**Событийный туризм в Латиноамериканском регионе как перспективное направление международного туризма.**

**На сегодняшний день мировая туристская индустрия имеет множество различных предложений на любой вкус. При такой жесткой конкуренции дестинации, претендующие на высокие туристские показатели, вынуждены постоянно предлагать новинки и эксклюзивные направления, чтобы остаться востребованными. К таковым можно отнести событийный туризм.**

Составляющими событийного туризма являются мероприятия делового и бизнес-туризма, а также мероприятия развлекательного характера: фестивали, карнавалы, спортивные и культурные события. Главная особенность направления – взрыв эмоций за счет осознания туристом своей причастности к чему-то грандиозному.

Никакой другой регион не подходит для получения впечатлений во всех красках так, как Латинская Америка, ставшая в последнее время одним из популярнейших направлений, которому отдают предпочтение огромное число туристов. Например, Бразилия стала самой обсуждаемой страной на планете, лидером событийного туризма, продолжающей прочно удерживать свои главенствующие позиции. Второе место разделяют Аргентина и Мексика. Эти три наиболее развитые страны Латинской Америки заняли прочные позиции на рынке событийного туризма, будь-то деловой туризм (туризм встреч), спортивный или фестивальный туризм. Впрочем, в последнем сегменте страны испытывают конкуренцию со стороны таких стран, как: Куба, Доминиканская Республика и Колумбия.

Событийный туризм состоит из трех основных направлений: бизнес-туризм, деловой и фестивальный туризм, включающий самые разнообразные мероприятия от спортивных до гастрономических.

Понятие «бизнес-туризм» появилось в результате расширения хозяйственной деятельности и организации разного рода совещаний и деловых встреч по всей стране, региону и по всему миру. Согласно исследованию, проведенному Harvard Business Review, три из пяти руководителей предпочитают делать бизнес лицом к лицу.

К деловому же туризму относят экономическую деятельность, связанную с организацией конференций, конгрессов, симпозиумов, выставок, ярмарок и др. Как правило, деловой туризм отличается от бизнес-туризма количеством участников и частотой проведения мероприятий. Таким образом, можно сказать, что бизнес-туризм является более повседневным видом событийного туризма, чем деловой или же фестивальный.

Согласно классификации Международной ассоциации конгрессов и конференций (ICCA), которая является наиболее приемлемым критерием в мире, международные встречи должны отвечать трем требованиям: 50 иностранных участников, регулярная организация мероприятий и, по крайней мере, три страны проведения.

По данным Международной ассоциации конгрессов и конференций (ICCA), которая проводит ежегодно по всему миру, более 7500 международных мероприятий, включая ярмарки, выставки, конференции и конвенции, тенденция к генерации деловых встреч по всему миру, продолжает неуклонно расти каждый год.

Что касается Северной и Южной Америки, то в 2008 г. в регионе проводилось 16% от общего объема всех международных встреч, среди которых 74% приходилось на Северную Америку, что составило в общей сложности 2209 заседаний, а 23% встреч осуществляется в Южной Америке, что насчитывало 679 международных встреч. Страны Центральной Америки и Карибского бассейна получили 3%.

По имеющимся данным за период 2009 - 2012 гг. в Американском регионе были проведены в общей сложности 3184 заседания. Странами-лидерами в регионе в течение пяти лет подряд были, США, Канада, Бразилия и Мексика. Пятое место было поделено между Аргентиной и Кубой, далее шли Уругвай, Чили и Перу.

На сегодняшний день, по словам президента Международной Ассоциации конгрессов и конференции (ICCA) доходы стран от индустрии встреч насчитывают более 1000 млрд. долларов, что составляет 21% общего объема доходов от туризма. В 2014 г. Латинская Америка приблизилась к 360 млрд. долларов. Различные отчеты показывают, что средняя стоимость путешествия событийного туриста в четыре-шесть раз больше, чем путешествия туриста, выбирающего другой вид отдыха. Если путешествие осуществляется с целью посещения международного конгресса, то средняя стоимость размещения составляет 560 долларов в день, в случае латиноамериканского региона 370 долларов с продолжительностью пребывания 3,5 дней.

В 2013 г. Латинская Америка провела 1290 событий делового туризма, однако потенциал роста был бы гораздо выше при совместной работе всех стран континента, по словам президента Латинской Америки Бюро конвенций и посетителей Мигеля Харакка. Причиной является недостаточная развитость большей части стран Латинской Америки, которые существенно отстают от лидеров региона. Отсюда вытекает неполноценное использование всего потенциала местности.

Одно из первых мест в индустрии встреч в регионе принадлежит Аргентине. В 2013 г. страна провела 223 международных мероприятия, а также организовала 4824 внутринациональных события, что принесло доход свыше 2200 млн. долларов. По ряду мероприятий и конвенций стране удалось занять 17 место в мире, что, как отмечается, стало результатом совместной работы между провинциями, города и Convention Bureau, которые были созданы в 2008 г.

