center and a benchmark for excellence in passenger experience.

Tourism Explorer: What kind of collaboration do you foresee between the airport, hotels, and tour operators?

Serkan Karahatay: We believe the airport is the starting point of a destination's hospitality, and collaboration with hotels and tour operators is key to delivering a consistent guest experience. Our partnerships aim to extend the same level of luxury and personalized service offered by the hotels into the airport environment - ensuring an uninterrupted, end-to-end experience.

Antalya is a diverse holiday destination, offering everything from budget-friendly getaways to ultra-luxurious villa retreats. The hotels and agencies we collaborate with also segment their guest services accordingly. Through our diversified lounge offerings, we can now mirror this range - ensuring that each travel profile finds a service that fits their expectations.

For instance, Premium Lounge services are a perfect match for guests staying in high-end villas or suites at Antalya's luxury hotels. These travelers often seek the same levels of privacy and personalized service throughout their journey, and our Premium concept allows them to carry that experience seamlessly from hotel to airport. By aligning our service model with our partners' segmentation strategies, we ensure that the guest experience remains fluid, personalized, and coherent - from first arrival to final departure.

Tourism Explorer: Какое влияние окажет открытие новых лаунжей на международный статус аэропорта Антальи?

Серкан Карахатай: Развитие элитной инфраструктуры выводит наш аэропорт в число ведущих мировых авиационных хабов. Удовлетворяя запросы наиболее требовательных международных путешественников, мы создаем принципиально новые стандарты обслуживания в регионе. Открытие Premium Lounge - это наш осознанный шаг в развитии не только массового, но и элитного туристического направления. Мы ориентируемся на клиентов, для которых важны исключительный уровень сервиса, премиальная атмосфера и продуманные до мелочей решения. Благодаря такой концепции аэропорт становится естественным продолжением курортного опыта Антальи, укрепляя ее репутацию как топового туристического направления. Кроме того, этот проект стратегически важен для привлечения ведущих мировых отелей сетей, специализированных туроператоров класса люкс и дискретной VIP-аудитории. Таким образом, мы трансформируем аэропорт из обычного транспортного узла в эталонное пространство с безупречным сервисом.

Tourism Explorer: Как вы видите взаимодействие аэропорта с отелями и туроператорами?

Серкан Карахатай: Мы убеждены, что аэропорт - это начальная точка гостеприимства, и взаимодействие с отелями и туроператорами крайне важно для создания целостного впечатления у гостей. Мы стремимся воссоздать в аэропорту ту же атмосферу роскоши и индивидуальный подход, который гости получают в лучших отелях, обеспечивая непрерывность впечатлений на всех этапах путешествия.

Анталья предлагает туристам весь спектр возможностей - от демократичного отдыха до элитных вилл. Наши партнеры в сфере гостиничного бизнеса и туризма применяют схожую систему дифференциации услуг. Теперь, благодаря многоуровневой системе лаунжей, мы можем предложить каждому гостю именно тот формат обслуживания, который соответствует его запросам.

Возьмем, к примеру, Premium Lounge - здесь мы поддерживаем единый стандарт сервиса для клиентов премиальных номеров и частных



Tourism Explorer: Today, the concept of luxury goes beyond just physical comfort. In your opinion, how is the idea of "luxury" evolving for modern travelers?

Serkan Karahatay: Modern travelers increasingly define luxury not only by physical attributes, but by how their time and preferences are respected. Time efficiency, personal space, and customization now sit at the core of what makes an experience truly luxurious.

For many, luxury means having control - whether that's through exclusive passage services that minimize waiting, access to quiet spaces for reflection or productivity, or the ability to tailor their environment according to their mood. Some guests prioritize relaxation through amenities like massage rooms or gourmet dining, while others value digital connectivity and leisure spaces like game rooms or private entertainment zones. This is why our services are designed around flexibility and segmentation. By offering various personalized touchpoints, from curated food menus to private check-in lounges and lifestyle-based features, we meet travelers not only where they are - but how they want to feel. The future of luxury lies in the ability to adapt to individual expectations while creating a truly effortless and elevated sense of exclusivity.

резиденций. Для этой категории клиентов, ценящих абсолютную приватность и индивидуальный подход, мы создаем бесшовный переход между гостиничным и аэропортовым сервисом с сохранением всех стандартов. Синхронизируя наши сервисные процессы с подходами партнеров, мы формируем безупречный клиентский опыт, охватывающий все этапы путешествия.

Tourism Explorer: Современная концепция «luxury» переосмысливает традиционные представления о комфорте. Что сегодня вкладывают в это понятие требовательные гости?

Серкан Карахатай: Современные путешественники все чаще определяют роскошь не только материальными атрибутами, но и тем, насколько уважают их время и предпочтения. Сегодня формула роскошного сервиса включает time-менеджмент, зоны уединения и кастомизированные решения. Для многих люкс - это контроль над ситуацией: будь то эксклюзивные услуги, минимизирующие ожидание, доступ к тихим зонам для работы или отдыха, или возможность настроить окружение под свое настроение. Одни гости ценят спа-услуги и изысканную кухню, другие - цифровые технологии и развлекательные зоны, вроде игровых комнат.

Поэтому в основе нашей сервисной философии лежат адаптивность и дифференцированный подход. Разрабатывая индивидуальные решения - от эксклюзивных гастрономических предложений до частных зон обслуживания и концептуальных пространств - мы ориентируемся не просто на физические потребности, но и на эмоциональные запросы гостей. Новый стандарт luxury - это способность трансформироваться под запросы каждого гостя, сохраняя атмосферу уникальности и безупречности.



Global Vision:

Predictions from Industry Professionals

Взгляд в будущее: экспертные оценки туристической индустрии



Tourism professionals from a wide geography - including Uzbekistan, Kazakhstan, Georgia, Tunisia, and Russia - continue to share their insights and experiences on the 2025 tourism season. These experienced voices offer valuable reflections on evolving traveler preferences, digital transformation, sustainability, new destination trends, and the growing role of B2B networks. As the global tourism landscape continues to shift, their perspectives provide an essential compass for industry professionals navigating this dynamic terrain.

Ведущие специалисты турбизнеса из разных стран, включая Узбекистан, Казахстан, Грузию, Тунис и Россию, представили своё видение текущего сезона 2025. Их профессиональные оценки раскрывают ключевые тенденции: трансформацию потребительского спроса, цифровизацию услуг, экологически ответственный туризм, появление новых перспективных направлений и усиление значения B2B-взаимодействий. В условиях стремительно меняющейся отрасли эти аналитические данные служат важным инструментом для принятия стратегических решений.



Gulchekhra Israilova

Chairwoman
Association of Private Tourist
Organizations of Uzbekistan

26 Years of Developing the Hospitality Industry

Over the past quarter-century, the Association of Private Tourist Organizations of Uzbekistan (APTOU) has become a key driver in the country's tourism industry. Founded in 1998 with government support, the association today unites over 300 market participants - from major tour operators to family-run guesthouses - creating a unified professional ecosystem.

APTOU's main areas of activity include advocating for its members' interests, developing human resources, and promoting Uzbekistan on the global tourism stage. In the past seven years, more than 5,000 professionals have completed its training programs. Regular workshops, webinars, and international internships help tourism professionals stay up to date with the latest trends.

Special focus is placed on sustainable tourism initiatives. In 2024, with support from USAID, a large-scale regional project was implemented. It included the creation of a certification system for accommodation providers, the introduction of a star classification for guesthouses, the development of cross-border tourism packages across Central Asia, and digital skills training for small and medium-sized business owners.

TashkentTravelMart - 2024:

A New Level of Professional Dialogue

A highlight of the year was the international TashkentTravelMart exhibition, which gathered representatives from 25 countries. One of the standout events was the TRAVELHUB Uzbekistan conference, focused on the digital transformation of the industry. The B2B sessions led to the signing of over 150 promising contracts.

"Modern tourism is unthinkable without deep digitalization," APTOU notes. "The adoption of AI solutions, process automation, and the development of digital skills are now essential for competitiveness."

26 лет развития индустрии гостеприимства

За четверть века работы Ассоциация частных туристических организаций Узбекистана (АЧТО) стала ключевым драйвером развития туристической индустрии страны. Основанная в 1998 году при поддержке правительства республики, ассоциация сегодня объединяет более 300 участников рынка - от крупных туроператоров до семейных гостевых домов, формируя единую профессиональную экосистему.

Основные направления деятельности АЧТО включают защиту интересов членов ассоциации, развитие кадрового потенциала и продвижение Узбекистана на мировом туристическом рынке. За последние 7 лет через образовательные программы ассоциации прошли более 5000 специалистов. Регулярные воркшопы, вебинары и международные стажировки позволяют представителям отрасли быть в курсе последних трендов.

Особое внимание уделяется проектам в сфере устойчивого туризма. В 2024 году при поддержке USAID был реализован масштабный региональный проект, включающий: разработку системы сертификации для средств размещения, внедрение звездной классификации гостевых домов, создание трансграничных турпакетов по Центральной Азии и обучение цифровым навыкам владельцев малого и среднего бизнеса.

TashkentTravelMart-2024: новый уровень профессионального диалога

Одним из знаковых событий года стала международная выставка TashkentTravelMart, собравшая представителей 25 стран. В рамках двухдневного мероприятия особый интерес вызвала конференция TRAVELHUB Uzbekistan, посвященная цифровой трансформации отрасли. По итогам B2B-сессий было заключено более 150 перспективных контрактов.

"Современный туризм невозможно представить без глубокой цифровизации, - отмечают в АЧТО. - Внедрение ИИ-решений, автоматизация процессов и развитие цифровых компетенций становятся обязательными условиями конкурентоспособности".



Fathi Mrad

Director
WAVE TRAVEL AGENCY / Hammamet, Tunisia

Tourist Season 2025: A View from Tunisia

Fathi Mrad, Director of Wave Travel Agency and a tourism professional with twenty years of experience, shares his expert perspective on the current season. According to him, the top three destinations of 2025 are Türkiye, Thailand, and Tunisia itself, which offers unique opportunities for alternative tourism, business travel, and excursion programs.

Among the key challenges of the season, visa restrictions stand out most significantly. Mrad rates them the highest possible-10 out of 10-in terms of difficulty. Temporary restrictions on direct flights also affect agency operations. However, there is no noticeable shortage of air transportation, and the activity of online aggregators is considered moderate.

An analysis of the client base shows that most travelers are looking for the optimal balance between price and quality, understanding the value of reasonable compromise. Around 60% are willing to pay for quality, but within a defined budget. VIP clients and those choosing solely based on the lowest price represent a very small share.

For successful performance this season, Fathi Mrad highlights several especially important factors. Personal relationships with hoteliers are of primary importance, allowing for quick resolution of any client issues. Continuous staff training through educational platforms and webinars is also critical. Particular attention is given to digital marketing. Finally, professional interaction on B2B platforms, where best practices can be shared across the industry, rounds out the list.

"Today, success in tourism depends on balancing tradition and innovation," notes Fathi Mrad. "It is the only way to guarantee impeccable service for clients."

Туристический сезон 2025: Взгляд из Туниса

Фати Мрад, директор агентства Wave Travel с двадцатилетним стажем в турбизнесе, делится экспертным взглядом на текущий сезон. По его данным, топ-3 направлений 2025 года сформировали Турция, Таиланд и сам Тунис, предлагающий уникальные возможности альтернативного туризма, деловых поездок и экскурсионных программ.

Среди ключевых вызовов сезона особенно выделяются визовые ограничения, которые эксперт оценивает в максимальные 10 баллов из 10 по степени сложности. Временные ограничения на прямые рейсы также вносят коррективы в работу агентств. При этом дефицита авиаперевозок не наблюдается, а активность онлайн-агрегаторов оценивается как умеренная.

Анализ клиентской базы показывает, что большинство туристов ищут оптимальное сочетание цены и качества, понимая принцип разумного компромисса. Около 60% готовы платить за качество, но в рамках определенного бюджета. VIP-клиенты и те, кто выбирает исключительно по минимальной цене, представлены незначительно.

Для успешной работы в текущем сезоне Фати Мрад выделяет несколько особо важных факторов. Первостепенное значение имеют личные контакты с отельерами, позволяющие оперативно решать любые вопросы клиентов. Не менее важным является непрерывное обучение персонала через образовательные платформы и вебинары. Особое внимание уделяется digital-маркетингу. Завершает список профессиональное взаимодействие на B2B-площадках, где можно перенимать лучшие практики отрасли.

"Сегодня успех в туризме строится на балансе традиций и инноваций, - отмечает Фати Мрад. - Это единственный способ гарантировать клиентам безупречный сервис".



Mamuka Jikia

Director
NOVATOIR / Tbilisi, Georgia

Tourist Season 2025: A View from Georgia

According to Mamuka Jikia, an experienced head of the Georgian tour operator Novatour with 20 years in the industry, the current 2025 season is marked by several distinct trends. Traditional destinations continue to lead the market: tourists actively choose beach holidays in Türkiye, sunny Egypt, historically rich Greece, the luxurious UAE, and the exotic Maldives.

However, the 2025 season is not without its challenges. Major difficulties stem from transportation restrictions, including a reduced number of flights and changes to established routes. Visa issues have also become a serious concern, as many countries have tightened requirements and extended processing times. Additionally, growing competition from large online aggregators demands greater attention from travel agencies and tour operators to the quality of their services.

Today's tourists fall into four main categories: 10% are VIP clients, 50% value quality but have budget constraints, 25% seek a balance between price and quality, 15% choose solely based on the lowest price, often at the expense of comfort.

To succeed under these conditions, the expert recommends focusing on three key areas. First, continuous learning and professional development through participation in specialized industry events is essential. Second, it is important to make better use of B2B platforms, which significantly enhance a tour operator's potential. Finally, special attention should be given to the development and implementation of effective incentive programs for partner agencies.

As Mamuka Jikia emphasizes, in a rapidly evolving market, only up-to-date knowledge and strong, reliable partnerships can ensure sustainable success.

Туристический сезон 2025: Взгляд из Грузии

По мнению Мамуки Джикиа, опытного руководителя грузинского туроператора Novatour с 20-летним стажем работы в отрасли, текущий сезон-2025 демонстрирует несколько ярко выраженных тенденций. Традиционные направления продолжают удерживать лидерские позиции: туристы активно выбирают пляжный отдых в Турции, солнечный Египет, богатую историческими достопримечательностями Грецию, роскошные ОАЭ и экзотические Мальдивы. Однако сезон 2025 года сопровождается и определенными сложностями. Значительные трудности создают транспортные ограничения, выражающиеся в сокращении количества рейсов и изменении привычных маршрутов. Серьезной проблемой стали визовые сложности - многие страны ужесточили требования и увеличили сроки оформления документов. Кроме того, усиливается конкуренция с крупными онлайн-агрегаторами, что требует от турагентов и туроператоров особого внимания к качеству сервиса.

Современные туристы делятся на 4 типа: 10% - VIP-клиенты, 50% - ценящие качество, но имеющие ограничения по бюджету, 25% - ищущие баланс цены и качества, 15% - выбирающие только по минимальной цене в ущерб комфорту.

Для успешной работы в этих условиях эксперт рекомендует сосредоточиться на трех ключевых направлениях. Необходимо постоянное обучение и повышение квалификации через участие в специализированных отраслевых мероприятиях. Важно активнее использовать возможности B2B-платформ, которые значительно расширяют потенциал туроператора. Особое внимание следует уделять разработке и внедрению эффективных мотивационных программ для агентств-партнеров. Как подчеркивает Мамука Джикиа, в условиях быстро меняющегося рынка только актуальные знания и надежные партнерские связи могут гарантировать стабильный успех.



Reda Ammar

Touring Voyages Algerie
Sales and Marketing Manager

Tourism Season 2025: Realities and Prospects

Reda Ammar is a seasoned professional with 20 years of experience in the tourism industry, specializing in Sahara tours and cultural excursions. As Sales and Marketing Manager at Touring Voyages Algerie, he actively promotes Algeria as a unique destination that masterfully blends rich cultural heritage with thrilling Sahara adventures.

His expertise allows him to accurately identify current market trends and the expectations of travelers seeking the best value for money. In 2025, the industry is showing steady growth, quickly adapting to evolving economic realities and the shifting demands of modern tourists.

Despite increasing competition, Algeria continues to stand out thanks to its cultural depth and the captivating landscapes of the Sahara. However, success in today's market requires constant product innovation. A key trend is the rise of combined tour packages, merging historical sightseeing with adventure-based activities.

In the current landscape, strong B2B relationships are more crucial than ever. Mutually beneficial cooperation with hotels and local operators enables agencies to offer clients exclusive experiences and flexible pricing. A win-win strategy is no longer just a buzzword - it's a prerequisite for sustainable business.

In 2025, digital marketing has reached new heights. Beyond traditional advertising tools, virtual tours, AI-powered travel assistants, and personalized itinerary recommendations are playing an increasingly important role. Trend monitoring, solid partnerships, and creative digital solutions form the three pillars of success. Agencies that are ready to transform quickly don't just survive the intense competition - they are setting new industry standards.

Туристический сезон 2025: реалии и перспективы

Редда Аммар - профессионал с 20-летним стажем в сфере туризма, специализирующийся на турах в Сахару и культурных турах. Как менеджер по продажам и маркетингу компании Touring Voyages Algerie, он активно продвигает Алжир как уникальное туристическое направление, искусно сочетающее богатое культурное наследие с захватывающими путешествиями по Сахаре.

Его экспертность позволяет точно улавливать современные рыночные тенденции и потребности туристов, ищущих оптимальное соотношение цены и качества. В 2025 году отрасль демонстрирует устойчивый рост, оперативно адаптируясь к изменяющимся экономическим реалиям и новым запросам путешественников.

Несмотря на растущую конкуренцию, Алжир сохраняет свою привлекательность, благодаря богатому культурному наследию и завораживающим пейзажам Сахары. Однако успех на рынке теперь невозможен без постоянного обновления продукта. Ключевой тренд - создание комбинированных туров, где исторические экскурсии сочетаются с приключенческими активностями.

В современных условиях особенно важны надежные B2B-связи. Взаимовыгодное сотрудничество с отелями и локальными операторами позволяет предлагать клиентам эксклюзивные условия и гибкие тарифы. Win-win стратегия - не просто модный термин, а необходимость для устойчивого бизнеса.

В 2025 году digital-маркетинг вышел на новый уровень. Помимо классических рекламных инструментов, все большую роль играют виртуальные туры, AI-консультанты и персонализированные тревел-подборки. Мониторинг трендов, сильные партнерства и креативный digital - три кита, на которых строится успех. Агентства, готовые к быстрой трансформации, не просто выживают в условиях жесткой конкуренции, но и задают новые стандарты отрасли.



Sergey Agafonov

CEO
Last Minute Tours LLC

Sergey Agafonov CEO of "Last Minute Tours LLC", with 28 years of experience in the travel industry, ana- lyzes the current 2025 season.

In his view, the traditional top three destinations remain unchanged: Türkiye firmly holds first place, followed by domestic tourism within Russia and Egypt sharing the second and third spots.

The main risks of the season are related to the ongoing effects of sanctions, although the situation with air travel is gradually stabilizing. Visa regulations have become more stringent - processing now takes about a month, and visas are issued strictly for the travel dates.

A notable feature of the season has been the entry of new players into the tourism market - banks and online marketplaces. However, their attempts to mass-sell package tours have so far seen little success due to a lack of professional expertise in this highly specialized field. The core mass-market traveler continues to seek the best value for money, although the VIP segment remains active.

In a rapidly evolving tourism landscape, successful agency operations require a comprehensive approach. It is essential to build and maintain direct relationships with hotel representatives, enabling quick resolution of client issues. Continuous professional development is equally important. The current environment calls for active use of digital tools - from social media to targeted advertising. The development of the B2B segment is gaining particular importance through specialized platforms such as HelloOtel, which open new opportunities for professional growth and collaboration.

According to the expert, despite all the changes, the fundamental principles of the tourism business remain the same: professionalism, customer orientation, and the ability to adapt to new realities.

