



SAMSON

инвестиционно-строительный холдинг

АЗНИВ КОЧАРЯН

ДИРЕКТОР ПО ПРОДАЖАМ

ГК «САМСОН»

1. ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЦЕЛЕВЫХ АУДИТОРИЙ ГЛК



КЛЮЧЕВЫЕ МОТИВАЦИИ ПОСЕТИТЕЛЯ

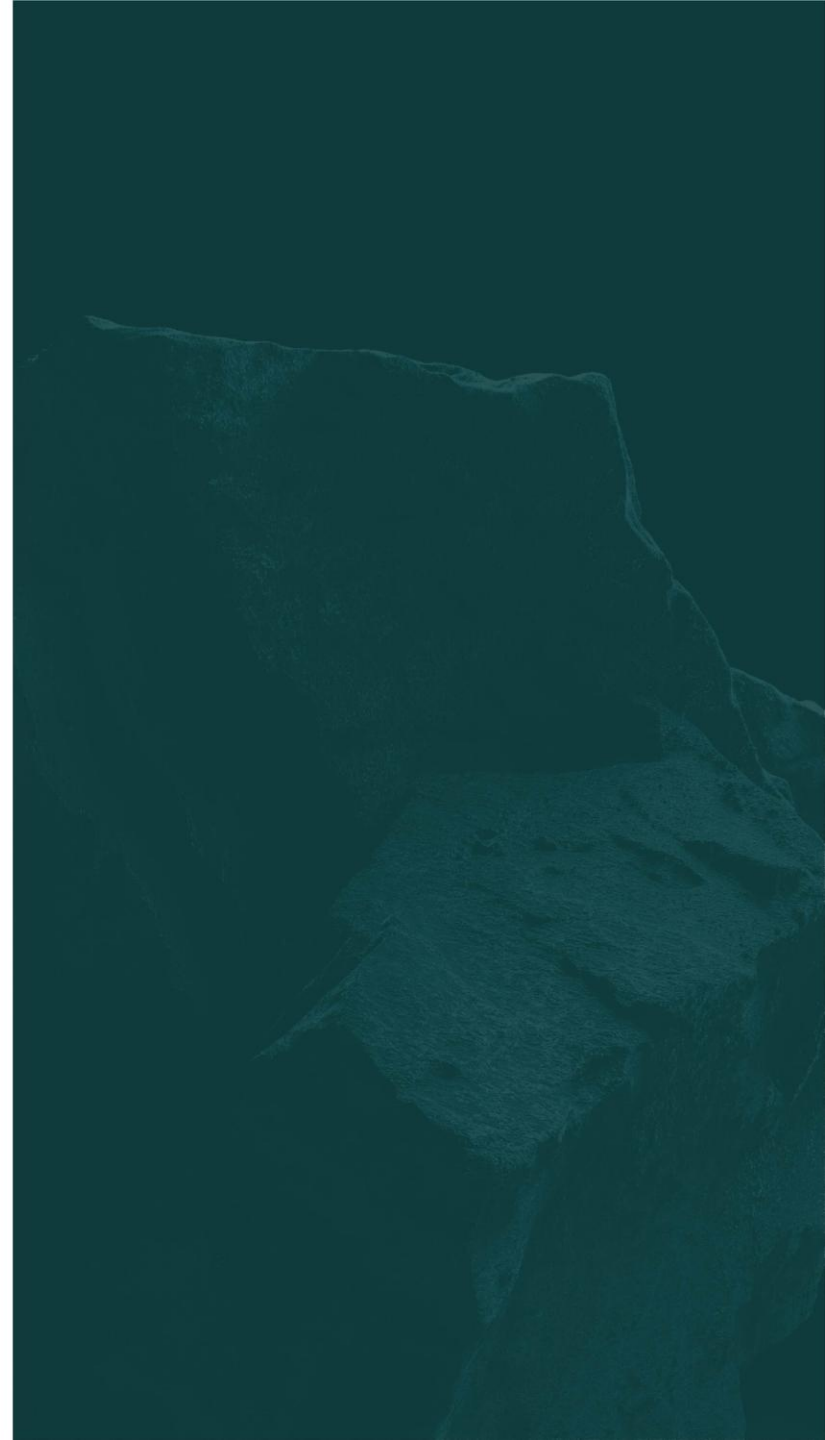
Отдых и
релаксация

Статус и
комфорт

Новые
впечатления и
приключения

Цена и
доступность

Развлечения и
события



СЦЕНАРИИ ПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФРАСТРУКТУРОЙ – ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ

Наиболее
предпочтительные
услуги – аренда
снаряжения,
снегоходы и
джипинг-туры,
водные процедуры и
развлечения.



ОЦЕНКА ПОПУЛЯРНОСТИ КЛЮЧЕВЫХ ТИПОВ КУРОРТОВ

С учетом имиджевых факторов и по результатам проведенных социологических опросов **сочинский кластер** с учетом своего уровня развития и известности является сегодня **наиболее предпочтительным местом для горнолыжного туризма** — его выбрали бы **более 50% опрошенных**.

