

Ежегодная профессиональная награда в области бизнес-туризма и MICE

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD

2012

19 номинаций

Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

www.mice-award.ru

Голосование
до 8 сентября

Церемония награждения
18 сентября 2012 г.

Дополнительная информация:

Юлия Татаренко

тел. (495) 723-72-72, award@tourbus.ru



ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЕКТА:

BUSINESS TRAVEL

conference.ru

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:

ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА РФ

ОФИЦИАЛЬНЫЙ
ЗАРУБЕЖНЫЙ ПАРТНЕР:



ОФИЦИАЛЬНЫЙ
СТРАХОВОЙ ПАРТНЕР
ЦЕРЕМОНИИ НАГРАЖДЕНИЯ:

Ренессанс
страхование

ОФИЦИАЛЬНЫЙ
ТРАНСПОРТНЫЙ
ПАРТНЕР НАГРАДЫ:

iWay

BUSINESS TRAVEL

www.bt-magazine.ru

2012 | №7-8 | июль - август

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ
ВСТРЕЧИ ■ ИНСЕНТИВ ■ КОНФЕРЕНЦИИ ■ ВЫСТАВКИ



Сетевое преимущество

18 | Вдали от шума
городского

24 | У реки два
берега

28 | Бизнес-класс
с восточным шиком

Корпоративные туристические услуги для вашего бизнеса



DEMLINK | ONLINE



DEMLINK | MONEY



DEMLINK | MICE



DEMLINK | CLUB



DEMLINK | PEOPLE

Генеральный директор: Иван Капашников
 Шеф-редактор: Александра Загер
 Шеф-редактор тематических выпусков: Александр Попов
 Редактор: Элеонора Арефьева
 Корреспонденты: Андрей Барановский
 Михаил Евнович
 Софья Константинова
 Ольга Кусина
 Елена Смирнова
 Юлия Татаренко
 Корректор: Ольга Помелова
 Художники: Светлана Обуховская
 Владислав Суворегин
 Фото на обложке: Михаил Тимонин
 Фотографии: Борис Палтусов
 Александр Сайганов
 Михаил Тимонин
 Отдел рекламы: Ольга Мальцева
 Наталия Железова
 Анастасия Пшеничная
 Отдел информации и распространения: Лариса Тарасюк
 Лариса Лаврова
 Людмила Сивова
 Алевтина Корева
 Виктория Кудряшова
 Евгения Шуманская

Издатель: ИД «Турбизнес»

Турбизнес
 Travel Trade Russia

Отпечатано в России
 Тираж: 5000 экз.

Редакция журнала «Business Travel/Международный деловой туризм»
 Адрес редакции: Суворовская пл., д. 2, стр. 3, 107031, Москва, а/я 32
 Почтовый адрес: (495) 723-72-72
 Тел./факс: (495) 723-72-72
 Электронная почта: редакция: business@tourbus.ru
 рекламный отдел: reclama@tourbus.ru
 отдел workshop: workshop@tourbus.ru
 интернет: www.bt-magazine.ru



Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-18985.

Редакция не несет ответственности за достоверность информации, содержащейся в рекламных объявлениях. При использовании материалов ссылка на журнал Business Travel обязательна.

BUSINESS TRAVEL
 МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ
 ВСТРЕЧА ■ ИНТЕРЕС ■ КОМПЕТЕНЦИЯ ■ УСПЕХ

ИЮЛЬ — АВГУСТ 2012 #7-8 (66)

2 НОВОСТИ

Russian Business Travel & MICE Award – идет голосование
 Рынок бизнес-туризма в США падает
 Социальные сети в event-индустрии
 Открыта онлайн-академия туризма Испании
 Лауреаты национальной премии «Крылья России»
 В «Пулково-2» открыт дополнительный зал бизнес-салона
 Что? Когда? Где?

4 ТЕМА НОМЕРА

Сетевое преимущество

10 СОБЫТИЯ

Как понравиться бизнес-туристу
 Новые поправки к закону: что ждет туристический бизнес

14 ЛИЧНЫЙ ОПЫТ

Прогулки по Варшаве во время «ЕВРО 2012»

15 ПРОФИЛЬ

Виктор Куприн: «Наша задача – удивить клиента»

16 НОВОСТИ КОМПАНИЙ

18 ОТЕЛЬ

Вдали от шума городского

21 ВЫСТАВКИ

Показательные выступления

24 РЕГИОН

У реки два берега

28 ТРАНСПОРТ

Бизнес-класс с восточным шиком

31 НАПРАВЛЕНИЕ

Швейцария: совместить приятное с полезным
 Тайны «тайнееса» в Сиаемском королевстве