Сергей Агафонов, генеральный директор ООО «Сеть Магазинов Горящих Путевок» с 28-летним опытом работы в туризме, анализирует текущий сезон-2025.

По его наблюдениям, традиционная тройка лидеров сохраняется: Турция уверенно занимает первое место, Россия (внутренний туризм) и Египет делят 2ю и 3ю позиции. Основные риски сезона связаны с последствиями санкций, хотя ситуация с авиаперевозками постепенно стабилизируется. Визовый режим стал более строгим - оформление занимает около месяца, а визы выдают строго на даты поездки.

Особенностью сезона стало появление новых игроков на туристическом рынке - банков и маркетплейсов, однако их попытки массово продавать пакетные туры пока не увенчались успехом из-за отсутствия необходимого профессионализма в этой специфической сфере. Основной массовый турист сегодня ищет оптимальное соотношение цены и качества, хотя сохраняется и VIP-сегмент.

В условиях динамично меняющегося туристического рынка успешная деятельность агентств требует комплексного подхода. Необходимо выстраивать и поддерживать прямые контакты с представителями отелей - это позволяет оперативно решать возникающие вопросы. Очень важно постоянное профессиональное развитие. Современные реалии диктуют необходимость активного использования digital-инструментов - от социальных сетей до таргетированной рекламы. Особое значение приобретает развитие B2B-направления через специализированные платформы, такие как HelloOtel, которые открывают новые возможности для профессионального роста и сотрудничества.

По мнению эксперта, несмотря на все изменения, фундаментальные принципы работы в туризме остаются неизменными: профессионализм, клиентоориентированность и умение адаптироваться к новым реалиям.



Aizhan Amangeldieva

Tourism Development Support Fund
of the Kyrgyz Republic
Chief Specialist of the Marketing
and International Cooperation Department

Kyrgyzstan in the 2025 Tourist Season: New Opportunities

According to Aizhan Amangeldieva, Chief Specialist of the Tourism Development Support Fund of Kyrgyzstan, the year 2025 has become a turning point for the country's tourism industry. The current season shows steady growth in demand for niche tourism experiences. Cultural and educational tours along the Great Silk Road and programs introducing nomadic traditions are in demand year-round. Seasonal activities are distributed as follows: trekking and mountaineering (April–October), beach holidays (May–September), and ski tours (December–March).

The main challenge remains transportation accessibility (rated 6 out of 10), particularly in remote regions. However, the visa regime remains liberal, and air connectivity is stable.

Currently, most tourists (70%) seek services offering an optimal balance between price and quality. Additionally, 40% are willing to pay more for enhanced comfort and unique experiences. The premium segment accounts for 30%, while 20% prefer budget-friendly options.

Key priorities for the 2025 season include strengthening industry partnerships, offering personalized services for VIP clients, active promotion through social media, and maintaining ecological balance. Direct relationships with hotels and a focus on traditional (offline) training methods also play a significant role. B2B cooperation is developing rapidly, enabling the exchange of professional expertise.

“Kyrgyzstan offers unique tourism products,” says Aizhan Amangeldieva. “Our mission is to maintain a balance between infrastructure development and the preservation of natural heritage.”

Кыргызстан в туристическом сезоне 2025: новые возможности

Айжан Амангельдиева, главный специалист Фонда поддержки развития туризма Кыргызстана, отмечает, что 2025 год стал переломным для туристической отрасли страны. Текущий сезон демонстрирует устойчивый рост интереса к специализированным видам отдыха. Культурно-познавательные маршруты по Великому Шелковому пути и программы знакомства с кочевыми традициями пользуются спросом круглый год. Сезонные активности распределяются следующим образом: трекинг и альпинизм (апрель–октябрь), пляжный отдых (май–сентябрь), горнолыжные туры (декабрь–март).

Основной проблемой остается транспортная доступность (6/10), что особенно ощущается в отдаленных регионах. При этом визовый режим остается либеральным, а авиасообщение стабильным.

На сегодняшний день большинство туристов (70%) выбирают услуги с оптимальным соотношением цены и качества, при этом 40% готовы платить за повышенный комфорт и уникальные впечатления. Доля премиальных клиентов составляет 30%, а 20% отдают предпочтение бюджетным вариантам.

Ключевыми направлениями сезона-2025 являются укрепление отраслевого партнерства, персонализированный сервис для VIP-клиентов, активное продвижение в социальных сетях, а также забота о сохранении экологического баланса. Важную роль играют личные контакты с отелями, а также акцент на традиционные (оффлайн) формы обучения. Интенсивно развивается B2B-сотрудничество для обмена опытом.

“Кыргызстан предлагает уникальные туристические продукты,” - отмечает Айжан Амангельдиева. - Наша задача - сохранить баланс между развитием инфраструктуры и защитой природного наследия”.



Natalia Gamenko

Deputy Director of Sales
Rozovyy Slon Rashpilevskaya / Krasnodar, Russia

Tourism Season 2025: Realities of the Southern Market

Natalia Gamenko, Deputy Director of Sales with over 20 years of experience in the travel industry, observes that in 2025, traditional demand remains strong for departures from southern airports. Türkiye, Egypt, the UAE, and Thailand continue to lead the charts. A noteworthy newcomer this season is Sri Lanka, which has gained popularity among tourists from Russia's Southern Federal District. For travelers flying out of Moscow, the Maldives, Indonesia, China, and other exotic destinations are particularly appealing.

The 2025 season also brings several challenges: a shortage of available flights, inconvenient layovers, widespread flight cancellations (FlyDubai's New Year cancellations left a lasting impression), and stricter visa regulations. Many countries, including Cyprus and several European nations, have significantly tightened entry requirements. Combined, these factors create a complex environment for travel agencies.

Another trend this season is the emergence of large aggregators; however, their market impact remains limited for now. Most travelers continue to rely on professional travel agencies, valuing their personalized service and expertise.

An analysis of the customer base reveals several distinct categories. Around 20% are VIP clients willing to pay for premium service. The majority (60%) are travelers seeking the best value for money. Another 20% opt for budget-friendly options while still considering overall quality. Clients focused solely on the lowest price are extremely rare.

To remain effective under current market conditions, travel agencies must build direct relationships with hoteliers, invest in staff training, implement digital tools, engage in B2B industry communication, and combine online solutions with traditional familiarization tours.

Туристический сезон 2025: реалии южного направления

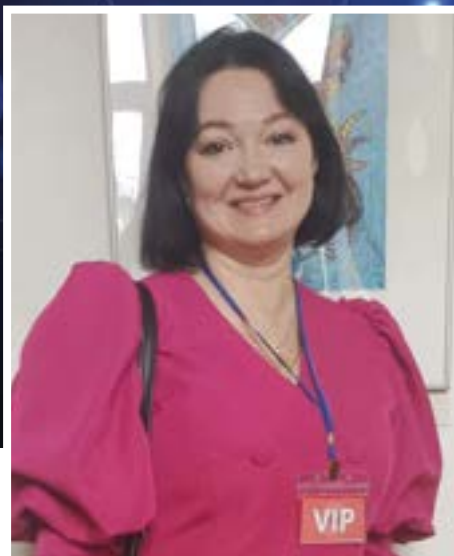
Наталья Гаменко, заместитель директора по продажам с 20-летним опытом в туризме, отмечает, что в 2025 году сохраняется традиционный спрос на направления из южных аэропортов: Турция, Египет, ОАЭ и Таиланд. Новинкой сезона стала Шри-Ланка, хорошо зарекомендовавшая себя среди туристов ЮФО. Для вылетающих из Москвы популярны Мальдивы, Индонезия, Китай и другие экзотические направления.

Текущий сезон-2025 сопровождается рядом рисков: дефицит авиаперевозок, рейсы с неудобными стыковками, массовые отмены рейсов (особенно запомнились новогодние отмены FlyDubai) и ужесточение визовых правил - многие страны, включая Кипр и государства Европы, значительно ужесточили свои правила въезда. Эти факторы в совокупности формируют сложную среду для работы туристических компаний в текущем сезоне.

Особенностью сезона стало появление крупных агрегаторов, однако их влияние на рынок пока минимально. Большинство туристов по-прежнему доверяют профессиональным агентствам, ценя их индивидуальный подход.

Анализ клиентской базы показывает, что сегодняшние туристы делятся на несколько категорий. Около 20% составляют VIP-клиенты, готовые платить за премиум-сервис. Основную массу (60%) представляют путешественники, ищущие оптимальное сочетание цены и качества. Еще 20% ориентированы на бюджетные предложения с пониманием принципа “цена-качество”. Крайне редко встречаются клиенты, ориентирующиеся исключительно на минимальную цену.

Для эффективной работы в текущих условиях турагентам необходимо развивать прямые контакты с отельерами, инвестировать в обучение персонала, внедрять digital-технологии, задействовать отраслевые B2B-коммуникации и сочетать онлайн-форматы с традиционными рекламными турами.



Ekaterina Egorova

CEO
FAETON Line Travel Agency

Tourism Season 2025: Realities and Prospects

Ekaterina Egorova, CEO of the Moscow-based FAETON Line Travel Agency with 25 years of industry experience, shares timely insights into the current tourism season. According to her observations, the traditional destinations - Türkiye, Egypt, and the UAE - continue to dominate in 2025.

The key risks this season are distributed as follows: Visa challenges (7/10): Stricter entry regulations continue to complicate travel planning, Flight limitations (6/10): Unstable schedules remain a persistent headache for tour operators, Aggregator pressure (5/10): Digital giants are increasing competitive pressure on traditional businesses.

However, a welcome surprise in 2025 has been the near elimination of flight availability issues (1/10), marking a significant improvement from previous years.

Travelers have become highly selective. Only 3% fall into the VIP category, while the majority are thoughtful tourists seeking the best balance of price and quality. Just 10% of travelers are solely focused on the lowest cost, disregarding service quality.

Egorova emphasizes the critical importance of direct communication with hotel managers to swiftly resolve operational issues. Continuous staff training through webinars and workshops - especially for young professionals - is becoming essential for success. Digital promotion is also a top priority, including work with reels and stories, as well as active engagement in the B2B segment through platforms like HelloOtel, which facilitates knowledge exchange and sparks new ideas for business development.

Туристический сезон 2025: реалии и перспективы

Екатерина Егорова, генеральный директор московского агентства FAETON Line Travel Agency с 25-летним опытом работы, делится актуальной информацией о текущем туристическом сезоне. По ее наблюдениям, традиционные направления - Турция, Египет и ОАЭ - сохраняют лидерские позиции в 2025 году.

Основные риски сезона распределены следующим образом: визовые сложности (7/10) - ужесточение правил продолжает осложнять планирование поездок; ограничения полетов (6/10) - нестабильность расписаний остается головной болью туроператоров; активность агрегаторов (5/10) - цифровые гиганты усиливают давление на традиционный бизнес. При этом дефицит перевозок практически сошел на нет (1/10), что стало приятным сюрпризом сезона-2025.

Путешественники стали невероятно избирательны: лишь 3% составляют VIP-клиенты, тогда как основная масса - это вдумчивые туристы, ищущие оптимальное сочетание цены и качества. При этом только 10% туристов полностью ориентированы на минимальную стоимость, не учитывая качество обслуживания.

Эксперт подчеркивает особую важность прямых контактов с отельными менеджерами для оперативного решения возникающих вопросов. Постоянное обучение сотрудников через вебинары и воркшопы, особенно для молодых специалистов, становится обязательным условием успеха. Особое внимание уделяется digital-продвижению, включая работу с рилс и сториз, а также активному участию в B2B-сегменте, таком как платформа HelloOtel, что позволяет обмениваться опытом и генерировать новые идеи для развития бизнеса.



Jalal Ismailov

General Director
Azerbaijan Tourism Board
Representative Office in Russia

Analysis of the 2025 Season by Jalal Ismailov, General Director of the Azerbaijan Tourism Board Representative Office in Russia

According to current data for the 2025 season, beach tourism continues to lead among tourist preferences. For Azerbaijani travelers, a stable top three destinations has emerged: Türkiye remains the undisputed leader, followed by Russia in second place thanks to its cultural tourism offerings and historical ties - and Georgia in third, attracting travelers with its geographic proximity and Black Sea resorts. Growing interest is also noted in destinations such as Serbia and Montenegro in Europe, Kazakhstan and Uzbekistan in Asia, and Qatar in the Middle East.

Transport links between Russia and Azerbaijan are seeing peak activity: AZAL operates 28 weekly Baku-Moscow flights, Aeroflot runs 14 per week, and additional flights are available from cities like Yekaterinburg, St. Petersburg, and Tyumen. The visa regime remains liberal: most of the popular destinations for Azerbaijani travelers - including Türkiye, Georgia, and Russia - do not require a visa.

This season, competition between digital aggregators and travel agencies continues: the former lead through volume and special conditions, while agencies stand out by offering better service and responsiveness.

Azerbaijan welcomes a wide variety of tourists - from VIP guests to transit travelers - but the premium segment remains the most resilient to currency fluctuations.

Throughout the 2025 season, travel agents are consistently improving their skills through webinars and conferences, actively adopting digital tools, and strengthening B2B partnerships with hotels and tour operators. The key success factors in 2025 are professional adaptability, deep expertise, and the ability to combine tradition with innovation.

Анализ текущего сезона 2025 года от Исмаилова Джалала Рустамовича, генерального директора Представительства Бюро по Туризму Азербайджана в РФ:

По данным на текущий сезон, пляжный отдых по-прежнему сохраняет лидерство среди туристических предпочтений. Для азербайджанских туристов сформировался устойчивый топ-3 направлений: абсолютным лидером остается Турция, 2е место занимает Россия, благодаря культурному туризму и историческим связям, 3е - Грузия, привлекающая географической близостью и черноморскими курортами. Отмечается и растущий интерес к таким направлениям, как Сербия и Черногория в Европе, Казахстан и Узбекистан в Азии, Катар на Ближнем Востоке.

В сфере транспортного сообщения между РФ и Азербайджаном наблюдается пиковая активность: AZAL выполняет 28 еженедельных рейсов Баку-Москва, "Аэрофлот" - 14 рейсов в неделю, также осуществляются перелеты из Екатеринбурга, Санкт-Петербурга, Тюмени и других российских городов. Визовый режим остается либеральным: большинство популярных направлений для азербайджанцев, включая Турцию, Грузию и Россию, не требуют виз.

В текущем сезоне продолжается конкуренция между агрегаторами и агентствами: первые лидируют за счет объемов и спецусловий, тогда как агентства выигрывают за счет сервиса и оперативности.

Азербайджан принимает разнообразных туристов - от VIP-гостей до транзитных путешественников, но наиболее устойчивым к колебаниям валютных курсов остается премиальный сегмент.

В текущем сезоне турагенты постоянно совершенствуются (участие в вебинарах и конференциях), активно используют digital-инструменты, развивают B2B-партнерства с отелями и туроператорами. Ключевыми факторами успеха в 2025 году стали профессиональная гибкость, глубокая экспертиза и умение сочетать традиции и инновации.



Yury Makarevich

Deputy Director
Dorogoby Agency

Tourism Season 2025: An Expert Perspective

Yury Makarevich, Deputy Director of Dorogoby LLC with 18 years of experience in tourism, shares his insights on the current season. Türkiye remains the undisputed leader in demand, thanks to its Mediterranean and Aegean resorts. A major highlight is last year's newcomer-the "Egyptian Maldives" in El Alamein-which is showing a record number of repeat visitors. The UAE, Qatar, and Egypt's classic resort destinations also continue to be popular.

In Belarus, the primary flight program is operated by Belavia, offering routes to Türkiye, the UAE, Egypt, and other countries. Additional options are provided by Flydubai, with direct flights to Dubai and access to exotic destinations via connections. With minimal risks related to air travel, tourists are primarily concerned about weather conditions at resort locations.

Belarusian travelers mostly prefer family vacations with a strong emphasis on child-friendly infrastructure. Mid-range hotels with good service remain top sellers, while niche tourism products are also gaining popularity. Given the short summer season, high-quality beach holidays are particularly in demand.

For travel agencies, direct contact with hotel managers remains critical for resolving non-standard issues. Continuous staff training, in-depth product knowledge, and participation in professional events-including HelloOtel forums-are essential for success. Effective use of digital marketing tools has also become a key factor.

Working in the B2B segment opens up new opportunities for professional growth and experience sharing. Today's tourism landscape demands a comprehensive approach that blends traditional methods with innovative solutions.

Туристический сезон 2025: актуальная картина от эксперта

Юрий Макаревич, заместитель директора ООО «Дорогобай» с 18-летним опытом в туризме, делится наблюдениями о текущем сезоне. Безусловным лидером спроса остаётся Турция с её курортами Средиземного и Эгейского морей. Особый интерес вызывает новинка прошлого года - "Египетские Мальдивы" в Эль-Аламейне, демонстрирующая рекордное количество повторных туристов. Традиционно популярны ОАЭ, Катар и классические египетские курорты.

В Беларуси основная полётная программа обеспечивается авиакомпанией «Белавиа», предлагающей направления в Турцию, ОАЭ, Египет и другие страны. Дополнительные возможности даёт «Flydubai» с рейсами в Дубай и экзотическими направлениями через стыковки. Риски перелётов минимальны, поэтому главное беспокойство туристов - погодные условия на курортах.

Белорусские туристы преимущественно выбирают семейный отдых с акцентом на детскую инфраструктуру. Лидером продаж остаются отели среднего ценового сегмента с хорошим сервисом, одновременно увеличивается популярность нишевых туристических продуктов. В условиях короткого лета особенно востребован качественный пляжный отдых.

Для успешной работы турагентам по-прежнему критически важны прямые контакты с отельными менеджерами для решения нестандартных ситуаций, постоянное обучение и углублённое знание продукта, участие в профессиональных мероприятиях, включая форумы платформы HelloOtel, а также грамотное использование digital-инструментов продвижения.

Работа в B2B-сегменте открывает новые возможности для профессионального роста и обмена опытом с коллегами.



Alla Glyva

Tourism Expert, YouTube Blogger,
Coach and Trainer in sales, Personal Branding,
and Social Media.
Owner of the travel company Turbar Lounge
Ukraine, Kyiv

Alla Glyva, a tourism expert with 25 years of experience, founder of Turbar Lounge, coach, and blogger, shares her analysis of the travel market in 2025.

For Ukrainian travelers, tours departing from Chişinău have recently become attractive due to their lower prices-but they come with certain nuances: low-cost airlines often experience flight delays, and last-minute departures can be complicated by inconvenient transfers.

European destinations also have their drawbacks. Many tourists face variable airfares from low-cost carriers and strict baggage policies. Furthermore, partnerships with European tour operators often yield lower commissions, making these destinations less profitable for travel agencies.

Another challenge lies in working with Ukrainians living abroad, who prefer to pay for tours in euros. Not all travel agents-especially those registered as sole proprietors (FOPs) in Ukraine-can process such payments technically, limiting their potential client base.

Bus tours remain popular thanks to their affordability and ease of organization: a traveler simply boards in one city and disembarks in another. However, this format has significant downsides: Long journeys that exhaust even seasoned travelers; Border complications such as queues, delays, and extra inspections; Technical malfunctions that can disrupt the trip entirely; Lower comfort levels compared to air travel, especially at a low average price point.

Despite these disadvantages, demand for bus tours remains strong, especially among budget-conscious travelers.

The pandemic accelerated the digital shift: video content has become the primary sales tool. Short videos (Reels, TikToks) engage viewers, YouTube reviews provide detailed presentations of tours, and live streams create a sense of immediacy. The key to success lies in expertise-deep knowledge combined with energetic delivery builds trust and drives the desire to book with you.

Алла Глыва, туристический эксперт с 25-летним стажем, основатель Turbar Lounge, коуч и блогер, анализирует рынок путешествий-2025.

Для украинцев ныне популярны туры из Кишинёва привлекательны ценами, но имеют нюансы: переносы рейсов у лоукостеров и сложности с трансферами при срочных вылетах.

Европейские направления также не лишены подводных камней. Многие туристы сталкиваются с нефиксированными тарифами авиакомпаний-лоукостеров и жёсткими ограничениями по багажу. Кроме того, сотрудничество с европейскими туроператорами часто приносит меньшие комиссионные, что делает эти направления менее выгодными для агентств.