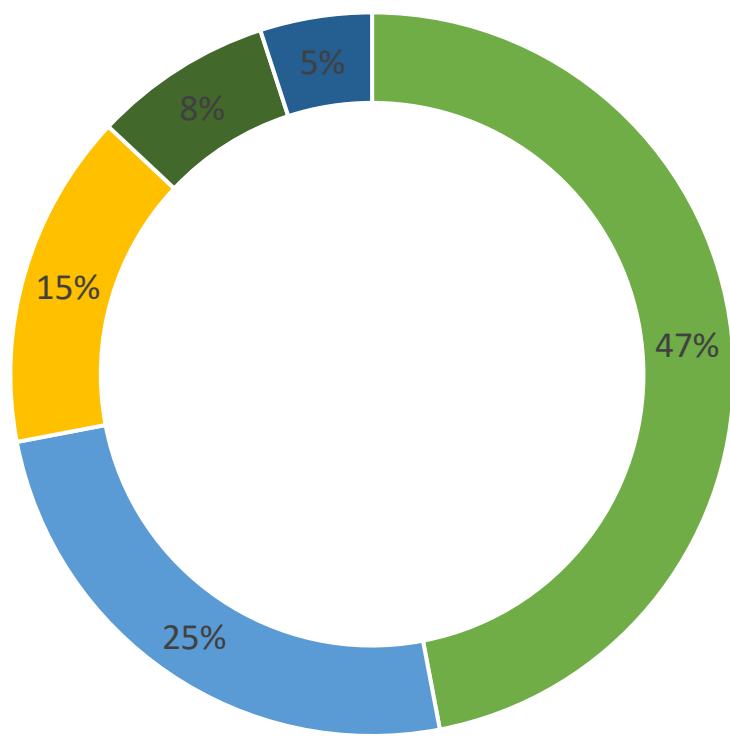
Второе место (около 40%) с большим отрывом от других занимают **горнолыжные курорты Кавказа**.

Далее следуют крупные региональные курорты Сибири, Урала, Северо-Запада.

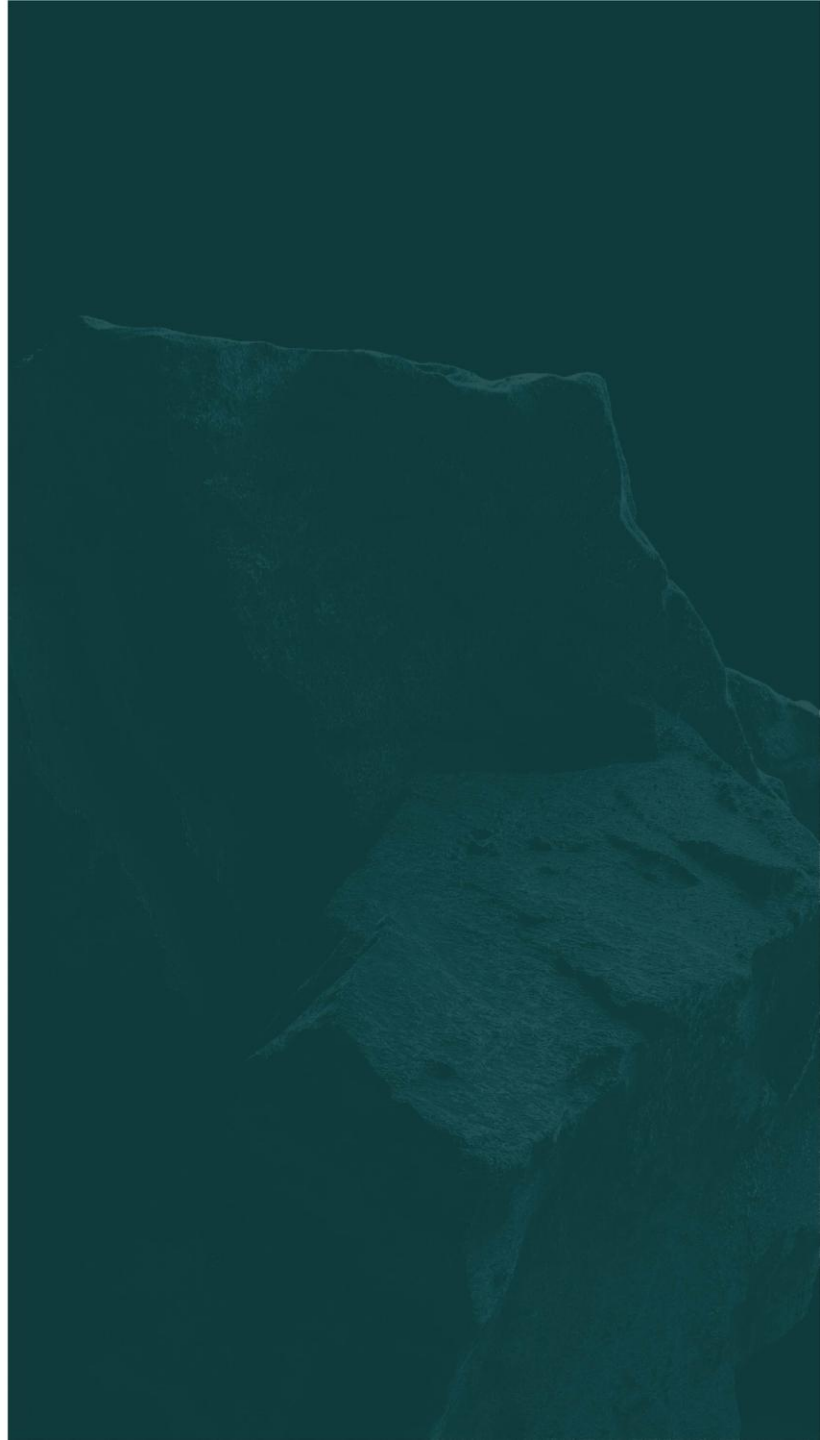
И лишь 3% предпочитает местные курорты.



ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ И СОСТАВ ГРУППЫ



- Семейные туристы
- С небольшой компанией друзей (2-5 человек)
- С другом/подругой
- С большой компанией друзей (более 5 человек)
- Самостоятельно, без спутников

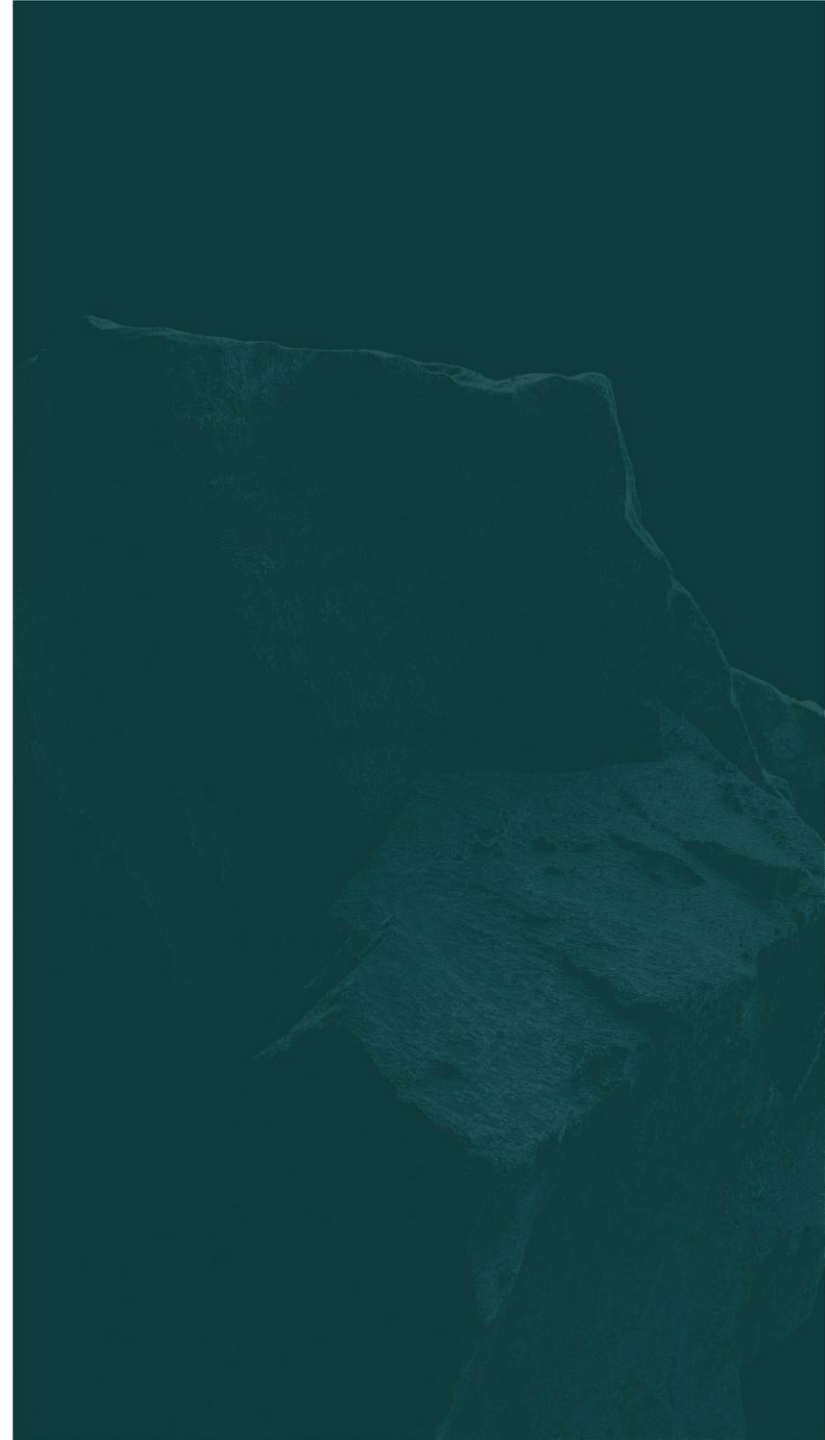


ЦА ФЕДЕРАЛЬНЫХ КУРОРТОВ

Показатель / Курорт	Роза Хутор	Газпром	Красная поляна	Архыз
Имидж	Событийный молодежный курорт	Дорогостоящий небольшой курорт высокого уровня	Молодежный шумный курорт и Казино	Молодежный, фестивальный курорт с доступными трассами
ЦА по географии	Местные (Сочи и КК) – 40% МСК и МО – 30% СПБ и ЛО – 15% Иностранцы (Ближний Восток) = 1% Крупные города страны – 12% Остальное – 3%	Местные (Сочи и КК) – 20% МСК и МО – 50% СПБ и ЛО – 12% Крупные города страны – 12% Остальное – 6%	Местные (Сочи и КК) – 35% МСК и МО – 30% СПБ и ЛО – 15% Иностранцы = 8% Крупные города страны – 10% Остальное – 2%	Местные (КЧР) – 20% МСК и МО – 25% СПБ и ЛО – 10% Иностранцы = 0% Ростов, Ставропольский край – 30% Крупные города страны – 10% Остальное – 5%
Особенности ЦА	Более богатые, чем в Красной поляне	Более старшие и самые богатые среди локаций Сочи	Больше семейных и много деловых, много внесезонных, туристы казино	Много местных и крупных рядом городов