38 ПАУЗА

С Аэрофлотом в Штутгарт на выходные и не только



4



12



18



34



WWW.DEMLINK.RU

+7 (495) 797-64-00, 661-05-61

Офис 1, 1-й Смоленский переулок, 24, Москва, 121099, Россия
 E-mail: info@demlink.ru



НАГРАДА

Russian Business Travel & MICE Award 2012 – идет голосование



30 июня закончилось выдвижение компаний-номинантов на российскую профессиональную награду Russian Business Travel & MICE Award 2012. В этом году от российских и иностранных компаний было получено более 120 заявок в 19 основных номинациях. С 2012 г. премия в номинации «За выдающийся вклад в развитие конгресс-услуг в России» получила статус специальной, и будет присуждаться на основании решения экспертного совета. В течение трех недель с момента начала открытого голосования на сайте mice-award.ru было подано более 17 000 голосов.

Самая острая борьба между компаниями традиционно разворачивается в таких номинациях, как «Лучшая региональная конгрессная гостиница», «Лучший организатор конференций в России», «Лучший организатор инсентив-программ за рубежом», «Лучшее business-travel агентство», «Лучший конгрессный центр России».

Голосование продлится до 8 сентября 2012 г. Затем к работе приступит экспертный совет, в состав которого входят административные директора крупных компаний разных сфер экономики, являющихся активными заказчиками деловых поездок и MICE-мероприятий.

Третья церемония награждения Russian Business Travel & MICE Award состоится 18 сентября 2012 г. в гостинице Renaissance Moscow Hotel.

Учредителями награды являются журнал Business Travel и интернет-портал conference.ru при поддержке Торгово-промышленной палаты РФ.

Международный партнер награды – World Trade Market (Великобритания); официальный зарубежный партнер – Karavan Travel (Турция); официальный страховой партнер – компания «Ренессанс Страхование»; официальный транспортный партнер награды – Iway Express; генеральный информационный партнер – ИД «Турбизнес»; информационные партнеры – Mice.ru, Events.ru, Horeca Magazine, horeca-travel.ru.

РЫНОК

Рынок бизнес-туризма в США падает

Так считает Международная ассоциация делового туризма (Global Business Travel Association, GBTA), которая снизила свой прогноз по росту американского рынка услуг делового туризма с 3,6% до 2,2%. Этой же точки зрения относительно перспектив отрасли в США придерживаются и большинство экспертов и авиакомпании Delta AirLines и United Airlines. Согласно новому прогнозу международной ассоциации, выручка поставщиков услуг делового туризма вырастет к концу этого года в общей сложности до \$256,5 млрд., что почти на 2,2% больше того же показателя по итогам 2011 года.



Судя по прогнозу GBTA, в США масштабы выездного туризма опередят объемы внутреннего довольно резко уже к концу 2012 г. По мнению экспертов, расходы на заграничные деловые путешествия вырастут к началу 2013 года на 3%, а к началу 2014 года – еще на 7%, несмотря на экономические проблемы в Европе.

Исполнительный директор GBTA Майкл Маккормик отметил, что есть несколько возможных сценариев развития кредитного кризиса в Европе и во всем мире. По одному из них, не самому страшному, т.н. «умеренно шоковому» европейские проблемы спровоцируют рост тарифов на деловой туризм для американских компаний. И, скорее всего, сценарий будет реализован на практике. Таким образом, экономический кризис почувствуют не только европейские страны, но и США. Это грозит увеличением безработицы, падением уровня потребительского доверия, сокращением рынка розничных продаж и прибыли многих компаний.

С другой стороны, если корпоративные клиенты начнут сокращать свои тревел-бюджеты, это еще больше усугубит ситуацию, поскольку не только приведет к дальнейшему падению отраслевого рынка, но и ослабит их позиции в будущем, когда ситуация нормализуется.

По мнению аналитиков GBTA, если раньше кризисы вынуждали поставщиков снижать тарифы, то на этот раз клиентам придется платить все больше и больше за организацию деловых поездок.

По прогнозам ассоциации, в 2013 году спрос на услуги бизнес-туризма уменьшится на 1%, однако совокупные расходы корпоративных клиентов по итогам года составят примерно \$269 млрд, что на 5% больше предполагаемой цифры за 2012 год. (www.businesstravelnews.com)

ОБРАЗОВАНИЕ

Открыта онлайн-академия туризма Испании



Узнать больше о различных видах туризма в Испании, открыть для себя малознакомые города и регионы, расширить познания об уже известных направлениях страны менеджеры российских турфирм теперь могут прямо на рабочем месте.