Бразилия и Мексика также являются центрами бизнеса и делового туризма в латиноамериканском регионе. Будучи экономическими гигантами Латинской Америки, эти страны удерживают ведущие позиции в проведении различных конференций и туристических ярмарок, а также сосредотачивают в себе 60% бизнеса и промышленности всего региона.

Согласно статистическим данным за последние 10 лет, бизнес-туристические мероприятия выросли в три раза в Латинской Америке, но, несмотря на это, область капитализирует только десять процентов мирового рынка.

Причина в том, что в данной индустрии задействованы только наиболее развитые страны Латинской Америки. При этом регион имеет достаточно хорошую инфраструктуру для проведения деловых мероприятий, которая включает в себя более 180 000 квадратных метров для проведения выставок и конференций в 26 местах. Однако, отсутствие продвижения направления и дефицит квалифицированного персонала, а также ограниченный потенциал роста роли промышленности в Америке создает препятствия на пути к развитию делового туризма. На сегодняшний день проводится ряд конференций и форумов, предназначенных для организаторов конгрессов и конвенций. Основная задача мероприятия заключается в обмене международным опытом в целях повышения качества мероприятий, проводимых по всей Латинской Америке.

Например, Панама является крупнейшим получателем делового туризма в регионе, однако беднейшая инфраструктура страны требует совершенствования и строительства новых объектов с возможностью размещения 20 000 человек, что потребует инвестиций в размере 202 млн. долларов.

Гватемала позиционирует себя как место проведения международных мероприятий в области бизнес-туризма. В 2016 г. планируется открытие нового делового центра. Данный комплекс составит 2367 квадратных метров. В общей смете Гватемала намерена расширить центр до 10 000 м2 в ближайшие годы, для чего вкладываются крупные инвестиции. По словам президента COCAL (Федерация организаторов конгрессов и партнеров Латинской Америки) уже в первой части построенного центра можно будет проводить 200 мероприятий, что дает положительный толчок для привлечения международных событий в эту часть региона. Кроме того, в Гватемале будет проведено дополнительное обучение около 50 специалистов с последующей выдачей сертификатов.

Деловой и бизнес – туризм довольно успешно развиваются в Латинской Америке, однако его состояние напрямую зависит не только от положения ведущих стран региона, но и от экономического благосостояния менее развитых и богатых государств.

Что касается атмосферы вечного праздника, то здесь одновременно наблюдается конкуренция между странами региона и их общие усилия в создании латиноамериканского рая на земле.

Особенность событийного туризма в том, что ежегодно его дополняют новыми мероприятиями, которые постепенно становятся регулярными. Например, многие фанаты ездят за своими кумирами в гастрольные туры, посещая каждый концерт, болельщики перемещаются по миру вслед за любимыми командами. Прочное место в событийном туризме заняла Олимпиада - летние и зимние Олимпийские игры, чемпионаты мира по различным видам спорта. В настоящее время крупным и стабильным сегментом рынка событийного туризма являются, конечно же, карнавалы и фестивали.

Латинская Америка, несомненно, вызывает ассоциации праздника, ярких костюмов, музыки и конечно, танцев. Именно здесь родились такие танцы, как: аргентинское танго, бразильская самба, кубинская сальса и доминиканская бачата и др. Ни в каком другом регионе не проводится столько одновременно похожих и таких разных фестивалей.

Первое, что приходит на ум, когда мы слышим слово «Бразилия» - это знаменитый бразильский карнавал, являющийся самым значимым культурным событием страны.

Ежегодный карнавал начинается в конце февраля - начале марта. При этом определенная дата начала праздника отсутствует. Официальное открытие карнавала происходит в ночь с пятницы на субботу перед праздником Пепельной среды – первым днем Великого поста в католической церкви, который начинается за 46 дней до Пасхи и длится четверо суток. Государственный карнавал проходит не только в Рио-де-Жанейро, но и в Сальвадоре, Сан Паулу и Ресифи. В эти дни, официально объявленные праздничными, Бразилия становится одной огромной танцевальной площадкой.

Ежегодный карнавал Бразилии посвящен любимому бразильцами танцу – самбе. Главным действом является парад, в котором принимают участие ведущие школы этого танца, порядок шествия которых определяет жребий. Каждая школа выбирает тематику, оформление площадки, по которой будут двигаться танцоры, костюмы участников. Также определяют ритм танца, хореография и музыка. Ежедневно выступают по шесть школ, честь каждой отстаивают от 3 до 5 тысяч человек. Около 40 профессиональных судей оценивают хореографию и постановки участвующих в мероприятии школ.

Этим великолепным зрелищем, которое занимает около 800 метров главного проспекта города, одновременно могут насладиться 88,5 тысяч зрителей на трибуне, а также любой желающий по телевизору.

**Полный вариант статьи высылаю после оплаты…**

**Количество знаков 22335**

**Стоимость 100$**