Отражение ЦА на официальных сайтах курортов	- Для любителей расслабиться - Для отдыха большой компанией - Можно приехать с питомцами - Развлечения для детей на целый день - Горные активности и снаряжения для всей семьи	- Все для вашей семьи - Для детей, взрослых, спортсменов и любителей расслабленного отдыха - Для активного отдыха всей семьи	- Территория для молодой динамичной аудитории, а также для семейного отдыха - Территория для состоятельной аудитории, приезжающей для роскошного отдыха в горах, за качественным спа и атмосферой уединения - Для уединённого отдыха, отпуска с семьёй, путешествия дружной компанией или для длительного проживания и удалённой работы во вдохновляющей атмосфере гор	- Горный курорт для всей семьи - Для любителей экстрима, ярких эмоций и активного образа жизни
Группы ЦА	Семейные туристы – 47% Молодёжь – 28% Старший возраст – 3% Приключенцы – 12% Деловые туристы – 8% Инвесторы - 2%	Семейные туристы – 45% Молодёжь – 35% Старший возраст – 15% Приключенцы – 5% Деловые туристы – 0% Инвесторы – 0%	Семейные туристы – 60% Молодёжь – 20% Старший возраст – 3% Приключенцы – 5% Деловые туристы – 10% Инвесторы - 2%	Семейные туристы – 57% Молодёжь – 30% Старший возраст – 3% Приключенцы – 7% Деловые туристы – 0% Инвесторы – 3%
Возраст – ядро аудитории	26-35 36-45	36-45 40-50	26-35	26-35

2. ТРЕНДЫ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА И ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА (2028–2038)

Технологические тренды



ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ТРЕНДЫ

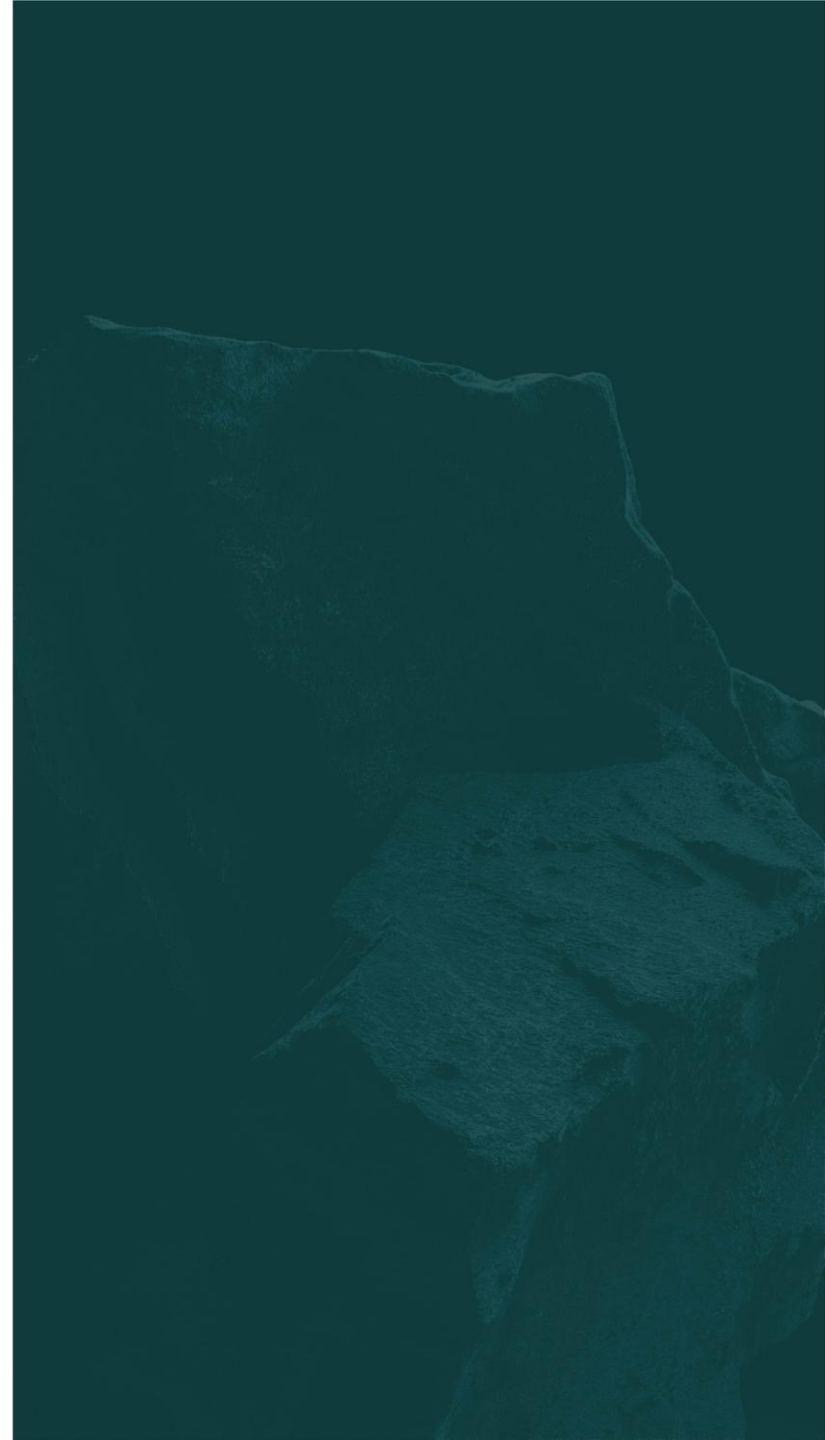
Цифровизация
путешествия «от и
до»