Отдельная сложность - работа с украинцами за границей, которые предпочитают оплачивать туры в евро. Не все агенты, особенно с украинским ФОПом, могут технически обеспечить такую возможность, что сужает круг потенциальных клиентов.

Автобусные туры остаются популярными благодаря низкой стоимости и простоте организации: пассажиру достаточно сесть в автобус в одном городе и выйти в другом. Однако у этого формата есть серьёзные недостатки: длительные переезды, утомляющие даже самых выносливых туристов; проблемы на границах - очереди, задержки, дополнительные проверки; технические неполадки, которые могут сорвать поездку; ограниченный комфорт по сравнению с авиаперелётами, особенно при низком среднем чеке. Несмотря на эти минусы, спрос на автобусные туры сохраняется, особенно среди бюджетных путешественников.

Пандемия ускорила цифровизацию: видеоконтент стал главным инструментом продаж. Короткие видео (Reels, TikTok) вовлекают, обзоры на YouTube детально презентуют туры, а Live-форматы создают эффект присутствия. Ключевой фактор успеха - экспертность: глубокие знания и энергичная подача формируют доверие и желание купить именно у вас.



Fataliyev Tural Vagif

General Manager
Atlas Hotel Baku / Baku, Azerbaijan

In recent times, Azerbaijan's tourism industry has faced significant challenges. Military conflicts between India and Pakistan, as well as between Israel and Iran, have led to an approximate 40% decrease in inbound tourist traffic. The situation has been further aggravated by the cancellation of most direct flights from these countries, as well as from the UAE, severely limiting travel opportunities. However, despite these difficulties, Azerbaijan retains key competitive advantages - most notably its simplified visa application process via the online platform asanvisa.az, considered one of the most user-friendly systems globally.

An essential aspect of tourism development lies in the cooperation between travel agencies and reliable travel package platforms. This approach minimizes the risks tourists may face due to unforeseen circumstances, while providing agencies with a stable source of income. This is especially relevant for the budget travel segment, where clients seek the best value for their money. For example, Atlas Hotel Baku is specifically oriented toward such guests - those who value comfort but must remain budget-conscious.

For travel agencies, maintaining strong communication with hotels is absolutely critical. Regular updates on current prices, renovations, special campaigns, and promotions allow agents to offer their clients the most up-to-date and beneficial options. In a highly competitive market, speed and accuracy of information are key success factors.

In terms of global trends, 2025 shows growing demand for destinations far from conflict zones. Tourists now prefer countries such as Türkiye, Thailand, and European nations where safety and stability are assured.

The role of social media in modern tourism cannot be underestimated. Social platforms have become not only marketing tools, but also essential channels for feedback. Through social media, travelers can quickly access information about hotels, read authentic guest reviews, and see how hotels respond to customer feedback. This transparency plays a crucial role in building trust and customer loyalty.

В последнее время туристическая отрасль Азербайджана столкнулась с серьезными вызовами. Военные конфликты между Индией и Пакистаном, а также между Израилем и Ираном привели к сокращению турпотока в страну примерно на 40%. Ситуацию усугубила отмена большинства прямых рейсов из этих стран, а также из ОАЭ, что существенно ограничило возможности для путешествий. Однако, несмотря на сложности, Азербайджан сохраняет свои конкурентные преимущества, такие как упрощенная визовая процедура через онлайн-платформу asanvisa.az, которая остается одной из самых удобных в мире.

Важным аспектом развития туризма является сотрудничество между агентствами и надежными платформами по продаже турпакетов. Такой подход минимизирует риски для туристов, связанные с непредвиденными ситуациями, и в то же время обеспечивает агентствам стабильный доход. Особенно это актуально для сегмента бюджетного туризма, где клиенты ищут оптимальное соотношение цены и качества. Например, отель Atlas в Баку ориентирован именно на таких гостей - тех, кто ценит комфорт, но при этом вынужден учитывать финансовые ограничения. Для турагентств критически важно поддерживать тесное взаимодействие с отелями. Регулярный обмен информацией о текущих ценах, реконструкциях, специальных предложениях и акциях позволяет предлагать клиентам актуальные и выгодные варианты. В условиях высокой конкуренции именно оперативность и достоверность данных становятся ключевыми факторами успеха.

Что касается глобальных трендов, то в 2025 году наблюдается рост спроса на направления, удаленные от зон военных конфликтов. Туристы отдают предпочтение таким странам, как Турция, Таиланд и государствам Европы, где можно быть уверенным в безопасности и стабильности.

Нельзя недооценивать роль социальных сетей в современном туризме. Они стали не только инструментом продвижения, но и важным каналом обратной связи. Через соцсети можно оперативно получать информацию об отелях, анализировать отзывы реальных гостей и оперативно реагировать на их замечания. Это особенно ценно для формирования доверия и лояльности клиентов.



Rashida Shaikenova

Director of the Kazakhstan
Tourism Association (KTA)
President of the Kazakhstan Association
of Hotels and Restaurants (KAGiR)

Tourism Season 2025: Expert Insights from the Kazakhstan Tourism Association

Rashida Shaikenova is a leading figure in Kazakhstan's tourism industry. As Director of the Kazakhstan Tourism Association (KTA) and President of the Kazakhstan Association of Hotels and Restaurants (KAGiR), she brings extensive experience and a deep understanding of contemporary trends in travel and hospitality. In this article, Rashida Shaikenova shares her expert analysis of the 2025 tourism season, outlines key risks for the market, and offers practical recommendations for travel agencies and hoteliers. What are the most in-demand destinations? How is digitalization reshaping the industry? And what skills are essential for today's tourism professionals?

Read exclusive insights from one of the sector's most respected voices.

The year 2025 marks a new phase for Kazakhstan's tourism market. The official designation of the China Tourism Year has strengthened Asia-bound travel both inbound and outbound. Visa-free travel for 84 countries and an open skies policy have significantly improved transportation accessibility, while the country's main air hubs—Nur-Sultan and Almaty—offer direct flights to dozens of destinations. This season, Asian countries are experiencing record growth in tourist flows and are setting global tourism trends. The most popular destinations include: Thailand, attracting travelers with its unique blend of exotic culture, luxury beaches, and rich traditions; Vietnam, known for its affordability, stunning nature, and authentic experiences; Bali (Indonesia), a top choice for fans of premium resorts, natural beauty, and spiritual retreats; Sri Lanka, offering a perfect mix of beach holidays, natural landmarks, and ancient cultural heritage; Japan, impressing with its harmony of advanced technologies, age-old traditions, and unique landscapes.

Туристический сезон 2025 года: экспертное видение от Казахстанской Туристской Ассоциации

Рашида Шайкенова – ключевая фигура в туристической отрасли Казахстана. Как директор Казахстанской Туристской Ассоциации (КТА) и президент Ассоциации Гостиниц и Ресторанов (КАГиР), она обладает уникальным опытом и глубоким пониманием современных тенденций в сфере туризма и гостеприимства. В этой статье Рашида Рашидовна делится профессиональными наблюдениями о сезоне 2025 года, анализирует риски для рынка, а также дает практические рекомендации для турагентств и отельеров. Какие направления стали самыми востребованными? Как цифровизация меняет правила игры? И какие навыки необходимы современному специалисту в сфере туризма?

Читайте эксклюзивные инсайты от одного из главных экспертов отрасли.

2025 год ознаменовал новый этап для казахстанского туристического рынка. Официальный статус Года туризма Китая усилил азиатское направление как во въездном, так и в выездном туризме. Безвизовый режим для 84 стран и политика открытого неба значительно повысили транспортную доступность, а главные авиахабы страны - Нур-Султан и Алматы - предлагают прямые рейсы в десятки стран. В этом сезоне азиатские страны демонстрируют рекордный рост туристического потока, формируя основные тренды мирового туризма. Особенно востребованы: Таиланд - манящий туристов уникальным сочетанием экзотической культуры, роскошных пляжей и богатых традиций; Вьетнам - привлекает доступными ценами, потрясающей природой и аутентичными впечатлениями; Бали (Индонезия) - остается Меккой для ценителей премиальных курортов, природных красот и духовных практик; Шри-Ланка - предлагает идеальный микс пляжного отдыха, природных достопримечательностей и древнего культурного наследия; Япония - продолжает

These destinations are shaping a new direction in the tourism market, meeting the demands of the most discerning travelers.

Sustainable development and responsible consumption have become central to the modern tourism industry. At the same time, the all-inclusive format remains in demand, relieving tourists of concerns about extra expenses.

There is a noticeable shift in traveler preferences—more people are choosing lesser-known destinations over overcrowded capitals. For example, Reims in France and Brescia in Italy are gradually replacing Paris and Milan on must-visit lists.

Film tourism is experiencing a real explosion: locations from The Lord of the Rings in New Zealand and The Witcher sets in Eastern Europe are attracting crowds of fans. The release of upcoming films and TV series continues to fuel interest.

There is also strong demand for natural phenomena, from the Northern Lights in Scandinavia to the glowing beaches of the Maldives.

At the same time, digitalization is reaching new heights: Instagram and TikTok have become full-fledged platforms for instant tour bookings.

Kazakhstani tourists today are experienced travelers who understand service quality and value for money. Their priorities include beach holidays, health and wellness tourism, and rich excursion programs. International partners note their curiosity and friendliness.

Most Kazakhstanis choose affordable tours but are clearly aware of the difference between budget and quality options. Two main groups stand out in the market: those willing to pay for premium service without limits, and those looking for the best balance between price and quality.

A special segment is youth under 35, who prefer the cheapest options and organize trips themselves via online platforms. VIP tourists make up about 1%, while independent young travelers account for 5–6%.

The modern tourism market faces a number of challenges that require professional assessment. The shortage of transport capacity, where demand exceeds supply, is gradually being resolved through market adaptation. Transportation services are increasingly meeting traveler needs, especially on

удивлять гармоничным синтезом передовых технологий, вековых традиций и уникальной природы

Эти направления формируют новый вектор развития туристического рынка, отвечая запросам самых взыскательных путешественников.

Принципы устойчивого развития и ответственного потребления занимают центральное место в современной туриндустрии. В то же время формат “все включено” продолжает пользоваться спросом, избавляя туристов от хлопот с дополнительными расходами.

Наблюдается заметный сдвиг в предпочтениях путешественников - они все чаще выбирают менее известные направления вместо переполненных туристами столиц. Например, французский Реймс и итальянская Брешиа постепенно вытесняют Париж и Милан из списков must-visit.

Кинотуризм переживает настоящий бум: локации из “Властелина колец” в Новой Зеландии и съемочные площадки “Ведьмака” в Восточной Европе привлекают толпы поклонников. Ожидаемые премьеры новых фильмов и сериалов только подогревают этот интерес. Неослабевающий спрос наблюдается и на природные феномены - от северного сияния в Скандинавии до светящихся пляжей Мальдив.

При этом цифровизация отрасли достигает новых высот: Instagram и TikTok превращаются в полноценные площадки для мгновенного бронирования туров.

Казахстанские туристы сегодня представляют собой опытных путешественников, хорошо разбирающихся в качестве услуг и соотношении цены к предлагаемому сервису. В их приоритетах – пляжный отдых, лечебно-оздоровительные туры и насыщенные экскурсионные программы. Зарубежные партнеры отмечают их любознательность и дружелюбие.

Большинство казахстанцев выбирают доступные туры, но при этом четко понимают разницу между бюджетными и качественными предложениями. На рынке выделяются две группы: те, кто готов платить за премиальный сервис без ограничений, и те, кто ищет оптимальное сочетание цены и качества.



Lake Kaindy

popular seasonal routes. The open skies policy continues to prove effective, attracting new international carriers and boosting competition among airlines. In the near future, low-cost carriers like EastarJet, SpiceJet, and T'way Air are expected to enter the market, further stabilizing prices and expanding route networks.

Potential restrictions on air travel due to security concerns remain a significant risk. Limitations on key international routes could reduce tourist flow and affect Kazakhstan's competitiveness. However, active development of air connectivity and continuation of the open skies policy provide a strong buffer against such risks.

The visa issue is gradually becoming less acute thanks to consistent efforts to liberalize the visa regime. The signing of visa-free agreements with several countries, including the recent agreement with Thailand (effective February 24, 2025), has greatly simplified entry for foreign tourists. This policy not only reduces administrative barriers but also boosts tourist flows and strengthens Kazakhstan's position in the global tourism arena.

According to the legislation of the Republic of Kazakhstan on tourism activities, travel agencies act as intermediaries between travelers and tour operators. In this system, establishing personal contacts with hotel management is not a primary task for travel agents. Their main responsibilities are ensuring that contractual obligations are fulfilled, providing clients with complete information about available tour

Особый сегмент – молодежь до 35 лет, предпочитающая максимально дешевые варианты и самостоятельно организующая поездки через онлайн-платформы. В процентном соотношении VIP-туристы составляют около 1%, а самостоятельные молодые путешественники – 5-6%.

Современный туристический рынок сталкивается с рядом вызовов, требующих профессиональной оценки. Дефицит перевозочных мощностей, когда спрос превышает предложение, постепенно нивелируется благодаря адаптации рынка. Транспортные услуги уже соответствуют потребностям путешественников, особенно на популярных сезонных направлениях. Режим открытого неба продолжает демонстрировать свою эффективность, привлекая новых международных перевозчиков и усиливая конкуренцию среди авиакомпаний. В ближайшее время ожидается выход на рынок таких лоукостеров как EastarJet, SpiceJet и T'way Air, что дополнительно стабилизирует ценовую политику и расширит маршрутную сеть.

Потенциальные ограничения авиасообщения по соображениям безопасности сохраняют свою актуальность как существенный риск-фактор. Особую угрозу представляют возможные ограничения на ключевых международных направлениях, способные снизить туристический поток и конкурентоспособность казахстанского рынка. Однако активное развитие авиационных связей и сохранение политики открытого неба создают достаточный запас прочности для минимизации подобных рисков.

Визовый вопрос постепенно теряет свою остроту благодаря последовательной работе по либерализации визового режима. Заключение безвизовых соглашений с рядом стран, включая недавнее соглашение с Таиландом (вступившее в силу 24 февраля 2025 года), значительно упрощает процедуру въезда для иностранных туристов. Эта политика не только снижает административные барьеры, но и способствует увеличению турпотока, укрепляя позиции Казахстана на международной туристической арене.

Согласно законодательству Республики Казахстан о туристской деятельности, турагентства выполняют посредническую функцию между путешественниками и туроператорами. В этой системе координат установление личных контактов с руководством отелей не является для турагента приоритетной задачей. Основные

products, and offering professional consultations on services developed by tour operators.

In contrast, for tour operators who develop travel packages directly, establishing business relationships with hotels and other service providers is of strategic importance.

These contacts determine cooperation terms, product quality, and competitive advantages in the market.

Ongoing professional development in customer acquisition and database management is becoming critically important for travel agents. In a rapidly transforming tourism market and amid growing competition, professionals need continuous training that includes mastering modern sales techniques, improving client-oriented service, creating tailored solutions, and enhancing customer experience. Special attention should be paid to adopting digital tools for client base management, which is key to maintaining competitiveness and delivering high-quality service.

KTA and KAGiR actively participate in organizing and conducting various industry events.

Their experience includes successful organization of international tourism and hospitality forums in major Kazakhstani cities.

They have a pool of qualified experts, and many association members are themselves professional trainers in various aspects of the tourism industry. Regular participation in workshops and partner discussions enables knowledge sharing and expert evaluation, which contributes to the sector's professional development.

While online formats have retained their popularity since the pandemic due to convenience and wide reach-especially when physical presence is difficult-the industry is increasingly leaning toward in-person meetings. Offline events allow participants to experience the unique energy of face-to-face communication, build stronger business relationships, and engage more deeply with professional topics.

KTA follows a hybrid event strategy, combining the advantages of both formats. This approach allows for participation from both local and international players, creating an inclusive platform for knowledge exchange. In today's conditions, this model has proven effective in meeting the diverse needs of the professional community.

Personal meetings are particularly important

функции сосредоточены на обеспечении выполнения договорных обязательств, предоставлении клиентам полной информации о доступных турпродуктах и профессиональном консультировании по услугам, сформированным туроператорами.

В отличие от турагентств, для туроператоров, занимающихся непосредственной разработкой туристических пакетов, налаживание деловых связей с отелями и другими поставщиками услуг приобретает стратегическое значение. Эти контакты напрямую определяют условия сотрудничества, качество турпродукта и его конкурентные преимущества на рынке.

Непрерывное профессиональное развитие турагентов в сфере привлечения клиентов и управления клиентской базой приобретает критически важное значение. В условиях стремительной трансформации туристического рынка и усиливающейся конкуренции, специалистам требуется постоянное обучение, включающее не только освоение современных техник продаж, но и развитие навыков клиентоориентированного сервиса, разработки индивидуальных решений и совершенствования клиентского опыта. Особое внимание следует уделять освоению цифровых инструментов для управления клиентской базой, что является ключевым фактором поддержания конкурентоспособности и обеспечения высокого уровня обслуживания клиентов.

KTA и КАГиР активно участвуют в организации и проведении различных отраслевых мероприятий. Данный опыт включает успешную организацию международных форумов по туризму и гостиничному бизнесу в крупнейших городах Казахстана. В распоряжении имеется пул квалифицированных экспертов, а многие сотрудники ассоциаций сами выступают в качестве профессиональных тренеров по различным аспектам туристической индустрии. Регулярное участие в воркшопах и партнерских дискуссиях дает возможность обмена ценным опытом и экспертной оценкой, что способствует профессиональному развитию отрасли.

Хотя онлайн-форматы сохранили свою популярность после пандемии благодаря удобству и широкому охвату аудитории, особенно когда физическое присутствие затруднено, индустрия все больше стремится к живым встречам. Оффлайн-мероприятия позволяют участникам ощутить уникальную энергетику личного



in tourism and hospitality, where the human factor and atmosphere play a decisive role.

Therefore, when planning events, we aim for an optimal balance between digital and traditional formats, taking into account the specifics of the industry.

In today's tourism business, short video formats have become a powerful marketing tool. Their visual appeal and dynamic nature are especially effective for engaging young audiences-the main target group on social media.

KTA places special emphasis on training professionals to work with these formats by including relevant modules in its educational programs. Mastering modern digital tools allows agencies to respond quickly to market trends, strengthen their market position, and build long-term relationships with clients. A modern tourism manager must be proficient in multi-platform solutions. One of the most important tools in this regard is HelloOtel-a convenient, multifunctional platform that significantly simplifies the work of industry professionals. Today's expert is a versatile professional, equally comfortable working with both traditional sales channels and digital marketing solutions.

общения, устанавливать более прочные деловые связи и глубже погружаться в профессиональную тематику. КТА придерживается стратегии гибридных мероприятий, сочетающих преимущества обоих форматов. Такой подход позволяет вовлекать как локальных, так и международных участников, создавая инклюзивную площадку для обмена знаниями. В современных условиях этот формат доказал свою эффективность, удовлетворяя разнообразные запросы профессионального сообщества.

Особое значение личные встречи приобретают в туризме и гостиничном бизнесе, где человеческий фактор и атмосфера играют определяющую роль. Поэтому при планировании мероприятий мы стремимся к оптимальному балансу между цифровыми и традиционными форматами взаимодействия, учитывая специфику отрасли.

В современном турбизнесе короткие видеформаты превратились в мощный маркетинговый инструмент. Их визуальная привлекательность и динамичность особенно эффективны для взаимодействия с молодежной аудиторией - основной целевой группой в соцсетях.

KTA уделяет особое внимание обучению профессионалов работе с этими форматами, включая соответствующие модули в образовательные программы. Освоение современных digital-инструментов позволяет оперативно реагировать на рыночные тренды, усиливать рыночные позиции агентств и выстраивать долгосрочные отношения с клиентами. Современный туристический менеджер должен в совершенстве владеть мультимедийными решениями. Среди них особое место занимает HelloOtel - удобный многофункциональный инструмент, значительно упрощающий работу профессионалов отрасли, ведь профессионал сегодня - это универсал, одинаково уверенно работающий как с традиционными каналами продаж, так и с цифровыми маркетинговыми решениями.