Фиджитал-сервис

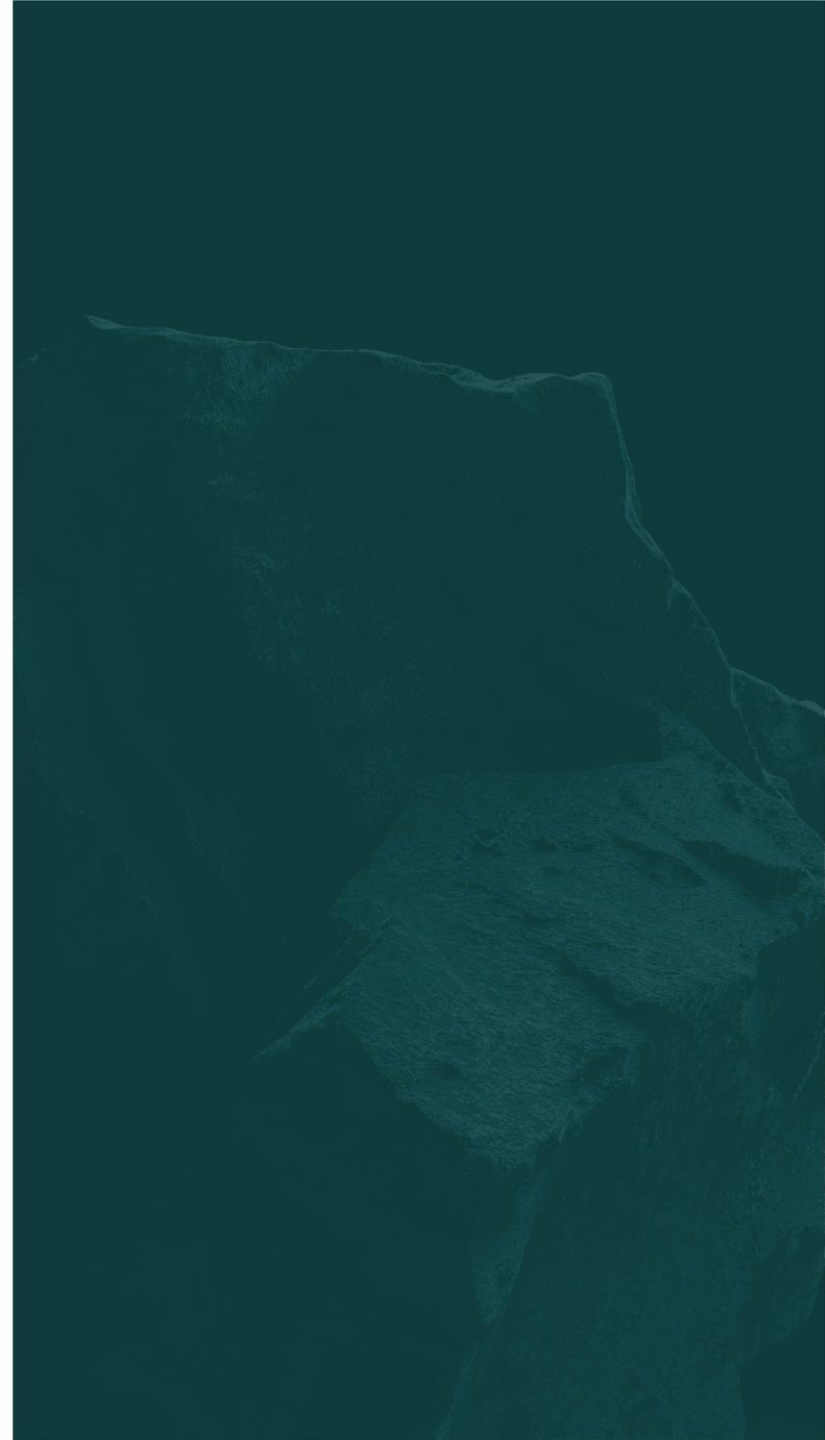
Персонализация и
большие данные

"Единое окно" и
суперсервисы

Умные
пространства



Культурные и поведенческие тренды



КУЛЬТУРНЫЕ И ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ТРЕНДЫ

Повышение
ценности
внутреннего
туризма.

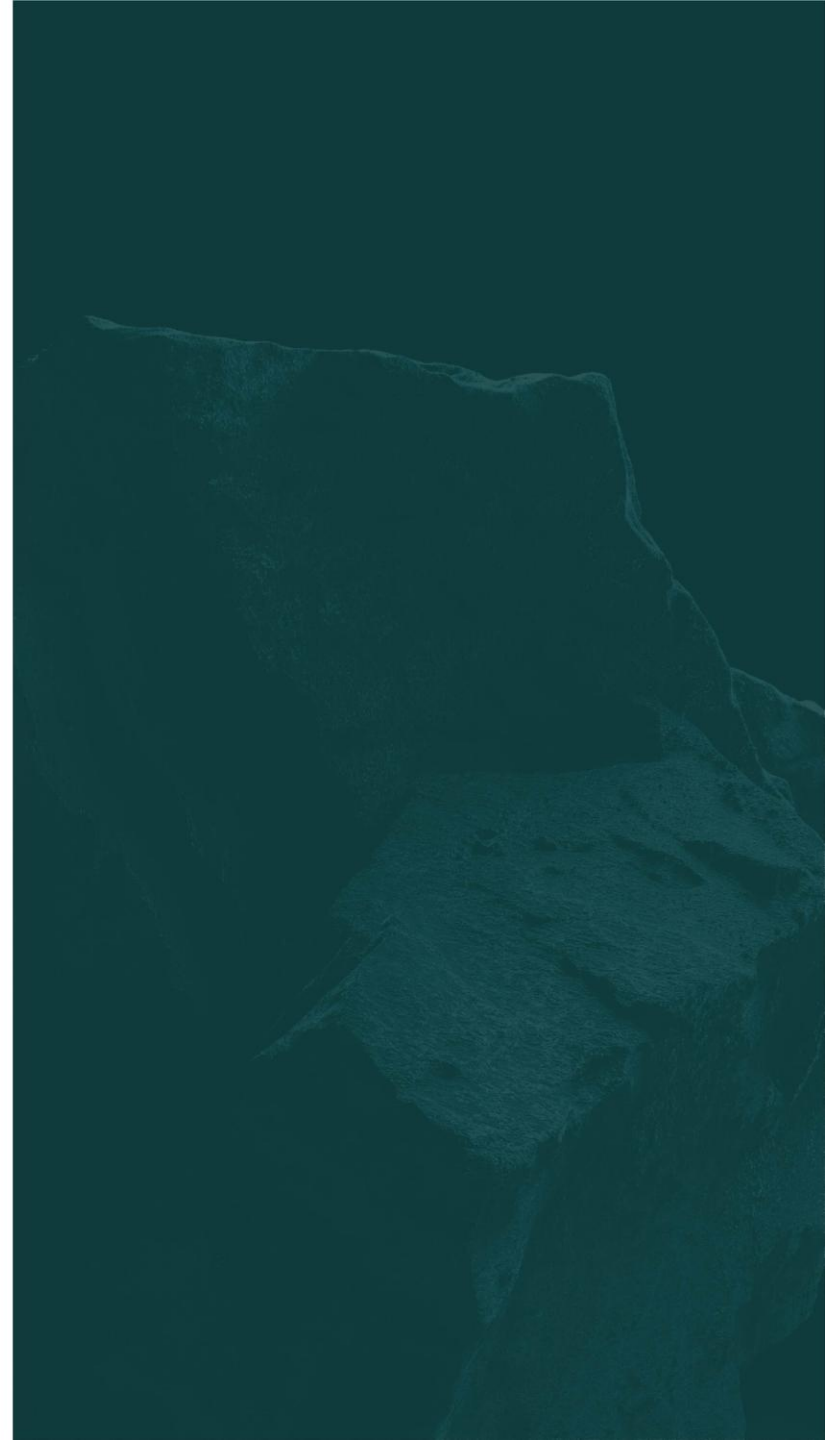
Рост доли
межсезонных туров.

Bleisure: смешение
работы и отдыха.

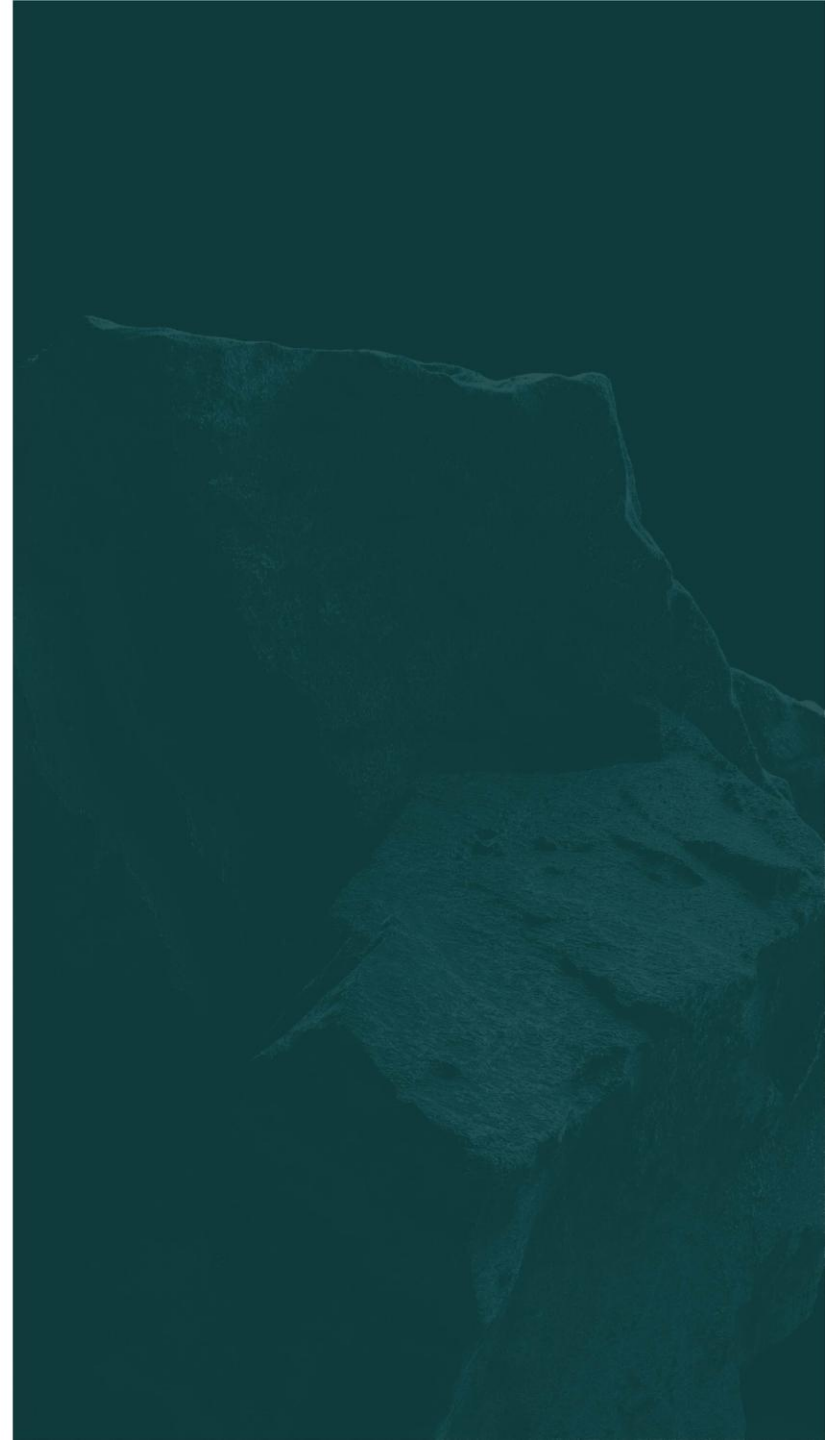
Многообразие
типов туристов.