Turkish Breakfast Named the Best in the World

Турецкий завтрак признан лучшим в мире



World-renowned gastronomy guide TasteAtlas has ranked Turkish breakfast at the top of its **"World's Best Breakfasts"** list for 2025. Evaluating hundreds of local delicacies and cultural tables, the platform selected Turkey as this year's number one. The announcement resonated widely across both international gastronomy circles and social media.

Всемирно известный гастрономический гид TasteAtlas опубликовал ежегодный рейтинг завтраков, где традиционная утренняя трапеза Турции заняла первое место в номинации **"World's Best Breakfasts"** в 2025 году. Эксперты изучили сотни национальных кухонь и признали турецкий завтрак эталоном вкуса и разнообразия. Новость быстро разлетелась по международным гастрономическим кругам и соцсетям, вызвав волну обсуждений.



ABUNDANCE, VARIETY, AND CULTURAL DEPTH

TasteAtlas editors described Turkish breakfast as **"not just a meal, but a way of life."** The broad spectrum - from white cheese to black olives, the classic tomato-cucumber duo to homemade jams, from fresh simit and crispy börek to menemen and clotted cream with honey - was praised as a visual and culinary feast. Moreover, the platform highlighted the cultural emphasis on sharing, stating that Turkish breakfast stands out not only for its ingredients but for its communal spirit.

LONG TABLES, DEEP CONVERSATIONS OVER STRONG TEA, AND THE REVERENCE FOR TIME SPENT AT THE TABLE ELEVATE TURKISH BREAKFAST INTO A SOCIAL RITUAL

ИЗОБИЛИЕ, РАЗНООБРАЗИЕ И КУЛЬТУРНАЯ ГЛУБИНА

Редакторы TasteAtlas охарактеризовали турецкий завтрак не просто как прием пищи, а как **«образ жизни»**. Широкий спектр блюд - от белого сыра и черных оливок до классического дуэта помидоров с огурцами, домашних джемов, свежих симитов, хрустящих бёреков, менемена и каймака с медом - был отмечен как настоящий визуальный и гастрономический праздник. Но главное - это особая атмосфера единения, когда завтрак превращается в повод для теплого общения.разнообразия туристических продуктов.

ДЛИННЫЕ СТОЛЫ, НЕТОРОПЛИВЫЕ БЕСЕДЫ ЗА КРЕПКИМ ЧАЕМ И ТРЕПЕТНОЕ ОТНОШЕНИЕ КО ВРЕМЕНИ, ПРОВЕДЕННОМУ ЗА ЕДОЙ, ПРЕВРАЩАЮТ ТУРЕЦКИЙ ЗАВТРАК В НАСТОЯЩИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ РИТУАЛ.



A NEW TOOL OF GASTRONOMIC DIPLOMACY

This success strengthens Türkiye's rising profile in gastronomy and positions Turkish breakfast as a form of "cultural branding." From international promotional campaigns to the support of local production and the marketing of touristic destinations, Turkish breakfast is now set to become even more visible on the global stage.

Across Türkiye, many hotels are transforming breakfast into a ritualistic experience - not just in terms of flavor, but also through aesthetic, diverse, and immersive presentations. From boutique hotels to luxury resorts, the emphasis on local ingredients and traditional serving styles plays a key role in integrating this culinary heritage into tourism. Breakfast lounges are evolving beyond morning dining spaces into social venues where guests create unforgettable memories.

IN TÜRKİYE, BREAKFAST IS NOT JUST A WAY TO START THE DAY - IT'S A WAY TO COME TOGETHER. TASTEATLAS'S RECOGNITION SHOWS THAT THE WORLD IS NO LONGER JUST WATCHING THIS CULINARY TRADITION, BUT MAKING SPACE FOR IT.



НОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ ГАСТРОНОМИЧЕСКОЙ ДИПЛОМАТИИ

Это достижение укрепляет растущий авторитет Турции в гастрономической сфере, превращая турецкий завтрак в своеобразный «культурный бренд». От международных рекламных кампаний до поддержки местных производителей и продвижения туристических направлений - теперь традиционный завтрак Турции готов занять еще более заметное место на мировой арене.

По всей стране отели превращают утреннюю трапезу в настоящий ритуал - и дело не только во вкусе, но и в эстетике, разнообразии и атмосфере подачи. От бутик-отелей до роскошных курортов особое внимание уделяется местным продуктам и традиционным способам сервировки, что помогает органично вплести кулинарное наследие в туристический опыт. Традиционные залы для завтраков переосмыслили свою функцию - теперь это multifunctional lounge-пространства, формирующие культуру неторопливого утреннего общения.

В ТУРЦИИ УТРЕННЯЯ ТРАПЕЗА - ЭТО НЕ ПРОСТО НАЧАЛО ДНЯ, А СВЯЩЕННЫЙ РИТУАЛ ОБЩЕНИЯ. ФАКТ ПРИЗНАНИЯ СО СТОРОНЫ TASTEATLAS ЗНАМЕНУЕТ НОВЫЙ ЭТАП: ТЕПЕРЬ МИРОВОЕ СООБЩЕСТВО НЕ ПРОСТО ВОСХИЩАЕТСЯ ЭТОЙ ТРАДИЦИЕЙ, НО И ОФИЦИАЛЬНО ЗАКРЕПЛЯЕТ ЗА НЕЙ СТАТУС КУЛЬТУРНОГО ДОСТОЯНИЯ.

ABUNDANCE, VARIETY, AND CULTURAL DEPTH

TasteAtlas bases its rankings on various criteria, including taste, use of local ingredients, cultural context, visual appeal, and the holistic experience. In this context, Turkish breakfast outshined others with its deep-rooted tradition and its ability to showcase rich regional diversity.

ОТ ВКУСА К ИДЕНТИЧНОСТИ: МНОГОСЛОЙНАЯ ИСТОРИЯ ТУРЕЦКОГО ЗАВТРАКА

Международный гид TasteAtlas при оценке кулинарных традиций руководствуется строгими критериями: совершенство вкуса, аутентичность ингредиентов, культурная значимость, эстетика подачи и целостность впечатления. По всем этим показателям турецкий завтрак показал безупречный результат, продемонстрировав уникальное сочетание древних кулинарных традиций и многообразия региональных вариаций.

Kilikya Palace Göynük

Timeless
Comfort
Immersed
in Nature

Оазис
гармонии на
берегу моря

As you walk along the pine-scented roads of Göynük in Kemer, a refined structure awaits at the shimmering shores where the Mediterranean meets the blue. Surrounded by nature, carrying the spirit of each season, this is no ordinary destination. Kilikya Palace Göynük goes far beyond the traditional concept of a holiday. It is a center for discovery, culture, and sustainable living.

The warm summer sun, gentle winter rains, fresh beginnings of spring, and serene farewells of autumn... Kilikya Palace brings the rhythm of the Mediterranean to life across twelve months in a storybook-like atmosphere. And it's not just an accommodation experience—it's a visionary model that prioritizes the regional economy, local production, and ecological balance.

Прогуливаясь по наполненным ароматом сосен дорогам Гёйнюка в Кемере, вы оказываетесь у сверкающих берегов, где бирюза Средиземного моря сливается с лазурью небес. Здесь, в гармонии с природой, вобрав в себя дух каждого времени года, вас ждёт не просто очередной отель, а нечто большее. Kilikya Palace Göynük выходит далеко за рамки традиционного понимания отдыха - это центр открытий, культурного обогащения и устойчивого образа жизни.

Ласковое летнее солнце, освежающие зимние дожди, пробуждение весны и меланхолия осени - Kilikya Palace воплощает ритмы Средиземноморья в атмосфере, словно сошедшей со страниц книги. Но это не просто место для временного проживания - это передовая модель размещения, ставящая во главу угла развитие региональной экономики, поддержку местного производства и бережное отношение к экологическому балансу.



İsmail Hakkı Yılmaz
Coordinator

Ece İrem Dinç
Tourism Explorer

Çağla Ercan
Sales and Marketing Director

“WE ARE WRITING A BRAND-NEW WINTER STORY FOR KEMER”

Kilikya Palace Göynük's Sales and Marketing Director, Ms. Çağla Ercan, explains how they are transforming the classic notion of a Mediterranean winter vacation:

“We want to highlight that Kemer is a unique region that can be enjoyed year-round, not just in summer. That's why we are energizing the winter season with details like heated pools, wellness areas, cultural tours, yoga activities, and picnic excursions. Through nature walks, bike tours, and trips to historical sites and caves, we aim to offer guests from all ages and backgrounds an enriching experience.”

The recently discovered Byzantine castle and nearby cave, currently under restoration, are part of Kilikya Palace's social responsibility efforts. The property also takes it upon itself to protect the surrounding 2000-2500-year-old plane trees and plans to open these cultural treasures to guests through complimentary winter tours.

“КЕМЕР ЗИМОЙ: ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОБ ОТДЫХЕ”

Госпожа Чагла Эрджан, директор по продажам и маркетингу Kilikya Palace, рассказывает, как отель трансформирует традиционное представление о зимнем отдыхе на Средиземноморье:

“Мы стремимся показать, что Кемер - уникальный регион, которым можно наслаждаться круглый год, а не только летом. Именно поэтому мы наполняем зимний сезон особыми деталями: подогреваемыми бассейнами, wellness-зонами, культурными экскурсиями, занятиями йогой и пикниками на природе. Пешие прогулки, велотуры, посещение исторических мест и пещер - всё это создаёт насыщенную программу для гостей любого возраста и интересов”.

Недавно обнаруженные археологами византийские реликвии - византийский замок и расположенная рядом пещера, - которые сейчас находятся на реставрации, стали частью социальной ответственности отеля. Kilikya Palace включил в свою экологическую программу уникальные многовековые платаны возрастом более двух тысячелетий, произрастающие на его территории. В ближайших планах комплекса - организация специальных экскурсионных маршрутов, которые позволят гостям бесплатно познакомиться с этими памятниками природы и архитектуры в зимний период.

COMFORT IN HARMONY WITH NATURE

The high-class all-inclusive service concept at the hotel is one of the key elements that enriches the overall experience. Guests enjoy a wide selection of buffet dishes, à la carte restaurants, and chef-curated offerings that cater to every palate. Spacious indoor and outdoor dining areas host tranquil breakfasts and joyful evening meals alike, while seven distinct bars provide relaxing or lively ambiances for every moment of the day.

Çağla Ercan summarizes their “High Class” concept:

“When designing our High Class concept, we prioritized not only physical comfort but also emotional and experiential fulfillment. We focused on distinctive features that could set us apart. New gastronomic experiences are a priority for us. For example, our Croissant Atelier has been extremely popular among guests-we offer a wide variety of high-quality croissants. Our Cocktail Bar serves flavorful and memorable drinks, and every afternoon our patisserie presents freshly made soufflés. Our Snack Bar, and the Asian, Italian, TexMex, Anatolian restaurants all attract great interest.”

A TASTE FROM LOCAL TO GLOBAL

Beyond luxury accommodation, Kilikya Palace Göynük also contributes to the local economy. Their social responsibility projects centered on Anatolian wines and local production are clear examples of this.

Coordinator İsmail Hakkı Yılmaz emphasizes the importance of giving local gastronomy its rightful place:

“For three years, our staff received professional training in wine. In our wine presentations, we focus on supporting local and boutique producers. We work with artisans and entrepreneurs from all over Türkiye. We even offer wines made from heirloom grape seeds. For us, the most important factor in gastronomy is never compromising on quality. This means choosing branded products and always selecting the best when it comes to food.”

In addition, the hotel's social responsibility projects on carob cultivation and over 20 original recipes submitted to the Provincial Directorate of Agriculture highlight their commitment to regional development.

СИМФОНΙΑ УЮТА И ПЕРВОЗДАННОЙ КРАСОТЫ

Концепция высококлассного обслуживания по системе «high-class all-inclusive» стала визитной карточкой отеля, значительно обогащая впечатления гостей. Здесь каждый найдёт кулинарное вдохновение на любой вкус: от щедрых шведских столов и изысканных блюд в ресторанах à la carte до авторских меню от шеф-поваров. Просторные рестораны с террасами создают идеальные условия как для семейных завтраков, так и для романтических ужинов. А семь стильных баров на территории - это семь разных настроений: от камерной обстановки лаунж-зон до музыкальных вечеров в приятной компании.

Госпожа Чагла Эрджан раскрывает суть концепции «High Class»:

«Разрабатывая нашу концепцию премиального обслуживания, мы стремились создать не просто физический комфорт, а полноценный эмоциональный и чувственный опыт. Особое внимание уделили уникальным деталям, которые делают нас особенными. Новые гастрономические впечатления - один из наших приоритетов. Например, наше «Круассан-ателье» пользуется огромной популярностью у гостей - мы предлагаем широкий выбор круассанов высочайшего качества. В «Коктейль-баре» подают напитки с запоминающимся вкусом и авторской подачей, а каждый день после полудня в нашей кондитерской можно попробовать свежеприготовленные суфле. Не меньший интерес вызывают «Снэк-бар», а также азиатский, итальянский, Текс-Мекс и анатолийский рестораны».

ЛОКАЛЬНЫЕ ВКУСЫ - ГЛОБАЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ

Kilikya Palace - это не просто роскошный отель, а важный участник развития местной экономики. Особое внимание здесь уделяется социально ответственным инициативам, среди которых - продвижение анатолийских вин и поддержка местных производителей.

Координатор отеля Исмаил Хакки Йылмаз подчеркивает значимость сохранения местных гастрономических традиций: «Три года наши сотрудники проходили профессиональное обучение в области виноделия. Во время винных



WINTER IN THE MEDITERRANEAN: NOT A LUXURY, BUT A CONSCIOUS CHOICE

For those who seek to escape the summer crowds and reconnect with nature's true voice, Kemer offers a completely different experience in winter. When wave sounds soften into whispers, sunsets linger longer, and the streets resemble a poetic mist, Kilikya Palace stands at the heart of it all.

Çağla Ercan mentions their strategic efforts to make Kemer's winter potential more visible:

"Kemer is a uniquely beautiful region, though its distance from the airport sometimes overshadows it. As the Kilikya Palace family, we are working hard to change that perception. We want to show that the Mediterranean is not only a summer destination but also a perfect winter escape. Once our promotional preparations are complete, we plan to offer half-day complimentary tours to guests and create winter tourism potential through excursions to nearby historical sites, cycling and picnic tours, and nature walks."

презентаций мы делаем акцент на поддержке локальных и бутиковых производителей. Мы сотрудничаем с производителями и предпринимателями по всей Турции и даже предлагаем гостям вина, изготовленные по старинным технологиям из виноградных лоз-долгожителей. Для нас в гастрономии самое важное - никогда не идти на компромисс в качестве. Это означает выбор продуктов известных марок и постоянный поиск лучшего».

Помимо винодельческих проектов, отель реализует инициативы по выращиванию розкового дерева, а также передал более 20 оригинальных рецептов Муниципальному управлению сельского хозяйства, что демонстрирует его приверженность устойчивому развитию региона.

СРЕДИЗЕМНОМОРСКАЯ ЗИМА: НЕ РОСКОШЬ, А ОСОЗНАННЫЙ ВЫБОР

Для тех, кто хочет избежать многолюдности, свойственной высокому сезону, и вновь услышать подлинный голос природы, зимний Кемер раскрывается с совершенно другой стороны. Когда шум прибоя сменяется тихим шепотом волн, закаты становятся длиннее, а улицы окутывает поэтичная дымка, Kilikya Palace оказывается в эпицентре этого преображения.

Госпожа Чагла Эрджан рассказывает о стратегических усилиях по раскрытию зимнего потенциала Кемера:

«Кемер - невероятно красивый регион, хотя его удалённость от аэропорта иногда заставляет туристов сомневаться при выборе отеля. Мы, команда Kilikya Palace, активно работаем над тем, чтобы изменить это восприятие. Наша цель - показать, что Средиземноморье прекрасно не только летом, но и зимой. Как только завершатся подготовительные мероприятия, гостей ждут бесплатные экскурсионные программы и насыщенная зимняя анимация: осмотр достопримечательностей, велотуры, пикники на свежем воздухе и пешие маршруты по заповедным местам.»

INNOVATIVE DIGITAL EXPERIENCES

Kilikya Palace Göynük also stands out with its investment in digital infrastructure. Through mobile check-in, loyalty programs, a digital hotel assistant, and room selection features, guests can fully personalize their stay.

Coordinator İsmail Hakkı Yılmaz highlights a one-of-a-kind experience-the hotel's flight simulation center, unlike anything else in the world:

"With access to data from all active airports, guests can simulate real-time flights and weather conditions for an immersive virtual flying experience. This exclusive application offers a truly unique breath of fresh air to Mediterranean hospitality. We always aim to deliver creative innovations to increase guest satisfaction. Being a pioneer is part of our vision."

A YEAR-ROUND ESCAPE IN THE HEART OF GÖYNÜK

By staying open all year, Kilikya Palace Göynük is more than a hotel-it is a living, evolving, and exemplary model of sustainable tourism. Through local employment, eco-friendly initiatives, and ongoing contributions to the regional economy, it presents a vision that touches the Mediterranean's future.

Winter in the Mediterranean is no longer a distant luxury. It is a conscious choice-one of self-care and reconnection with nature. And this experience is made possible by Kilikya Palace Göynük.

ИННОВАЦИОННЫЕ ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ГОСТЕЙ

Отель Kilikya Palace выделяется своими инвестициями в цифровую инфраструктуру. Мобильный check-in, программы лояльности, hotel assistant и room selection сервис - все это позволяет гостям полностью персонализировать свое пребывание.

Координатор Исмаил Хакки Йылмаз рассказывает об уникальном предложении отеля - центре авиасимуляторов, аналогов которому нет в мире: «Благодаря доступу к данным всех действующих аэропортов, гости могут совершать виртуальные полеты в реальном времени с имитацией различных погодных условий. Это эксклюзивное приложение переосмысливает традиционное понимание отельного гостеприимства. Мы постоянно стремимся внедрять креативные инновации, чтобы повысить удовлетворенность гостей. Быть первопроходцами - часть нашего видения».

КРУГЛОГОДИЧНЫЙ ОТДЫХ В СЕРДЦЕ ГЕЙНЮКА

Работая без сезонных перерывов, Kilikya Palace - это не просто отель, а живая, развивающаяся модель устойчивого туризма. Предоставляя рабочие места местным жителям, внедряя экологические инициативы и внося вклад в развитие региональной экономики, он задает новые стандарты будущего Средиземноморья.

Зимний отдых на побережье больше не является недоступной роскошью - это осознанный выбор тех, кто ценит заботу о себе и единение с природой. И именно Kilikya Palace делает такой опыт возможным.



Through the camera's eye:

Istanbul

Кинопрогулка по Стамбулу

This city is not just a backdrop - it's a storyteller in its own right. It doesn't simply hold a scene; it gives it soul. Wherever the camera turns, Istanbul begins to speak.

Этот город - не просто фон. Он - самостоятельный рассказчик. Он не просто фиксирует действие, а вдыхает в него душу. Куда бы ни направилась камера, Стамбул начинает говорить.

Istanbul a city no single frame can ever hold.

With its mesmerizing beauty, it captivates not just filmmakers but audiences across the world - playing itself again and again on the silver screen. From high-octane James Bond chases to the sepia-tinted romances of Yeşilçam, Istanbul never pretends. It always stars as... itself.

In this article, we trace the footsteps of this natural film set that has enchanted viewers for generations. By visiting the locations that hosted some of cinema's most unforgettable scenes, we re-read Istanbul through the camera's lens.

Стамбул - город, который невозможно уместить в один кадр.

Своей завораживающей красотой он покоряет не только режиссеров, но и зрителей по всему миру, снова и снова появляясь на серебряном экране. От головокружительных погонь из «Джеймса Бонда» до ностальгических романтических драм «Йешилчама» - Стамбул никогда не притворяется. Он всегда играет... самого себя.

В этой статье мы пройдем по следам природной киноплощадки, десятилетиями очаровывающей кинематографистов. Посетив места, где разворачивались самые запоминающиеся сцены, мы заново прочитаем Стамбул через призму кинокамеры.



IN THE FOOTSTEPS OF INTERNATIONAL PRODUCTIONS

Istanbul is one of the rare cities in the world that can bring together every narrative universe of cinema on a single screen. Merging Western rationalism with the dreamlike essence of the East, it sometimes becomes the tense backdrop of a modern spy thriller and at other times the warm setting of a street melodrama that evokes childhood memories.

You may recall James Bond leaping from the crowded streets of Eminönü to the rooftops of the Grand Bazaar. In Skyfall, Istanbul transformed into a high-octane global metropolis. We all held our breath during those rooftop stunts - only to unwind later with a glass of boza in Vefa, a sweet finale to a wild ride.

In Inferno, Tom Hanks unravels historical mysteries in the shadows of Hagia Sophia, unearthing the city's ancient secrets. And with him, we descended into the mystical realm of the Basilica Cistern. Taken 2 shook the stones of Sultanahmet with action-packed sequences, the rooftops echoing with footsteps of suspense.

In Argo, the streets of Karaköy became Tehran - a charming proof that this city doesn't just host a story, it performs one.

ПО СЛЕДАМ МЕЖДУНАРОДНЫХ КИНОЛЕНТ

Стамбул - один из немногих городов мира, способных объединить все кинематографические вселенные на одном экране. Соединяя западный рационализм с восточной сказочностью, он то становится напряжёнными декорациями для шпионского триллера, то тёплой сценой для уличной мелодрамы, пробуждающей детские воспоминания.

ГДЕ СНИМАЛИ КУЛЬТОВЫЕ СЦЕНЫ?

Вспомните, как Джеймс Бонд прыгал с оживлённых улиц Эминёню на крыши Гранд-базара. В «Координатах „Скайфолл“» Стамбул предстал динамичным мегаполисом. Напряженные сцены погони по крышам сменялись умиротворяющими кадрами в легендарной стамбульской кофейне «Вефа», где мы дегустировали бозу - словно сладкий эпилог к этому безумному квесту.

Фильм «Инферно» с Томом Хэнксом переносит зрителей в лабиринт исторических тайн у стен Айя-Софии, а затем ведёт в загадочные подземелья Базилики-цистерны. В «Заложнице-2» камни Султанахмета содрогаются от экшин-сцен, а по крышам разносятся шаги погони.

В «Операции «Арго»» улицы Каракёя на время превращаются в Тегеран - яркое доказательство того, что Стамбул не просто место действия, а полноценный актёр.



“
Istanbul isn't the background of a story; it's the heart.

A drama begins in its morning mist, intrigue brews in the shadows of its stone walls. Some scenes may fade, but every frame captured in this city lingers in the memory.

”
Стамбул - не задний план, а сердце сюжета.

Драма начинается в его утренней дымке, интрига зреет в тени каменных стен. Отдельные сцены могут забыться, но каждый кадр, снятый в этом городе, остаётся в памяти навсегда.



СЛЕДЫ ТУРЕЦКОГО КИНЕМАТОГРАФА: ГОРОД ЛЮБВИ И МЕЛОДРАМ

Стамбул «Йешилчама» - это ностальгия по эпохе, наполненной харизматичными героями, безнадежными влюбленными и трогательными драмами. Улыбка Садри Алышыка в «Джибали Караколу», взгляд Тюркан Шорай, способный покорять империи - эти моменты до сих пор живут в переулках Бейоглу. С каждым шагом здесь слышны отголоски ушедшей эпохи.

Но Стамбул Нури Бильге Джейлана - совсем другой. Его город - это медленные эмоции, сплетенные из тишины. В его кадре Стамбул похож на серое небо после дождя. Босфор - не открыточная лазурь, а размытый, туманный силуэт. Каждая деталь в его фильмах дышит историей.

СЕРИАЛЬНЫЕ ТРОПЫ СТАМБУЛА

В последние годы мир турецких телевизионных драм превратил кварталы Балат, Фенер и Галату в настоящие звёзды поп-культуры. Разноцветные эркеры, ностальгические двери, каменные стены и местные лавочники — теперь каждый турист, приезжая в Стамбул, мечтает пройтись по местам съёмок любимого сериала, повторив маршруты героев.

THE TRACES OF TURKISH CINEMA: A CITY OF LOVE AND MELODRAMA

Yeşilçam's Istanbul is a bittersweet memory filled with lively young men, hopeless lovers, and tear-jerking tragedies. The smile Sadri Alışık flashed in Cibali Karakolu, the way Türkan Şoray's glance could topple empires - those moments still echo on the sidewalks of Beyoğlu. You can feel the whispers of a bygone era with every step.

Nuri Bilge Ceylan's Istanbul is a different tale entirely — a city of slow-moving emotions woven in silence. His lens shows Istanbul like a gray sky clearing after rain. The Bosphorus is never a postcard shade of blue, but a distant, mist-veiled silhouette. Every detail in his films carries the weight of centuries.

STREETS ILLUMINATED BY TV SERIES

In recent years, the magical world of Turkish TV dramas has turned neighborhoods like Balat, Fener, and Galata into pop culture stars. Colorful bay windows, nostalgic doors, stone walls, and local shopkeepers — every tourist visiting Istanbul now arrives eager to walk through scenes from their favorite show, retracing their heroes' steps.



10 Unforgettable Films Set in Istanbul

10 незабываемых фильмов, снятых в Стамбуле



1

Skyfall (2012)

As James Bond flies over the rooftops of the Grand Bazaar on her motorcycle, Istanbul becomes the star of action cinema.

Джеймс Бонд на мотоцикле прыгает по крышам Гранд-базара - и Стамбул превращается в звезду экшн-кино.



2

Inferno (2016)

As Tom Hanks solves puzzles in Hagia Sophia and the Basilica Cistern, we follow the trail of Istanbul's timeless secrets.

Том Хэнкс разгадывает загадки в Айя-Софии и Базилике-цистерне, а мы следуем за ним по следам древних тайн города.



3

Taken 2 (2012)

Liam Neeson's heart-pounding chase through Sultanahmet shakes the cobblestones with every step.

Лиам Нисон в головокружительной погоне по Султанамету - каждый шаг по брусчатке отдается адреналином.



4

The International (2009)

A political thriller set around Istanbul Modern and the Galata Bridge, portraying the city's modern and chaotic face.

Политический триллер, действие которого разворачивается у музея Istanbul Modern и Галатского моста, показывая современный и хаотичный облик города.



5

Argo (2012)

Karaköy's streets double as Tehran - a perfect example of Istanbul's incredible range.

Улицы Каракёя на время становятся Тегераном - идеальный пример того, как Стамбул может играть любую роль.



6

From Russia with Love (1963)

Bond's first Istanbul adventure: the Basilica Cistern, Sirkeci Station, the Bosphorus... the city's cinematic legend begins here.

Первое приключение Бонда в Стамбуле: Базилика-цистерна, вокзал Сиркеджи, Босфор... Именно здесь началась кинолегенда города.



7

Topkapı (1964)

A classic heist at Topkapı Palace - where history and suspense meet in perfect harmony.

Идеальное сочетание истории и переживаний зрителя в классическом ограблении дворца Топкапы.



8

The Accidental Spy (2001)

Jackie Chan kicks, flips, and leaps through Eminönü and the Grand Bazaar - Istanbul at the center of action once again.

Джеки Чан прыгает и кувыркается по Эминёню и Гранд-базару - Стамбул снова в центре экшена.



9

Istanbul Beneath My Wings (1996)

A historical fantasy about Hezarfen Ahmed Çelebi - blending myth, history, and cinema into one frame.

Историческая фантазия о Хезарфене Ахмеди Челеби, смешивающая мифы, историю и кино в одном кадре.



10

Distant (2002)

Life slows under Istanbul's gray skies... Ceylan's lens captures deep loneliness in the middle of the crowd.

Жизнь замедляется под серым стамбульским небом... Объектив Джейлана ловит глубокое одиночество среди толпы.



We know this for certain: in Istanbul, the film never really ends. There's no "THE END" here - only the lights dimming as the camera turns to another story. In this city, cinema isn't just an art form - it's a way of life. And thank goodness for that.

Одно можно сказать точно: в Стамбуле кино никогда не заканчивается. Здесь нет надписи «THE END» - только приглушенный свет, пока камера переключается на новую историю. В этом городе кино - не просто искусство, а образ жизни. И это прекрасно!

Four Countries, Four Perspectives: Luxury Tourism Strategies in the Global Market

Четыре страны, четыре взгляда:
стратегии luxury-туризма
на мировом рынке

HOW IS THE CONCEPT OF LUXURY EVOLVING IN TÜRKİYE, RUSSIA, EGYPT, AND THAILAND?

The concept of luxury in global tourism is undergoing a major transformation. Türkiye, Thailand, Egypt, and Russia - four distinct geographies, four unique approaches—are each redefining luxury tourism in line with their historical, cultural, and natural resources. But how do these destinations compete on the international stage?

КАК МЕНЯЕТСЯ КОНЦЕПЦИЯ РОСКОШИ В ТУРЦИИ, РОССИИ, ЕГИПТЕ И ТАИЛАНДЕ?

Понятие luxury-туризма переживает глобальную трансформацию. Турция, Таиланд, Египет и Россия — четыре уникальных направления с разными подходами — переосмысливают премиальный отдых, опираясь на историческое наследие, культуру и природные ресурсы. Но как эти страны конкурируют на международной арене?



Over the past decade, the definition of “luxury” in travel has shifted dramatically. Once synonymous with high-spending, comfort-focused holidays, luxury travel today has evolved into a much more layered and experience-driven concept.

TODAY'S PREMIUM TRAVELER IS NO LONGER JUST LOOKING FOR FIVE-STAR HOTELS-THEY SEEK AUTHENTICITY, SERVICE MODELS ALIGNED WITH SUSTAINABILITY PRINCIPLES, AND DESTINATIONS RICH IN CULTURAL DEPTH.

This shift has forced countries to recalibrate their tourism strategies. Geographic advantages, historical legacy, culinary diversity, and spiritual value all become unique selling points within the luxury segment. As global competition intensifies, a destination's ability to differentiate itself is now directly linked to its brand value and investment appeal.

In this article, we explore how Türkiye, Thailand, Egypt, and Russia are each carving out distinctive luxury strategies, through the lens of experience design, infrastructure investments, and destination diversity.

За последнее десятилетие определение «роскоши» в путешествиях кардинально изменилось. Если раньше оно ассоциировалось с дорогими, комфортными турами, то сегодня luxury стал сложным, ориентированным на впечатления концептом.

СОВРЕМЕННЫЙ ВЗЫСКАТЕЛЬНЫЙ ПУТЕШЕСТВЕННИК ИЩЕТ НЕ ТОЛЬКО ПЯТИЗВЁЗДОЧНЫЕ ОТЕЛИ - ЕМУ ВАЖНЫ АУТЕНТИЧНОСТЬ, СЕРВИС, СООТВЕТСТВУЮЩИЙ ПРИНЦИПАМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ, И ГЛУБИНА КУЛЬТУРНОГО КОНТЕКСТА.

Этот сдвиг заставил страны пересмотреть свои туристические стратегии. Географические преимущества, историческое наследие, гастрономическое разнообразие и духовные ценности теперь становятся уникальными selling-точками в сегменте премиум-туризма. В условиях жёсткой конкуренции способность направления выделяться напрямую влияет на его бренд-ценность и инвестиционную привлекательность.

В этой статье мы исследуем, как Турция, Таиланд, Египет и Россия выстраивают собственные luxury-стратегии через призму дизайна впечатлений, инфраструктурных инвестиций и разнообразия туристических продуктов.

Experience - Based Luxury Rooted in Cultural Heritage

Türkiye

Турция: luxury-туризм, основанный
на культурном наследии

Türkiye is emerging as a standout destination in luxury tourism not just through its service quality, but through its deep cultural legacy, geographic diversity, and experience-driven approach. In key tourism hubs such as Bodrum, Göcek, Cappadocia, Antalya, and Istanbul, high-end properties offer guests a fusion of history, nature, and gastronomy.

Most of these properties prioritize not only luxury but also sustainability, with architecture in harmony with local design, use of regional materials, eco-conscious practices, and integration with local communities. Wellness and medical tourism are also on the rise, particularly along the Aegean and Mediterranean coasts.

With its layered identity, Türkiye is increasingly seen on the global stage as a destination “where local character meets universal comfort.” Beyond high-end hospitality, it offers a holistic value proposition to its visitors.

Турция укрепляет позиции в luxury-сегменте не только за счет сервиса, но и благодаря богатому наследию, географическому разнообразию и ориентации на впечатления. В ключевых туристических центрах - Бодруме, Гёджеке, Каппадокии, Анталье и Стамбуле - премиальные отели предлагают гостям гармоничное сочетание истории, природы и гастрономии.

Многие из них делают ставку не только на роскошь, но и на устойчивое развитие: архитектура вписывается в местный ландшафт, используются региональные материалы, внедряются экопрактики и программы взаимодействия с местными сообществами. Особенно быстро развиваются wellness- и медицинский туризм - прежде всего, на побережьях Эгейского и Средиземного морей.

С таким многогранным подходом Турция все чаще воспринимается как направление, где локальный колорит встречается с универсальным комфортом. Помимо элитного размещения, страна предлагает гостям комплексный туристический опыт.



Russia

A Tourism Narrative Built on Art, Architecture, and Prestige

Россия: искусство, архитектура и
престиж как основа туристического
позиционирования

For years, Russia equated luxury with grandeur, excess, and wealth-gilded lobbies and private jets to Monaco defined the scene. But over the last decade, the country has seen the rise of a more refined form of luxury-quiet luxury.

In cities like Moscow and St. Petersburg, luxury is now being redefined through cultural depth, imperial splendor, and symbols of status. Former imperial palaces turned hotels, exclusive art events, and gourmet experiences form the core of Russia's premium tourism offer.

Winter resorts in Sochi and Rosa Khutor now deliver year-round luxury through ski tourism. However, geopolitical conditions have led to fluctuations in Russia's global market share.

Долгое время роскошь в России ассоциировалась с помпезностью - позолоченные лобби и частные перелёты в Монако задавали тон. Однако за последнее десятилетие в стране сформировался новый тренд - «тихая роскошь».

В Москве и Санкт-Петербурге премиальный туризм теперь строится на культурном наследии, имперском величии и статусных символах. Бывшие дворцы, превращённые в отели, эксклюзивные арт-события и гастрономические изыски составляют основу luxury-предложения.

Зимние курорты - Сочи и «Роза Хутор» - предлагают круглогодичный премиальный отдых с акцентом на горнолыжный туризм. Однако геополитическая ситуация продолжает влиять на позиции России на мировом туристическом рынке.



A New Luxury Rising from an Ancient Legacy

Egypt

Египет:

новая роскошь на
древнем фундаменте

Egypt stands out as a destination that has redefined luxury through a strong historical and cultural foundation. High-end Nile River cruises, luxury hotel developments around the Giza Pyramids, and the restoration of historic properties along the Luxor-Aswan route anchor Egypt's premium tourism offering.

Here, luxury is not just about comfort—it's about meaning and place. Hotels integrated with ancient structures, gastronomy rooted in local traditions, and interiors inspired by timeless aesthetics give Egypt a unique identity in the luxury space.

Египет переосмысливает luxury-туризм, опираясь на многовековое наследие. Круизы по Нилу премиум-класса, элитные отели у пирамид Гизы и отреставрированные исторические резиденции на маршруте Луксор-Асуан формируют новый образ роскошного отдыха.

Здесь luxury - не просто комфорт, а глубокая связь с местом. Отели, встроенные в древние памятники, гастрономия, сохраняющая традиции, и интерьеры, вдохновленные вечной эстетикой, создают уникальный туристический опыт.



Thailand

Spiritual Minimalism and Sensor Sophistication

Таиланд: духовный минимализм и
чувственная утонченность

Thailand has positioned itself as a leader in wellness and health-focused luxury tourism. In destinations like Phuket, Koh Samui, and Chiang Mai, international hotel brands and boutique retreat centers offer more than just comfort—they focus on holistic well-being.

Programs include meditation, yoga, mindful eating, and traditional Thai therapies, creating an experience centered on inner transformation rather than surface-level indulgence. Minimalist design inspired by Eastern philosophy merges with refined service to craft a new luxury language.

In the wake of the pandemic, the rising global interest in mental detox and self-healing has made Thailand a top destination not only for Asian travelers but also for high-net-worth tourists from Europe and North America. The country now represents a unique tourism ecosystem that blends tranquility with transformation.

Таиланд утвердился как лидер wellness-туризма и luxury-направлений, ориентированных на здоровье. На Пхукете, Самуи и в Чиангмае международные отельные сети и бутик-ретрит центры предлагают не просто комфорт, а целостную философию благополучия.

Программы включают медитации, йогу, осознанное питание и традиционные тайские практики, создавая опыт внутренней трансформации вместо поверхностных удовольствий. Минималистичный дизайн, вдохновлённый восточной философией, сочетается с безупречным сервисом, формируя новый язык роскоши.

После пандемии глобальный интерес к ментальному детоксу и самовосстановлению сделал Таиланд топ-направлением не только для азиатских путешественников, но и для состоятельных гостей из Европы и Северной Америки. Страна создала уникальную экосистему, где гармонично сочетаются умиротворение и преображение.



LUXURY IS NO LONGER ABOUT OPULENCE-IT'S ABOUT MEANING.

As the global tourism industry evolves, the luxury segment is being redefined with new depth and dimension. Türkiye offers experiential luxury grounded in cultural identity. Thailand presents wellness as a refined, spiritual journey. Egypt merges antiquity with high-end hospitality. And Russia crafts opulence through cultural grandeur and historical prestige.

These four destinations not only compete globally but also reflect diverse lifestyles, values, and aspirations. In this context, luxury is not just about offering more—it's about building something more meaningful.

СОВРЕМЕННАЯ РОСКОШЬ - НЕ ПРО ПОМПЕЗНОСТЬ, А ПРО ОСМЫСЛЕННОСТЬ.

Индустрия туризма переосмысливает люксов-сегмент, наполняя его новой глубиной: Турция превращает культурную идентичность в уникальный опыт, Таиланд возводит wellness в ранг духовного путешествия, Египет соединяет античное наследие с современным гостеприимством, а Россия создаёт роскошь через призму культурного величия.

Эти направления не просто конкурируют - они отражают разные ценности и жизненные философии. Сегодня истинная роскошь измеряется не количеством звёзд, а глубиной впечатлений и смыслов.

SEGMENTATION AND STRATEGIC POSITIONING IN LUXURY TOURISM

TÜRKIYE	
Key Strengths	Cultural depth, geographic diversity
Highlighted Experiences	Gastronomy, Wellness, Heritage Tourism
THAILAND	
Key Strengths	Spiritual - focused experiences
Highlighted Experiences	Retreats, Spa, Natural Simplicity
EGYPT	
Key Strengths	Archaeological infrastructure
Highlighted Experiences	Heritage Hotels, River Cruises
RUSSIA	
Key Strengths	Art and grandeur
Highlighted Experiences	Cultural Events, Winter Luxury Experiences

СЕГМЕНТАЦИЯ И СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ В LUXURY-ТУРИЗМЕ	
ТУРЦИЯ	
Ключевые преимущества"	Культурное наследие, географическое разнообразие
Знаковые предложения	Гастрономия, wellness, исторический туризм
ТАИЛАНД	
Ключевые преимущества"	Духовные практики и релаксация
Знаковые предложения	Ретриты, спа, единение с природой
ЕГИПЕТ	
Ключевые преимущества"	Археологическая инфраструктура
Знаковые предложения	Отели-памятники, круизы по Нилу
РОССИЯ	
Ключевые преимущества"	Искусство и имперский размах
Знаковые предложения	Культурные ивенты, зимние luxury-курорты

The Universal Codes of a Dish with
Chef Ömer Yalçın

An Ambassador Between Tables:

Посол вкуса:
универсальный язык блюд от
шеф-повара Омера Ялчына

A refined palate, a disciplined kitchen, and a boundless vision... Chef Ömer Yalçın's career inspires not only through the food he cooks but the values he embodies. Born in Gaziantep to an Arab father and Turkish mother, Yalçın now serves as Executive Chef at Rixos Radamis in Sharm El Sheikh, Egypt. Far from simply preserving his culinary heritage, he transforms it, amplifies it, and brings it to tables around the world. From Egypt to Russia, from Türkiye to Tatarstan, this journey bridges cultures and transcends borders. We spoke with him about the behind-the-scenes of his profession, the international gastronomy scene, and his vision—he has cooked alongside Michelin-starred chefs, initiated zero-waste projects, and mentors young chefs in his kitchen's values.