Гастрономический и
винный туризм.

Смена стандартов
сервиса после 2022
года.



Экологические и инфраструктурные тренды



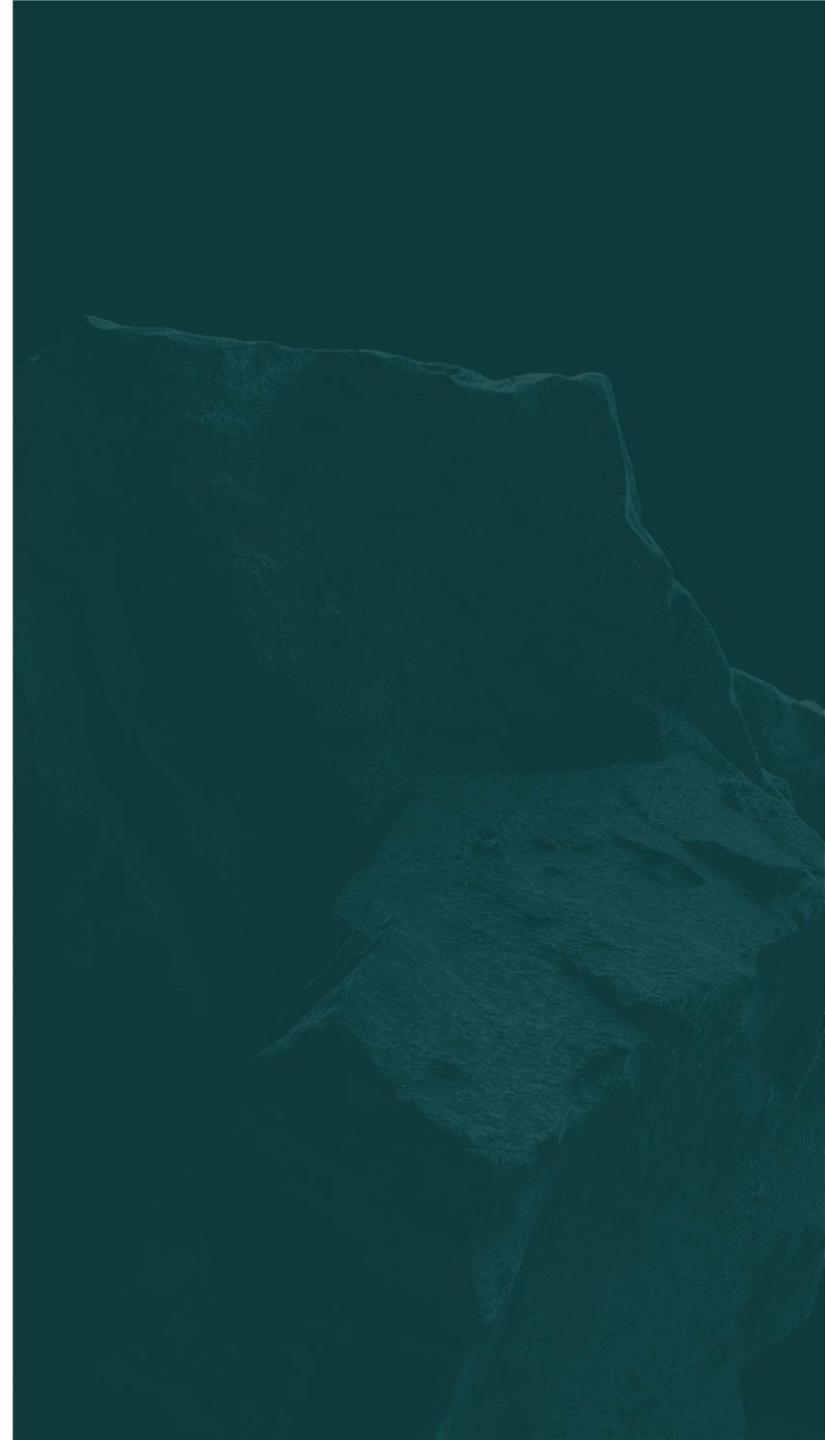
ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ И ИНФРАСТРУКТУРНЫЕ ТРЕНДЫ