Изысканный вкус, дисциплина на кухне и безграничное видение... Карьера шеф-повара Омера Ялчына вдохновляет не только создаваемыми им блюдами, но и теми ценностями, которые он несёт. Уроженец Газиантепа, выросший в смешанной арабско-турецкой семье, Ялчын сейчас возглавляет кухню Rixos Radamis в Шарм-эль-Шейхе. Выходя далеко за рамки простого сохранения кулинарного наследия, он трансформирует, обогащает и представляет его на международной гастрономической сцене. От Египта до России, от Турции до Татарстана - его кулинарный путь объединяет культуры и стирает границы. В эксклюзивном интервью мы обсудили закулисные тонкости профессии, тенденции мировой гастрономии и его философию (шеф работал с обладателями звёзд Мишлен, реализует zero-waste проекты и воспитывает молодых поваров в духе традиций своей кухни).



Tourism Explorer: Having worked in Egypt for about 1.5 years, which culinary differences have you noticed?

Ömer Yalçın: I first worked in Egypt in 2017, and now I'm here again. I'm part of a one-of-a-kind project—something very meaningful for my career. As someone of Arab heritage, I'm already deeply familiar with Egyptian culture, so being here hasn't changed much. However, there are similarities and differences between Turkish and Egyptian gastronomy. Many sweets and meze are quite similar, but when it comes to main dishes and soups, the spices and cooking techniques differ significantly. My team and I teach Turkish culinary culture to our local chefs while immersing ourselves in Egyptian cuisine. In my view, you must always respect and learn as much as possible about the local culture.

Tourism Explorer: As a chef representing Turkish cuisine in Egypt, what does this mean to you?

Ömer Yalçın: Representing Turkish cuisine means bridging cultural gaps by showcasing it in Egypt, always using authentic and accurate recipes on an international stage. We offer guests—both local and international, especially those who've been to Türkiye and seek Turkish flavors—a unique experience. We promote the diversity and richness of Turkish flavors and ingredients among Egyptians and tourists, encouraging recognition and appreciation of our culinary heritage.

Tourism Explorer: What did events like the “Four Hands Dinner” bring you? How was cooking alongside Michelin-starred chefs?

Ömer Yalçın: The “Four Hands Dinner” holds great importance for me. Every chef dreams of working with a Michelin-starred counterpart. Over the past six years, in Russia, Türkiye, and Egypt, we've created these dinners for our guests—my team and I feel very fortunate to learn from top chefs and share the kitchen with them.

Tourism Explorer: Compared to working in Türkiye, what differences have you observed in Egypt's professional kitchen environment?

Ömer Yalçın: It's hard to compare Egypt with Türkiye or any country—I've worked in ten countries so far. The experience in Turkish kitchens—the chefs, the equipment, the products—is unique and unmatched. There are significant differences.

Tourism Explorer: Вы работаете в Египте около 1,5 лет. Какие кулинарные различия вы заметили?

Ömer Yalçın: Впервые я работал в Египте в 2017 году и вот вернулся снова. Участвую в уникальном проекте - очень важном для моей карьеры. Как человек с арабскими корнями, я хорошо знаком с египетской культурой, поэтому особых изменений не почувствовал. Однако между турецкой и египетской гастрономией есть сходства и различия. Многие сладости и закуски очень похожи, но в основных блюдах и супах специи и техники приготовления различаются кардинально. Мы с командой обучаем местных поваров турецкой кухне, параллельно изучая египетские традиции. Важно уважать местную культуру и перенимать знания.

Tourism Explorer: Что для вас значит представлять турецкую кухню в Египте?

Ömer Yalçın: Это мост между культурами. Мы строго следуем аутентичным рецептам, чтобы дать гостям - и местным, и иностранцам, особенно тем, кто бывал в Турции, - подлинный вкус. Продвигаем разнообразие турецких вкусов и ингредиентов, чтобы египтяне и туристы оценили наше кулинарное наследие.

Tourism Explorer: Что дали вам мероприятия вроде «Ужина в четыре руки»? Каково это - готовить со звёздными шефами?

Ömer Yalçın: «Ужин в четыре руки» — событие особой важности. Работать с обладателями звёзд Мишлен — мечта любого шефа. Последние шесть лет в России, Турции и Египте мы создаём такие ужины для гостей. Мы с командой счастливы учиться у лучших.

Tourism Explorer: Какие различия вы заметили между работой в Турции и Египте?

Ömer Yalçın: Сравнивать сложно - я работал в десяти странах. Турецкие кухни - с их шефами, оборудованием, продуктами - уникальны и неповторимы. Различия существенные.

Tourism Explorer: How do you manage crisis moments in a professional kitchen, especially within international teams?

Ömer Yalçın: Crisis management is crucial. You must fully grasp the entire operation and maintain oversight of your team. The most important step in a crisis is staying calm—panic can lead to loss of control. Analyze thoroughly and think carefully before deciding. This applies in kitchens across the globe.

Tourism Explorer: Как вы справляетесь с кризисами на кухне в международных командах?

Ömer Yalçın: Кризис-менеджмент очень важен. Нужно полностью контролировать процесс и сохранять хладнокровие - паника ведёт к потере управления. Необходимо также тщательно анализировать ситуацию перед принятием решения. Это универсальное правило для всех кухонь мира.



Tourism Explorer: We know you emphasize locally sourced ingredients. Which Egyptian local flavors have impressed you?

Ömer Yalçın: Egyptian specialties that stand out include koshari (rice, pasta, lentils, fried onions), ful medames (beans marinated with herbs), baladi bread, and Umm Ali (baked dessert). These reflect the rich diversity of Egyptian cuisine. I'm also fascinated by the 200+ varieties of mango, as well as guava—a pearlike fruit with a distinct taste used for tea; we even grow the trees at our hotel and use them fresh.

Tourism Explorer: Sustainability and zero-waste are becoming essential in luxury hotels. What's your approach?

Ömer Yalçın: It's very positive that these principles are gaining traction. Such hotels fulfill their environmental and social responsibilities while helping create a livable future. Our approach focuses on renewable energy, water conservation, waste management, using local produce, and promoting eco-conscious practices.

Tourism Explorer: What, to you, is the fun side of gastronomy?

Ömer Yalçın: To me, gastronomy's fun side includes enjoying delicious dishes, trying new recipes, exploring other cultures, tasting local foods, cooking with loved ones—an act of therapy—as well as attending culinary events to discover new flavors. I participate in all such events. Being creative in the kitchen, treating cooking as an art, and sharing these experiences with guests brings me joy.

Tourism Explorer: Мы знаем, что вы делаете акцент на местных продуктах. Какие египетские вкусы произвели на вас особое впечатление?

Ömer Yalçın: В египетской кухне есть несколько потрясающих блюд, которые действительно нужно попробовать. Прежде всего, это кошари - сытное сочетание риса, пасты, чечевицы и хрустящего жареного лука; фул медамес - ароматные бобы, томленные с травами; балади - традиционный египетский хлеб; и Умм Али - нежнейший десерт из слоеного теста с молоком и орехами. Эти блюда прекрасно отражают богатое разнообразие египетской кухни. Но отдельно хочу отметить местные фрукты - здесь выращивают более 200 сортов манго. А гуаву, которая по вкусу напоминает грушу, используют не только в свежем виде, но и для приготовления ароматного чая. В нашем отеле мы даже выращиваем собственные деревья, чтобы гости могли попробовать абсолютно свежие плоды.

Tourism Explorer: Принципы устойчивого развития и zero-waste становятся обязательными для премиальных отелей. Как вы реализуете этот подход?

Ömer Yalçın: Очень радует, что эти принципы набирают популярность. Современные отели должны нести экологическую и социальную ответственность, создавая комфортное будущее для всех. Наша стратегия включает несколько ключевых направлений: переход на возобновляемые источники энергии, рациональное использование воды, эффективное управление отходами, активное использование местных продуктов и продвижение экологических практик. Эти меры позволяют нам минимизировать воздействие на окружающую среду, сохраняя высокий уровень сервиса.

Tourism Explorer: Что для вас самое интересное в профессии шеф-повара?

Ömer Yalçın: Гастрономия - это постоянный источник вдохновения и радости. Мне особенно нравится дегустировать новые блюда и сочетания вкусов, экспериментировать с авторскими рецептами, изучать кулинарные традиции разных стран,

Tourism Explorer: You advise young chefs not to turn their backs on Turkish cuisine. What are its greatest strengths?

Ömer Yalçın: If you aim to be a professional chef, you must learn your own cuisine and culture first. Turkish cuisine's strength lies in its rich variety, its encouragement of healthy and balanced eating, and its respect for regional and traditional dishes. It has grown richer over time by embracing diverse influences. As someone from Gaziantep—a culinary leader with 106 registered geographic products (and over 1,000 nationwide—I encourage young chefs to research constantly. For those working abroad, learning a foreign language is key for better expression.



готовить в кругу близких людей - для меня это лучшая терапия, участвовать в гастрономических фестивалях по всему миру. Я всегда с удовольствием принимаю участие в таких мероприятиях - они позволяют открывать новые горизонты. Кулинария для меня - это настоящее искусство, которым особенно приятно делиться с гостями нашего отеля.

Tourism Explorer: Вы часто говорите, что молодые повара не должны забывать о турецкой кухне. В чем ее главные преимущества?

Ömer Yalçın: Настоящий профессионал должен начинать с изучения собственных кулинарных корней. Сила турецкой кухни заключается в невероятном разнообразии, идеальном балансе между вкусом и пользой и бережном отношении к региональным традициям и аутентичным рецептам. Наша кухня впитала лучшие черты многих культур, что сделало ее еще богаче. Газиантеп, откуда я родом, - это гастрономическое сердце Турции, где сохраняют 106 уникальных продуктовых традиций (в масштабах страны эта цифра превышает 1000). Молодым поварам я советую: постоянно исследовать традиционные техники, изучать локальные особенности каждого региона и осваивать иностранные языки (для тех, кто работает за границей) - это поможет точнее передавать кулинарные идеи.



CHEF ÖMER YALÇIN'S CULINARY JOURNEY IS MORE THAN COOKING-IT'S CULTURAL TRANSLATION AND VALUE-LED REPRESENTATION. WHILE REINTERPRETING TRADITIONAL FLAVORS WITH MODERN TOUCHES, HE SUCCEEDS IN GIVING CUISINE A UNIVERSAL LANGUAGE. HIS WORDS INSPIRE YOUNG CHEFS TO CONTINUOUSLY CREATE, EXPLORE, AND STAY TRUE TO THEIR ROOTS. HE VIEWS GASTRONOMY NOT JUST AS A PROFESSION BUT A WAY OF LIFE. HIS STORY REMINDS US: EVERY DISH CARRIES IDENTITY, MEMORY, AND VISION.

Tourism Explorer: You're active on social media. How does a chef's digital presence reflect in kitchen practice?

Ömer Yalçın: Being active online helps a chef reach broader audiences. Chefs are unique: yes, I think of myself this way. We must be present online—sharing recipes, visuals, and inspiring followers. Social media is highly impactful: young chefs find new ideas and role models, and gain expressive freedom. But it must be used wisely and professionally. Many guests come to our hotels because of social media—visiting places I've posted about. It keeps you relevant and current. I believe life gains depth by sharing.

Tourism Explorer: What upcoming projects await you? Will you return to Türkiye or take roles in other countries?

Ömer Yalçın: I'm currently the Culinary Director for one of the world's largest gastronomy projects—with two years until completion. Rixos has many ongoing projects in Egypt, which we're proud of. I have no other plans yet—I feel at home here. When current projects conclude, I may plan a return to Türkiye.

Tourism Explorer: Вы активно ведёте соцсети. Как цифровая активность влияет на работу шеф-повара?

Ömer Yalçın: Активность в соцсетях позволяет шеф-повару находить новую аудиторию и оставаться актуальным. Да, все шефы особенные, и я не исключение. Нам необходимо быть онлайн - делиться рецептами, визуальным контентом, вдохновлять подписчиков. Соцмедиа исключительно важны: молодые повара находят там идеи, кумиров и свободу самовыражения. Но важно использовать их разумно и профессионально. Многие гости приезжают к нам именно благодаря публикациям - хотят попробовать блюда, которые видели в ленте. Я убежден: жизнь обретает глубину через общение.

Tourism Explorer: Какие проекты ждут вас в ближайшем будущем? Возвращение в Турцию или новые страны?

Ömer Yalçın: Сейчас я руковожу одним из самых масштабных гастрономических проектов в мире - его завершение запланировано через два года. Сеть Rixos активно развивается в Египте, и я горжусь участием в этой работе. Пока других планов нет - я чувствую себя здесь как дома. Но когда текущие проекты будут реализованы, возможно, рассмотрю возможность возвращения в Турцию.

ДЛЯ ОМЕРА ЯЛЧЫНА КУЛИНАРИЯ - НЕ ПРОСТО ПРОФЕССИЯ, А СПОСОБ КУЛЬТУРНОГО ОБЩЕНИЯ. ВИРТУОЗНО СОЧЕТАЯ ТРАДИЦИОННЫЕ ВКУСЫ С СОВРЕМЕННЫМИ ТЕХНИКАМИ, ОН СОЗДАЕТ УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ЯЗЫК ГАСТРОНОМИИ, ПОНЯТНЫЙ КАЖДОМУ. ЕГО ПОДХОД ВОДОХНОВЛЯЕТ ТВОРИТЬ, НЕ БОЯСЯ ЭКСПЕРИМЕНТОВ, ИССЛЕДОВАТЬ НОВЫЕ ГРАНИ ВКУСА И ЧТИТЬ КУЛИНАРНЫЕ ТРАДИЦИИ. ГАСТРОНОМИЯ ДЛЯ НЕГО - ФИЛОСОФИЯ ЖИЗНИ, ГДЕ КАЖДОЕ БЛЮДО РАССКАЗЫВАЕТ ИСТОРИЮ, ХРАНИТ ПАМЯТЬ ПОКОЛЕНИЙ И ОТРАЖАЕТ АВТОРСКОЕ ВИДЕНИЕ.



An Innovative Tool for Travel Agencies
in the Era of Digital Communication

Tourist Helper



Инновационный инструмент для турагентств в эпоху цифровых коммуникаций

In today's competitive and rapidly digitizing travel industry, effective communication and automation tools are key to success. The HelloOtel TurboMarketing system continues to evolve, offering partners cutting-edge solutions. One such innovation is the Telegram bot Tourist Helper—a multi-functional assistant for travel agents and tourists that streamlines customer management, enhances service quality, and unlocks new revenue streams.

CLIENT DATABASE MANAGEMENT AND SMART NOTIFICATIONS

Tourist Helper helps to organize your client base and establish efficient communication with travelers. To register a client, simply provide them with a personalized QR code or link from your HelloOtel account (under the "Tourists" section). After a quick registration, the traveler is automatically added to your database, with their contact details securely protected and never shared with third parties.

В условиях растущей конкуренции и цифровизации туристического бизнеса эффективные инструменты коммуникации и автоматизации становятся ключевыми факторами успеха. Система HelloOtel TurboMarketing продолжает развиваться, предлагая партнерам инновационные решения. Одним из таких продуктов является Telegram-бот Tourist Helper – многофункциональный помощник для турагентов и туристов, который оптимизирует работу с клиентами, повышает уровень сервиса и открывает новые источники дохода.

УПРАВЛЕНИЕ КЛИЕНТСКОЙ БАЗОЙ И УМНЫЕ РАССЫЛКИ

Tourist Helper позволяет систематизировать клиентскую базу и наладить эффективные коммуникации с туристами. Для регистрации клиента достаточно предоставить ему персональный QR-код или ссылку из личного кабинета HelloOtel (раздел «Туристам»). После быстрой регистрации турист автоматически попадает в вашу базу, а его контактные данные надежно защищены и не передаются третьим лицам.

THE NOTIFICATION FEATURE ENABLES YOU TO:

Send personalized messages with text, photos, videos, and interactive buttons.

Schedule messages for optimal timing.

Adjust recipient lists before sending.

Track delivery statistics.

ФУНКЦИОНАЛ РАССЫЛОК ДАЕТ ВОЗМОЖНОСТЬ:

Отправлять персонализированные уведомления с текстом, фото, видео и интерактивными кнопками.

Планировать рассылки на удобное время.

Корректировать список получателей перед отправкой.

Отслеживать статистику доставки сообщений.





SEAMLESS CLIENT COMMUNICATION AND ADDITIONAL EARNINGS

Tourist Helper ensures hassle-free interaction between agents and travelers: Clients can instantly contact you via the "Contact a Travel Agent" button, with notifications sent directly to your email. All conversations are accessible in your HelloOtel dashboard ("Dialogs" - "Contact With Tourist"), allowing prompt responses to inquiries.

MOREOVER, THE BOT OPENS A NEW PASSIVE INCOME STREAM

Tourists can purchase HelloCell eSIM cards directly in the bot, with 10% of each sale automatically credited to your wallet. Coming soon: hotel advertising placements, with agent commissions based on the number of registered clients.

ПРЯМАЯ СВЯЗЬ С КЛИЕНТАМИ И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ЗАРАБОТОК

Tourist Helper обеспечивает бесшовную коммуникацию между агентом и туристом: Клиент может мгновенно связаться с вами через кнопку «Связь с турагентом», а уведомление о сообщении придет на вашу электронную почту. Все диалоги доступны в личном кабинете HelloOtel (раздел «Диалоги» - «Связь с туристами»), что позволяет оперативно отвечать на запросы.

КРОМЕ ТОГО, БОТ ОТКРЫВАЕТ НОВЫЙ ИСТОЧНИК ПАССИВНОГО ДОХОДА

Туристы могут приобретать eSIM-карты HelloCell прямо в боте, а 10% от суммы покупки автоматически зачисляются на ваш накопительный кошелек.

В ближайшем будущем появится возможность размещения рекламы отелей с вознаграждением агентов в зависимости от количества привлеченных клиентов.



TOURIST - FOCUSED FEATURES – CONVENIENCE FOR AGENTS

Tourist Helper not only simplifies agency operations but also boosts client loyalty with built-in services:

MULTILINGUAL TRANSLATOR

Supports 19 languages, including voice input.

AIRPORT LIVE BOARDS

Quick access to flight schedules across 16 countries, plus a direct link to Flightradar for real-time tracking.

EASY NAVIGATION

Instant access to maps for stress-free travel.

HOTEL CATALOG

Details on partner hotels, including photos, descriptions, and locations. The list will soon expand to include other popular accommodations.

INSTANT TOUR QUOTE REQUESTS

Clients can immediately connect with you via "Contact a Travel Agent" button.

ПОЛЕЗНЫЕ ФУНКЦИИ ДЛЯ ТУРИСТОВ – КОМФОРТ ДЛЯ АГЕНТОВ

Tourist Helper не только упрощает работу агентств, но и повышает лояльность клиентов за счет встроенных сервисов:

МНОГОЯЗЫЧНЫЙ ПЕРЕВОДЧИК

поддержка 19 языков, включая голосовой ввод.

ОНЛАЙН-ТАБЛО АЭРОПОРТОВ

быстрый доступ к расписанию рейсов в 16 странах и встроенная ссылка на Flightradar для отслеживания самолетов в реальном времени.

УДОБНАЯ НАВИГАЦИЯ

прямой доступ к картам для комфортного путешествия.

КАТАЛОГ ОТЕЛЕЙ

информация о партнерских отелях системы с фото, описанием и локацией. В будущем список пополнится другими популярными объектами размещения.

БЫСТРЫЙ ЗАПРОС НА РАСЧЕТ ТУРА

клиент может моментально связаться с агентом для бронирования через кнопки «Контакты вашего агента» и «Связь с турагентом».

Tourist Helper

**FUTURE DEVELOPMENTS:
SALES AUTOMATION AND
NEW OPPORTUNITIES**

Upcoming updates will integrate exclusive hotel deals, including properties outside the HelloOtel system. This will let travelers easily request quotes while enabling agents to process bookings effortlessly.

**TOURIST HELPER IS AN ALL-IN-ONE
SOLUTION, COMBINING:**

**CRM functionality
for client management.**

**Marketing automation
for targeted campaigns.**

**Revenue-generating platform
for extra earnings.**

**Tourist support hub
for enhanced service.**

**Best of all, the bot is completely free
for both agencies and travelers.**

Don't miss this chance to elevate your business—start using Tourist Helper today before your competitors do!



**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ:
АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОДАЖ И
НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ**

В ближайших планах – интеграция спецпредложений от отелей, включая объекты вне системы HelloOtel. Это позволит туристам легко запрашивать расчеты, а агентам – оперативно обрабатывать заявки без лишних усилий.

**TOURIST HELPER – ЭТО
УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ,
СОЧЕТАЮЩИЙ В СЕБЕ:**

**CRM-функционал для управления
клиентской базой.**

**Маркетинговый канал для
автоматизированных рассылок.**

**Платформу для дополнительного
заработка.**

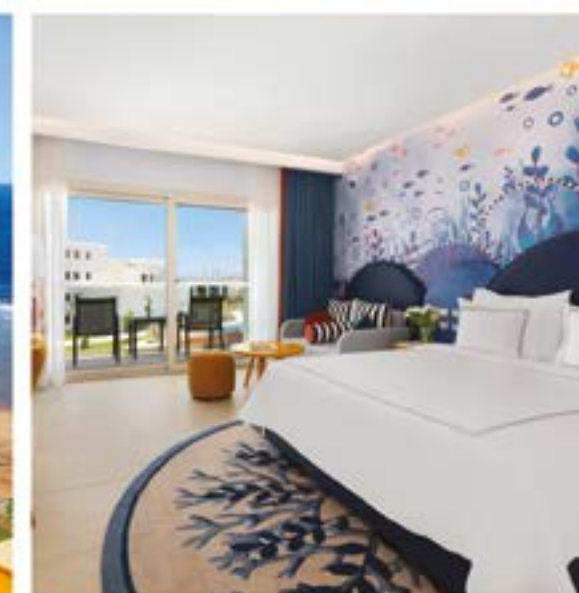
**Сервисный помощник для
туристов.**

**И самое главное – бот полностью
бесплатен как для агентств, так
и для путешественников.**

Не упустите возможность усилить свой бизнес – подключайте Tourist Helper уже сегодня, пока это не сделали конкуренты!

RIXOS
RADAMIS
SHARM EL SHEIKH

Fairy tale
awaits you here...



The Art
of Wellness
in Thailand:

5 Healing Sanctuaries for Body and Mind



Таиланд как wellness-искусство: ТОП-5 мест для комплексного восстановления

WHERE ANCIENT EASTERN TECHNIQUES MEET MODERN MEDICINE, THESE FIVE EXCEPTIONAL DESTINATIONS OFFER NOT JUST LUXURY, BUT REFINED PATHS TO RECONNECT WITH YOURSELF.

**В ЭТИХ ОСОБЕННЫХ МЕСТАХ
МНОГОВЕКОВЫЕ АЗИАТСКИЕ ТРАДИЦИИ
СЛИВАЮТСЯ С ДОСТИЖЕНИЯМИ
СОВРЕМЕННОЙ WELLNESS-ИНДУСТРИИ,
ПРЕДЛАГАЯ ГОСТЯМ НЕ ПРОСТО ОТДЫХ,
А ОСОЗНАННЫЙ ПУТЬ К ВНУТРЕННЕМУ
РАВНОВЕСИЮ.**



Waking up to the scent of orchids, practicing breathwork among bamboo groves, watching the sunset with a cup of ginger tea in hand... Thailand is more than just a tropical getaway — it's a land of healing where ancient traditions transform the body and soul in perfect harmony.

Blending mystical Eastern wisdom with modern therapies, these sanctuaries are designed to help you forge a deeper connection with yourself. Here are the most inspiring wellness centers in Thailand, curated for Tourism Explorer readers.



Утро, начинающееся с тонкого аромата тропических цветов, медитации под шелест бамбуковых листьев, вечерние ритуалы с целебными травяными настоями... Таиланд давно перестал быть просто курортным направлением. Это живой источник духовного и физического возрождения, где каждая деталь пропитана мудростью веков.

Эти уникальные ретриты - синтез древних целительных практик и инновационных подходов к релаксации, созданный для тех, кто ищет подлинное единение с собой. Мы собрали для вас самые вдохновляющие wellness-центры в Таиланде.

Chiva-Som, Hua Hin

One of Thailand's most respected wellness retreats, Chiva-Som has gained international acclaim with its philosophy of "transforming lives." Nestled among lush gardens, Zen courtyards, and a tranquil beachfront, the resort offers personalized programs in Ayurveda, Thai massage, reflexology, and nutritional counseling.

Time slows here, and the body realigns itself. Detox programs go beyond physical cleansing to restore mental balance.

Recommended: Cell Vitality Program - designed to combat chronic fatigue, this rejuvenating package combines antioxidant treatments and breathwork.



Обладатель мирового признания в сфере wellness, этот курорт с миссией трансформации личности утопает в зелени тропиков, медитативных двориках и обрамлён собственной пляжной линией. Здесь каждый гость получает индивидуальный набор процедур: древние практики аюрведы соседствуют с традиционным тайским массажем, современной рефлексотерапией и персональными консультациями по питанию. В этом месте обретается утраченный ритм бытия, а организм естественным образом приходит в баланс. Авторские детокс-методики работают на всех уровнях - от физического до эмоционального.

Must try: программа Cell Vitality - комплексная антиоксидантная терапия с элементами дыхательной гимнастики, созданная специально для борьбы с синдромом хронической усталости.

Kamalaya Wellness Sanctuary, Koh Samui

Built around the ruins of an ancient temple, Kamalaya is a sanctuary that harmonizes spiritual healing and physical detox. With the ocean ahead and the forest behind, the setting evokes a profound sense of stillness and infinity. A few days here feel like shedding the layers of modern life.

The center offers themed programs on stress management, immunity boosting, digital detox, and emotional balance.

Recommended: Emotional Balance & Inner Harmony Program - a holistic journey that helps clear emotional fatigue and reestablish inner peace.



Этот необыкновенный ретрит, встроенный в древние храмовые руины, создает идеальный синтез духовного очищения и телесного обновления. Бескрайний океанский простор и шепот тропического леса погружают в состояние глубокого покоя, где время течет иначе. Короткий отдых здесь становится настоящим обращением к себе, освобождением от накопленного напряжения. В Kamalaya разработаны специализированные курсы: от управления стрессом и повышения иммунитета до цифрового детокса и работы с эмоциями.

Советуем попробовать: программу «Эмоциональный баланс и внутренняя гармония» - комплексный подход к снятию эмоционального напряжения и обретению душевного равновесия.

RAKxa Wellness, Bangkok

Located along the Chao Phraya River just outside Bangkok, RAKxa is one of Thailand's most advanced medical wellness centers. Here, state-of-the-art functional medicine is seamlessly integrated with traditional Thai therapies. Spa pavilions rise above the water, offering both architectural beauty and ritualistic calm. Personalized wellness journeys - supported by genetic testing - bridge science and nature. RAKxa's highlights include immune-boosting protocols, healthy aging programs, and nervous system therapies, all conducted under expert guidance.

Recommended: RAKxa Jai - meaning "healing of the heart," this therapy focuses on emotional release and heart-mind alignment.



Всего в шаге от столицы, на берегу реки Чаопрайя, расположен один из самых высокотехнологичных wellness-центров Таиланда. RAKxa гармонично сочетает передовую функциональную медицину с традиционными тайскими практиками. Павильоны спа, возвышающиеся над водой, впечатляют архитектурой и создают атмосферу умиротворения. Индивидуальные программы (с использованием ДНК-анализа) создают идеальный симбиоз научного подхода и природных практик. Гостям предлагают комплексные решения по укреплению иммунитета, anti-age терапии и восстановлению нервных функций.

Для душевного равновесия: программа RAKxa Jai, помогающая обрести эмоциональную свободу и гармонию.

The Barai Spa, Hua Hin

With its beachfront location and mystical architecture, The Barai evokes a symbolic passage between body and mind. The dark-toned stone walls, serene meditation zones, and massive treatment rooms create a temple-like atmosphere designed for inner transformation. The spa menu features aromatherapy oils, hot stone therapies, and traditional Thai healing rituals. Morning yoga sessions with breathwork are especially magical at sunrise, offering a deeply meditative start to the day.

Recommended: Royal Thai Touch Ceremony - based on century-old techniques, this extensive treatment relaxes muscles and balances energy channels.



Этот уникальный спа-комплекс, расположенный на берегу моря, своей таинственной архитектурой олицетворяет единство физического и духовного начал. Монументальные каменные конструкции, уединённые медитативные пространства и роскошные процедурные залы переносят гостей в сакральное пространство глубокой трансформации. В арсенале центра - изысканная ароматерапия, термотерапия вулканическими камнями и аутентичные тайские практики. Особого внимания заслуживают утренние йога-сессии, когда первые лучи солнца усиливают магию дыхательных упражнений, наполняя день особой гармонией.

Must experience: церемония Royal Thai Touch - древнее искусство тайского воздействия, снимающее мышечные блоки и восстанавливающее циркуляцию жизненной энергии.

Banyan Tree Spa Sanctuary, Phuket

Set in one of Phuket's most peaceful corners, Banyan Tree Spa Sanctuary is a tranquil retreat surrounded by lush tropical gardens. Guests stay in private Thai-style villas, where every day unfolds like a graceful ceremony. Here, spa therapy is not just a treatment - it's a philosophy. Sessions enriched with traditional Thai massage, Ayurveda, Indian head massage, and Asian tea rituals awaken all five senses. Personalized healing schedules, from morning meditations to evening rituals, are prepared for every guest.

Recommended: Rainforest Indulgence Journey Program - a sensory immersion blending water, steam, heat, and aromas into one harmonious experience.



Расположенный в самом умиротворённом уголке Пхукета, этот спа-оазис утопает в тропической зелени. Гостей поселяют в аутентичных тайских виллах, где продумана каждая деталь для превращения обычного дня в череду изысканных wellness-церемоний. Здесь спа-терапия - не просто процедура, а целая философия. Сеансы с элементами традиционного тайского массажа, аюрведы, индийской массажной техники и чайных церемоний пробуждают все пять чувств. График процедур, от рассветных медитаций до ночных релаксационных практик, разрабатывается индивидуально для каждого гостя.

Для истинных ценителей: программа «Rainforest Indulgence Journey» - уникальный симбиоз водных, термальных и ароматерапевтических практик, создающий эффект полного погружения в природу.



The global rise of wellness is more than just a travel trend - it's a graceful shift in how we experience life. Thailand is not only a tropical destination; it's a land of healing that listens to the soul, soothes the body, and turns silence into serenity. Every day here feels like a gentle invitation to begin again. You wake to a soft breeze, unwind in a warm massage by midday, and fall asleep wrapped in the scent of incense. And finally, you realize: Embracing yourself is the first step to embracing life. Thailand doesn't just give you a beautiful holiday - it offers a quiet yet powerful reminder:

“You are worth it.”

Wellness - не просто модное направление путешествий. Это философия переосмысления бытия. Таиланд - не только страна золотых пляжей, но и территория преображения, где земля врачует души, тела обретают покой, а безмолвие становится источником силы. Здесь время течёт иначе. Утро начинается под шепот океана, день наполняется целительными прикосновениями, а ночь убаюкивает ароматами тропиков. И в этом ритме приходит осознание: познание себя - начало настоящей жизни. Таиланд предлагает не отдых, а откровение:

«Ты этого достоин».



Atlas Hotel Baku

**Subtle Comfort
in the Heart of
Elegance**

Изысканный
уют в эпицентре
СТИЛЯ

Sometimes, a city is not just about its crowds; sometimes, a hotel becomes the beating heart of that city's elegance. Nestled on Ahmad Rajabli Street - where the energy of Baku's streets meets architectural simplicity - Atlas Hotel Baku invites you not just to a stay, but to a thoughtfully curated lifestyle. Quiet, refined, and sincere....

Город - не просто калейдоскоп впечатлений. Порой именно отель становится квинтэссенцией его утончённой души. Расположенный на улице Ахмеда Раджабли - там, где энергия бакинских улиц встречается с архитектурной лаконичностью - Atlas Hotel Baku предлагает не просто проживание, а тщательно продуманный образ жизни. Сдержанный, утончённый и искренний...



With 78 elegant rooms designed to meet the expectations of today's travelers, the hotel serves as both an ideal hub for business trips and a serene starting point for urban explorers. Its interiors blend clean, modern lines with a warm color palette, all wrapped in a quiet urban charm. At every turn, Atlas Hotel redefines the essence of "city chic."

WHERE COMFORT TAKES SHAPE

Whether you stay for a night or a week, Atlas Hotel's rooms are designed to make guests feel right at home. From standard single rooms to spacious family suites and newly renovated 36-square-meter deluxe rooms, every guest can find a rhythm that suits them. High-quality materials, soundproof windows, centralized heating and cooling systems, Rituals-branded bath amenities, smart TVs, and fast Wi-Fi all come together to create a truly comfortable experience.

Large writing desks, sunlit sitting areas, and thoughtful in-room touches like complimentary tea, coffee, and water form the foundation of each room's identity. These spaces, designed for both rest and productivity, offer a refreshing pause from the pace of the day.

78 тщательно продуманных номеров, отвечающих запросам современных гостей, делают отель одинаково удобным как для бизнес-командировок, так и для неторопливого знакомства с городом. Интерьеры сочетают чёткие современные линии с тёплой цветовой палитрой, сохраняя при этом лёгкий урбанистический шарм. Atlas Hotel становится законодателем новых стандартов городского гламура, воплощенных в каждой детали.

МЕСТО, ГДЕ КОМФОРТ ОБРЕТАЕТ СОВЕРШЕНСТВО

Неважно, останетесь ли вы на ночь или на неделю — номера Atlas Hotel созданы, чтобы гости чувствовали себя как дома. От уютных стандартных номеров до роскошных семейных апартаментов и современных делюкс-пространств площадью 36 м² - здесь есть решения для самых взыскательных гостей. Высококачественные материалы, звукоизоляционные окна, централизованные системы отопления и кондиционирования, косметика Rituals, смарт-телевизоры и скоростной Wi-Fi - всё это создаёт по-настоящему комфортную атмосферу.

Просторные рабочие зоны, залитые естественным светом уголки для релакса и тщательно подобранные мелочи – от чайно-кофейных принадлежностей до бутилированной воды – создают неповторимый характер каждого номера. Универсальные пространства для продуктивной работы и полноценного отдыха - идеальное решение для современных путешественников.



REJUVENATION FOR BODY AND MIND IN THE HEART OF BAKU

Whether you're in Baku for business or leisure, mornings at Atlas Hotel begin not just with city views, but with a sense of well-being. The hotel's SPA & Wellness center offers a large swimming pool, in-room jacuzzi options, relaxing saunas, therapeutic massages, and detoxifying treatments. A haven where silence meets warmth, this space offers a refined retreat from the fast rhythm of city life.

A NEW ADDRESS FOR CELEBRATION AND FLAVOR

Atlas Hotel also welcomes private events alongside individual stays. The hotel features two stylish restaurants, "Atlas" and "Arizona," both equipped with elegant designs, powerful sound systems, and a menu crafted by a distinguished Indian chef. From gala dinners to corporate events, every gathering is curated with meticulous attention to taste, ambiance, and detail.

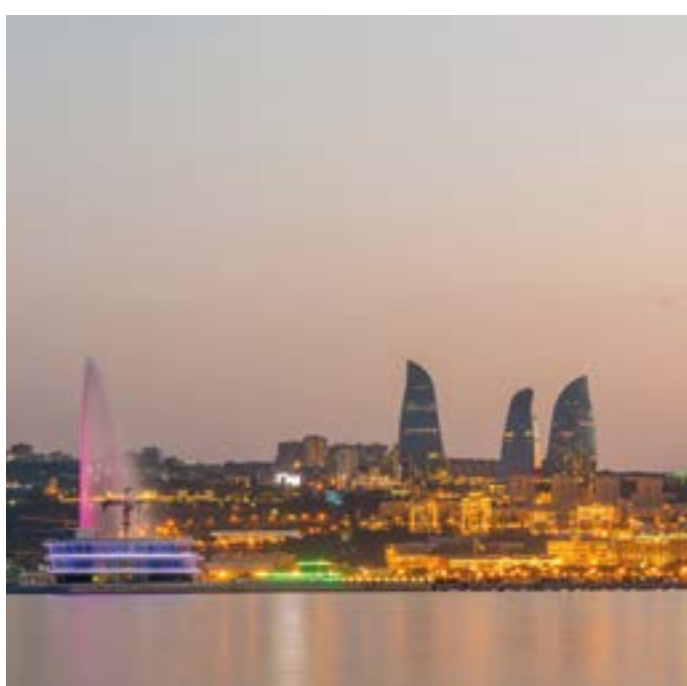
СПА-ОАЗИС ДЛЯ ПОЛНОГО ОБНОВЛЕНИЯ В СТОЛИЦЕ

Независимо от цели вашего визита в Баку - деловой или туристической - каждое утро в Atlas Hotel встречает вас не только панорамой города, но и особым чувством внутреннего баланса. SPA & Wellness центр отеля предлагает гостям просторный бассейн, номера с джакузи, расслабляющие сауны, лечебные массажи и детокс-процедуры. Здесь царит особая атмосфера - гармония тишины и уюта, создающая элегантный контраст с динамикой столичной жизни.

ГАСТРОНОМИЧЕСКАЯ ТОЧКА НА КАРТЕ БАКУ

Atlas Hotel предлагает комплексный сервис как для частных гостей, так и для мероприятий любого формата. Два ресторана премиум-класса - «Atlas» и «Arizona» - сочетают изысканный интерьер, профессиональное звуковое оборудование и авторскую кухню под руководством звездного индийского шефа. Независимо от формата, каждое событие здесь - это тщательно выверенная композиция гастрономии, атмосферы и безупречного сервиса.





QUIET LUXURY AMIDST THE URBAN BEAT

If you're looking to blend into Baku's vibrant rhythm while gracefully stepping outside of its noise, Atlas Hotel strikes the perfect balance. Neither overly lavish nor too minimal—it is just right. And with its central location, it places you just minutes from major business centers, shopping districts, and cultural venues.

For more information and reservations: www.atlashotelbaku.com



ИЗЫСКАННЫЙ ПОКОЙ В СЕРДЦЕ МЕГАПОЛИСА

Мечтаете прочувствовать энергию Баку, но цените тишину? Atlas Hotel нашел золотую середину. Лаконичная элегантность без показной роскоши - каждая деталь здесь работает на ваш комфорт. Идеальная локация позволяет за считанные минуты попасть в деловые центры, модные бутики или к главным культурным достопримечательностям города.