Экологическая
ответственность

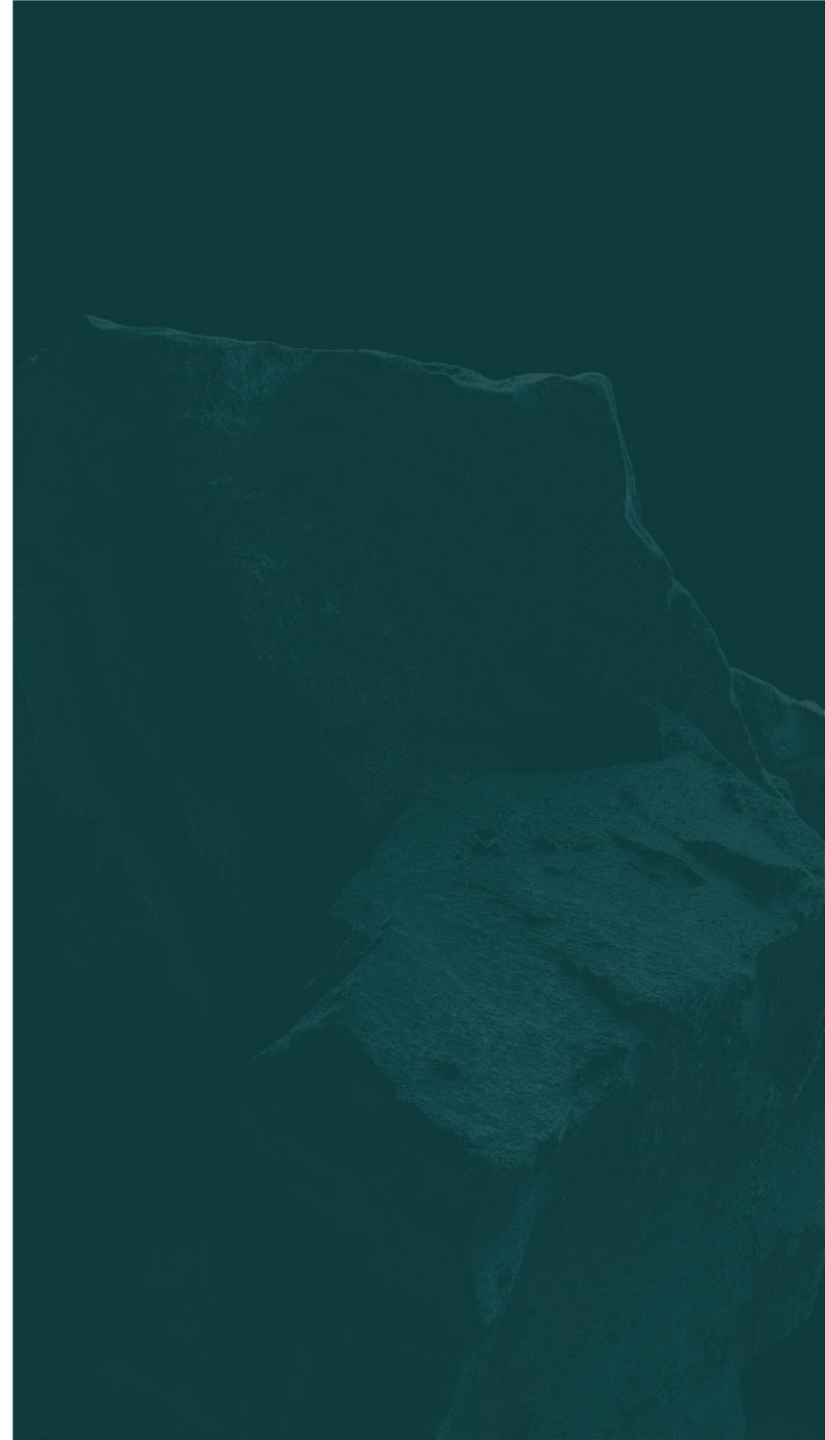
Развитие новых
направлений и
инфраструктуры

Баланс массового и
нишевого туризма

Городская
туристическая среда



Технологические аспекты и цифровая трансформация



Влияние ИИ и
VR/AR на
туристический
опыт

Национальная
цифровая
инфраструктура
туризма

Перспективы
метавселенных в
туризме

Конкретные
цифровые
технологии для
персонализации

Стратегия работы
с данными гостей



ЛУННАЯ ПОЛЯНА

КУРОРТНЫЙ КОМПЛЕКС



Курортный комплекс «Лунная поляна»

Курортный комплекс «Лунная Поляна» — флагманский инвестпроект в одноименной туристической деревне курорта «Архыз», который включает в себя отели 4 и 5 звезд и широкую инфраструктуру для отдыха и восстановления.

Выполненный в стиле космического футуризма среди величественных гор Архыза, где современные архитектурные решения органично сливаются с природной красотой, проект создает новый стандарт комфорта и эстетики на Северном Кавказе.

4000

Гостиничных номеров

4-5*

Уровень отелей

2

Действующих подъемника

200

тыс. кв. м.

Площадь застройки

2028_{год}

Запуск первых отелей

ВАШИ ВОПРОСЫ
И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

БЛАГОДАРЮ
за внимание!