Для получения дополнительной информации и бронирования: www.atlashotelbaku.com



Your Trusted Partner in Egypt
Ваш надежный партнер на территории Египта



RIXOS Premium Magawish Suit & Villas

Our mission is to connect travel agencies with premier hotel discounts in Egypt, ensuring exceptional value

Наша миссия — предоставить туристическим агентствам эксклюзивные предложения на отели в Египте, сохраняя баланс цены и качества



WE ARE COVERING
Мы предоставляем



VIP & Private & Group transfers

VIP, индивидуальные и групповые трансферы



Best market prices: Preferred partners rates

Лучшие цены:
Эксклюзивные предложения от партнеров



Hotel accommodation with the best deals

Лучшие предложения на размещения в отелях



24/7 Support Multi-language speaking team

Поддержка 24/7
Многоязычная команда

PARTNER WITH US FOR SUCCESS

Объединим усилия для общего успеха



www.sundanceegypt.com



mice.egypt@sundance.com



Two Paradises Where Romance Meets History

Два рая, где
любовь и история
сливаются
воедино

Honeymoon in Egypt

Романтический медовый
месяц в Египте



A Dreamlike Honeymoon: Sharm El-Sheikh and Hurghada

As you embark on the first and most special journey of your love, imagine a honeymoon where you'll create unforgettable memories. In the enchanting atmosphere of the Red Sea, Sharm El-Sheikh and Hurghada—where luxury and romance intertwine—await to turn your dreams into reality.

Сказочный медовый месяц: Шарм-эль-Шейх и Хургада

Начните вашу совместную жизнь с особенного путешествия - медового месяца, который останется в памяти навсегда. В волшебной атмосфере Красного моря вас ждут Шарм-эль-Шейх и Хургада - места, где роскошь переплетается с романтикой, чтобы воплотить ваши мечты в реальность.



Sharm El-Sheikh

THE JEWEL OF THE RED SEA AND CAPITAL OF LUXURY

Located on the Sinai Peninsula where the deep blue waters of the Red Sea meet the golden sands of the desert, Sharm El-Sheikh offers a unique combination of luxury and natural beauty. With its turquoise sea, stunning sunsets, world-famous dive spots, and upscale resorts, it has become one of the most sought-after honeymoon destinations.

This tropical paradise elevates romance with five-star hotels, gourmet restaurants, tailor-made honeymoon packages, and couple-oriented activities. Whether you wish to unwind at a spa, explore the magical underwater world, or embark on desert adventures, Sharm El-Sheikh offers it all.

This exceptional destination at the heart of the Red Sea promises to meet all your honeymoon expectations.

ЖЕМЧУЖИНА КРАСНОГО МОРЯ И СТОЛИЦА LUXURY

Расположенный на Синайском полуострове, где лазурные воды Красного моря встречаются с золотыми песками пустыни, Шарм-эль-Шейх предлагает уникальное сочетание роскоши и природной красоты. Бирюзовое море, завораживающие закаты, всемирно известные дайв-сайты и фешенебельные курорты сделали его одним из самых востребованных направлений для медового месяца.

Этот тропический рай создан для романтики: пятизвёздочные отели, гастрономические рестораны, специальные honeутооп-пакеты и развлечения для влюблённых пар. Хотите ли вы расслабиться в спа, исследовать волшебный подводный мир или отправиться на сафари по пустыне - в Шарм-эль-Шейхе есть всё.

Этот исключительный курорт в сердце Красного моря оправдает все ваши ожидания от идеального медового месяца.



LUXURY & COMFORT

Indulge yourself by staying in world-renowned hotel chains, romantic bungalows, or private villas with pools.

РОСКОШЬ И КОМФОРТ

Разместитесь в отелях мировых сетей, романтических бунгало или частных виллах с бассейнами.



UNDERWATER PARADISE

Discover the mesmerizing underwater world of the Red Sea with snorkeling or scuba diving. Swim among vibrant coral reefs and exotic marine life.

ПОДВОДНЫЙ РАЙ

Исследуйте завораживающий подводный мир Красного моря с маской или аквалангом. Плавайте среди ярких кораллов и экзотических морских обитателей.



ROMANTIC SUNSETS

Refresh your love with a romantic dinner accompanied by a magical Red Sea sunset.

РОМАНТИЧЕСКИЕ ЗАКАТЫ

Освежите чувства за ужином при свечах под волшебный закат над Красным морем.



DESERT SAFARI

Join desert safaris to get to know Bedouin culture up close and enjoy a romantic night under the stars.

ПУСТЫННОЕ САФАРИ

Отправьтесь на сафари, чтобы познакомиться с культурой бедуинов и провести романтическую ночь под звёздами.



Hurghada

ROMANCE AND SUNSHINE ON THE SHORES OF THE RED SEA

Imagine a honeymoon filled with endless blue horizons, breathtaking sunsets, and an atmosphere made just for the two of you... One of Egypt's most popular vacation spots, Hurghada offers a one-of-a-kind romantic escape on the Red Sea coast.

THE ROMANTIC FACE OF THE RED SEA

With its turquoise waters and soft sandy beaches, Hurghada attracts thousands of couples every year. But it's not just sun, sea, and sand - its vibrant marina, elegant restaurants, lively nightlife, and activities designed especially for couples make it truly stand out.

Whether you stay in a private pool suite at a luxury resort or find serenity in a boutique hotel, Hurghada offers something for every taste and budget.

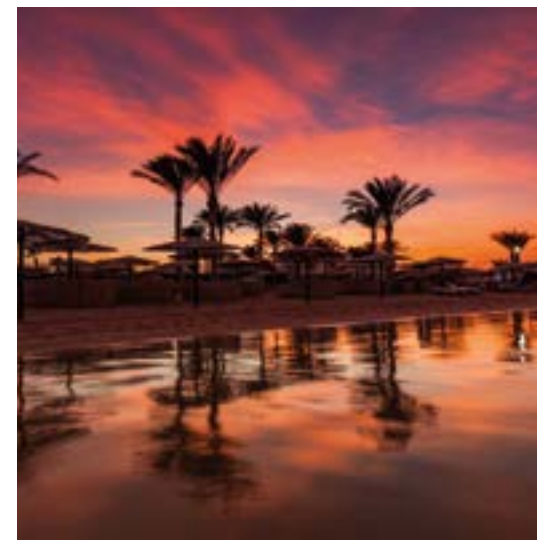
ХУРГАДА: РОМАНТИКА И СОЛНЦЕ НА БЕРЕГАХ КРАСНОГО МОРЯ

Представьте медовый месяц с бескрайними голубыми горизонтами, захватывающими закатами и атмосферой, созданной специально для вас двоих... Один из самых популярных курортов Египта – Хургада – предлагает уникальный романтический побег на побережье Красного моря.

РОМАНТИЧЕСКИЙ ЛИК КРАСНОГО МОРЯ

Бирюзовыми водами и мягкими песчаными пляжами Хургада ежегодно привлекает тысячи пар. Но здесь есть не только солнце, море и песок - оживлённая марина, элегантные рестораны, яркая ночная жизнь и специальные мероприятия для влюблённых делают её по-настоящему особенной.

Будь то приватный съём с бассейном в luxury-отеле или уютный бутик-отель - в Хургаде найдётся вариант на любой вкус и бюджет.



SUNRISE & SUNSET EXCURSIONS

Take a camel ride across desert landscapes at sunrise, or enjoy a romantic boat trip on the Red Sea at sunset.

ЭКСКУРСИИ НА РАССВЕТЕ И ЗАКАТЕ

Прокатитесь на верблюдах по пустынным пейзажам на рассвете или отправьтесь в романтическое путешествие на лодке по Красному морю навстречу закату.

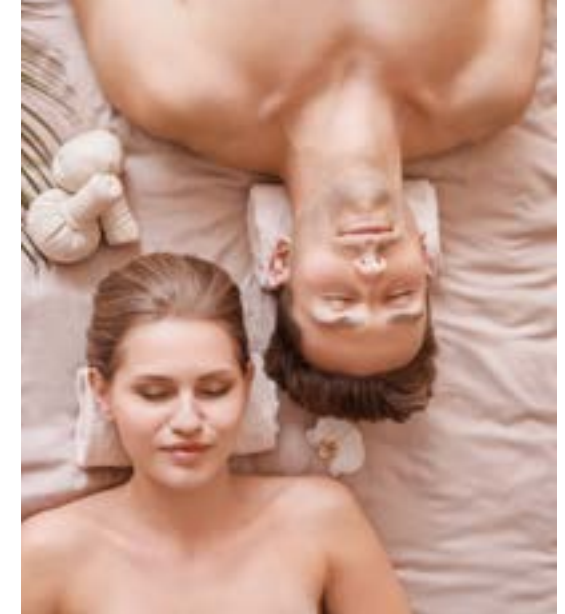


SNORKELING & DIVING TOURS

Hurghada is home to some of the world's most vibrant coral reefs and marine life. Snorkel hand-in-hand or join guided dives to discover this magical underwater world together.

СНОРКЕЛИНГ И ДАЙВИНГ

Хургада славится одними из самых живописных коралловых рифов в мире. Погружайтесь с маской, держа за руки, или исследуйте подводный мир вместе с гидом.



SPA & WELLNESS

Pamper yourselves with couples' spa treatments at the hotel. Aromatherapy massages, sea-view jacuzzis, and tranquil relaxation areas await.

СПА И РЕЛАКС

Побалуйте себя парными спа-процедурами. Ароматерапия, джакузи с видом на море и уютные зоны отдыха созданы для вашего наслаждения и комфорта.



A ROMANTIC NIGHT IN THE DESERT

Enjoy a traditional Bedouin dinner in a desert tent, chat around a campfire, and experience a night under the stars. Hurghada-based safari tours offer this unforgettable experience.

РОМАНТИЧЕСКАЯ НОЧЬ В ПУСТЫНЕ

Попробуйте традиционный ужин бедуинов в пустынном шатре, пообщайтесь у костра и проведите ночь под звёздами. Местные туроператоры сделают этот вечер незабываемым.

The Era of Conscious Tourism: Why independent travel has become the new standard?

Эпоха осознанного туризма:
почему индивидуальные
путешествия стали
новым стандартом

Olga Yurdam
Founder of the
Conscious Travel Club



**THE FOUNDER OF THE
CONSCIOUS TRAVEL CLUB
"TRAVEL TOGETHER
TÜRKIYE", SHARES HER
UNIQUE EXPERIENCE IN
BUILDING A THRIVING
BUSINESS DURING
MARKET TURBULENCE**

**ОСНОВАТЕЛЬ КЛУБА
ОСОЗНАННЫХ ПУТЕШЕСТВИЙ
"TRAVEL TOGETHER TÜRKIYE"
ОЛЬГА ЮРДАМ ДЕЛИТСЯ
УНИКАЛЬНЫМ ОПЫТОМ
ПОСТРОЕНИЯ ВОСТРЕБОВАННОГО
БИЗНЕСА В ПЕРИОД
ТУРБУЛЕНТНОСТИ НА РЫНКЕ**

Launched in 2020-the most challenging period for the industry-the project not only survived but demonstrated steady growth over five years. The secret of success lies in a deep understanding of shifting consumer demand, analyzing statistics, and the ability to quickly adapt products to new realities.

More and more modern travelers are willing to pay for personalized tours, rejecting mass package deals in favor of unique experiences. The share of independent travel and small-group tours has increased 3-4 times over the past 1.5 years.

The trend toward hyper-personalization has swept all segments: affluent tourists avoid forced shopping stops, preferring leisurely trips focused on cultural immersion. Even in established destinations like Türkiye, demand has shifted from all-inclusive hotels to niche offerings-such as private hot air balloon rides in Cappadocia or dinners with local produce in neighborhood restaurants.

The main selection criteria and key satisfaction factors for discerning travelers are the details: Aesthetic moments for social media-from champagne breakfasts at sunrise to styled photoshoots with local artisans;



Стартовав в 2020 году – в самый сложный для отрасли период – проект не просто выжил, но и продемонстрировал устойчивый рост в течение пяти лет. Секрет успеха заключается в глубоком понимании трансформации потребительского спроса, изучения статистики и способности оперативно адаптировать продукт под новые реалии.

Все больше современных путешественников готовы платить за персонализированные туры, отказываясь от массовых пакетных решений в пользу уникальных впечатлений. Доля независимых путешествий и туров в мини-группах за последние 1,5 года увеличилась в 3-4 раза.

Тренд на гиперперсонализацию охватил все сегменты: состоятельные туристы избегают навязанных шопинг-остановок, предпочитая неторопливые путешествия с акцентом на погружение в культуру. Даже в развитых туристических направлениях вроде Турции спрос сместился от отелей "всё включено" к нишевым предложениям - например, частным полетам на воздушных шарах в Каппадокии или ужинам из локальных продуктов в местячковых ресторанах.

Основные критерии выбора и ключевой фактор удовлетворенности для взыскательных путешественников – это детали: эстетичные моменты для соцсетей - от завтраков с шампанским на рассвете до стилизованных фотосессий с местными мастерами;



Content creation services-more than half of millennials choose tours with professional videos and travel films;

Group compatibility-small groups of 10-12 people, pre-matched by interests;
Celebrity-led tours-collaborations with bloggers, actors, and musicians significantly boost booking conversions.

One of the key factors influencing a client's choice is trust. It's essential to rely on verified partners: from eco-certified guides to glamorous camping organizers with impeccable reputations. The vast majority of clients are willing to pay extra for safety as a priority. After transformative trips, 80% of tourists reject template tours. This is no longer just a vacation but an "investment" in emotions.



Conclusion: In the era of the experience economy, the winners are operators and agencies offering unique stories, not standard itineraries.

The "Travel Together Türkiye" case clearly demonstrates that even during a crisis, it's possible not only to sustain a business but to create a successful niche model-if you accurately sense the needs of your target audience.

Услуги по созданию контента - более половины миллениалов выбирают туры с профессиональными видеороликами и фильмами о путешествии;

*Совместимость группы - группы из 10-12 человек с предварительным подбором по интересам;
Туры со знаменитостями - сотрудничество с блогерами, актерами, музыкальными исполнителями в значительной степени повышает конверсию бронирований. Одним из ключевых факторов, влияющих на выбор клиента, является доверие.*

Стоит делать ставку на проверенных подрядчиков: от гидов с экосертификатами до организаторов гламурного кемпинга с безупречной репутацией. После трансформационных путешествий 80% туристов отказываются от шаблонных туров. Это уже не просто отдых, а «инвестиция» в свои эмоции.

Вывод: в эпоху экономики впечатлений побеждают операторы и агентства, предлагающие индивидуальные истории, а не стандартные маршруты.

Кейс "Travel Together Türkiye" наглядно демонстрирует: даже в кризис можно не просто сохранить бизнес, но и создать успешную нишевую модель, если точно чувствовать потребности целевой аудитории.



Bahadır Çakar

Next-Generation Customer Expectations and Experience - Centered Marketing in Tourism

In today's tourism landscape, we're no longer addressing an audience simply "buying holidays," but rather engaging with a new travel culture that demands experiences. Especially driven by younger generations, this shift means that travelers now base their decisions not only on price or star ratings, but also on a brand's story, its promise of experience, and its digital presence.

The Experience-Seeking New Tourist Profile

Gen Z and younger Millennials approach hotel choices with an experiential mindset rather than an instinctive one. It's not about the square footage of a room, but the memories to be created within it. That's why their preferences are shaped by content creators' reviews, the hotel's social media vibe, video content, and authentic guest experiences.

This audience often prefers a minimalist boutique hotel with strong ambiance over a massive resort. Because their expectations are clear: "How will I feel there? What will I share? And what kind of experience will I return with?"

Why Are Content and Experience Marketing Critical for Hotels?

Today, hotel brands must go beyond selling stays—they must market stories. This demands an original, content-driven, and realistic communication strategy, far be-

Туризм будущего: как впечатления формируют спрос

Современный туризм кардинально изменился: сегодня путешественники ищут не просто отдых, а яркие эмоции и впечатления. Особенно ярко эта тенденция проявляется среди молодой аудитории, для которой решающими факторами выбора становятся не столько цена или уровень сервиса, сколько философия бренда, его способность создавать запоминающиеся моменты и грамотная digital-стратегия.

Современный турист: эмоции вместо стандартов

Для поколения Z и миллениалов выбор отеля - это осознанный поиск впечатлений, а не спонтанное решение. Их привлекает не метраж номера, а уникальные моменты, которые можно прожить в этом пространстве. Решающую роль играют рекомендации инфлюенсеров, визуальная подача отеля в соцсетях, видеобзоры и реальные впечатления гостей.

Этой аудитории чаще ближе минималистичный бутик-отель с продуманной атмосферой, чем огромный курортный комплекс. Их главные вопросы при выборе: "Какие чувства пробудит во мне это место? Какими историями я смогу поделиться? Какой багаж впечатлений останется со мной после поездки?"

Эра впечатлений: как контент меняет правила игры в гостиничном бизнесе

В новой парадигме гостеприимства отели создают нарративы, выходящие далеко

yond traditional advertising models. YouTube videos, Instagram Reels, live broadcasts, and spontaneous in-hotel moments captured on camera inspire dreams and build trust among potential guests.

Travel content does more than inform-it conveys atmosphere, mood, and emotion. For hotels, content marketing is no longer just promotional; it's a persuasive tool and a loyalty strategy. Collaborating with the right content creators is one of the most effective ways to convey a hotel's spirit to the right audience.

Those Who Deliver Genuine Experiences Will Win

Guests today don't just come to stay—they come to engage. Cooking workshops - the chef, local product tastings, wine pairings at sunset, and live music evenings are the kinds of moments that make a brand memorable. When reflected online, these experiences become the digital showcase of the hotel.

The new generation of travelers isn't interested in telling people "where they stayed—they want to tell what they experienced. Hotels that recognize this shift and support it with strong content strategies increase not only occupancy, but also guest loyalty and brand equity.

And this is exactly where content creation comes into play for me.

It's not just about promoting a facility—it's about capturing the atmosphere, the experience, and the soul of the hotel and bringing it to life for the viewer. That's what truly matters.

за рамки базового сервиса. Это требует оригинальной, контент-ориентированной и реалистичной коммуникационной стратегии, которая ломает шаблоны классического маркетинга. Видео на YouTube, Reels в Instagram, прямые эфиры и спонтанные моменты из жизни отеля, запечатленные на камеру, вдохновляют потенциальных гостей и формируют доверие к бренду.

Туристический контент выполняет не просто информационную функцию - он передает атмосферу, настроение и эмоции. Для отелей контент-маркетинг перестал быть просто инструментом продвижения - сегодня это мощный механизм убеждения и стратегия повышения лояльности. Сотрудничество с правильными контент-мейкерами остается одним из самых эффективных способов донести дух отеля до целевой аудитории.

Новая реальность гостиничного бизнеса: от сервиса к эмоциям

В индустрии гостеприимства произошла ценностная революция - на смену стандартам размещения пришла гонка за эмоциональным капиталом. Кулинарные мастер-классы с шеф-поваром, дегустации местных продуктов, сомелье-шоу с редкими сортами вин на закате и живые музыкальные вечера — именно такие моменты делают бренд по-настоящему запоминающимся. А когда эти уникальные моменты попадают в цифровую среду, они трансформируются в мощный идентификатор отеля — его современную визитную карточку.

Новое поколение путешественников не хочет просто сообщать миру, «где они остановились» - им важно рассказать, «что они пережили». Отели, которые понимают эту трансформацию и подкрепляют ее грамотной контент-стратегией, увеличивают не только загрузку номеров, но и лояльность гостей, а также капитализацию бренда.

Именно здесь в игру вступает создание контента.

Сегодня речь идет о принципиально новом подходе - не о рекламе номеров, а о создании эмоционального отклика. Важно не просто показать объект, а передать его энергетику, воссоздать подлинные ощущения проживания и раскрыть индивидуальность места так, чтобы зритель мог прочувствовать всё через экран. Это и есть современная алхимия гостеприимства.

SIMPLE, SMART, SECURE



HelloCell

WE WORK WITH TRUSTED
AND SECURE OPERATORS

FLEXIBLE DATA PLANS
FOR EVERY BUDGET

CONVENIENT
ONLINE PAYMENT

EASY SETUP -
JUST SCAN A QR CODE

WORKS
IN 165 COUNTRIES

www.hellocellnet.com



Travel Agents & Hotel
Communications



B2B & B2C
Advertising



Media
Platform



Business
Meetings & Events

HelloOtel

Turbomarketing

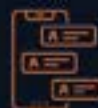
MARKETING SYSTEMS



Bonus Programs



Analytics



Telegram Bots



B2B Booking System



A GLOBAL NETWORK OF MORE THAN
25,000 REGISTERED TRAVEL AGENCIES IN 25 COUNTRIES.

www.hellootel.com