Отдел Туризма Посольства Испании в Москве и ИД «Турбизнес» объявили об открытии обучающего портала «Испания. Академия-онлайн». Академия создана для специалистов туристических компаний, ее цель – помочь турагентам лучше узнать Испанию, познакомиться с туристическими особенностями и предложениями популярной у российских туристов страны.

Портал делится на девять тематических разделов: «Общая информация», «Курорты и острова Испании», «Города Испании», «SPA и бальнеология Испании», «MICE в Испании», «Вина и гастрономия», «Событийный туризм», «Спортивная Испания», «Shopping в Испании». Разделы, в свою очередь, состоят из обучающих курсов. А каждый курс включает в себя проверочный тест. Если турагент ответит на 80% тестовых вопросов правильно, то курс будет считаться успешно пройденным.

По завершении всех курсов туристическим агентствам, которые успешно пройдут обучение, будет вручен сертификат «Дипломированного турагента по Испании». Кроме того, многие получат памятные сувениры от Отдела Туризма Посольства Испании в Москве и смогут побороться за главный приз – три поездки в Испанию на двоих. Имена турагентов-победителей и всех успешно прошедших обучение будут представлены на сайте Академии в специальном разделе «Дипломированные турагенты». Как отмечает Советник туризма посольства Испании в Москве, г-н Феликс де Пас Гарсиа, туристический поток из России ежегодно растет более чем на 50%, российский рынок является приоритетным рынком для страны. Портал «Испания. Академия-онлайн» поможет агентствам лучше узнать Испанию, открыть новые виды туризма, активно и успешно увеличивать свои продажи на данном направлении в ближайшем будущем.

Зарегистрироваться и начать обучение можно по адресу: www.spain-e-learning.ru

АВИАОТРАСЛЬ

Лауреаты Национальной авиационной премии «Крылья России»

14 мая 2012 г. в московском отеле «Ренессанс Москва Монарх Центр» состоялась юбилейная пятнадцатая церемония награждения лауреатов и дипломантов Национальной авиационной премии «Крылья России». Победители были определены тайным голосованием членов экспертного совета, в состав которого вошли более 100 независимых экспертов в области воздушного транспорта: представители органов власти, общественных организаций отрасли, ветераны гражданской авиации, журналисты.

Среди прочих номинаций была «Туроператор года – партнер воздушного транспорта». В ней сошлись шесть крупнейших российских туроператоров. Лауреатом стала компания Tez Tour, а дипломантами – Coral Travel и «Натали Турс». В номинации «Авиакомпания года – оператор деловой авиации» лауреатом стала «РусДжет», дипломантами – «Джеталлианс Восток» (акционеры – австрийская Jet Alliance и «Аэрофлот») и «Тулпар Эйр».

В борьбе за приз пассажирских симпатий авиакомпания-победитель была определена по результатам комплексного интернет-опроса пассажиров. Более 8500 человек, ставших участниками анкетирования, оценили качество услуг авиакомпаний по целому ряду параметров, которые характеризовали доверие пассажиров к компании, работу авиакомпании с клиентами, уровень сервиса на борту.

Из трех номинаций, в которых голосовали пассажиры, в номинации «Российская авиакомпания года – лидер пассажирских симпатий» победителем стала оренбургская OpenAir.

В «Пулково-2» открыт дополнительный зал бизнес-салона

В аэропорту Санкт-Петербурга открыт второй зал бизнес-салона Pulkovo Lounge, который призван повысить уровень комфорта для пассажиров, ожидающих вылетов.

Бизнес-салон Pulkovo Lounge расположен на втором этаже аэровокзального комплекса «Пулково-2», за зоной паспортного контроля. Площадь нового зала позволяет увеличить вместимость салона на 50 мест. Центральное место в новом зале бизнес-салона отведено уникальной ретроспективе наиболее значимых моментов из истории Пулково. Посетители могут увидеть редкие архивные фотографии аэропорта, сделанные в разное время и представляющие сегодня огромную историческую ценность. Экспозиция создана на основе материалов, предоставленных Музеем гражданской авиации в Санкт-Петербурге, и приурочена к юбилею

ИНТЕРНЕТ

Социальные сети в event-индустрии

Согласно проведенному компанией amiano исследованию, социальные сети играют важную роль в работе компаний, занимающихся организацией мероприятий.

В прошлом году компания уже проводила такое исследование, и сейчас решили сравнить, что изменилось в этой сфере за год. В исследовании участвовали порядка 1000 компаний, а его результаты, особенно в сравнении с результатами прошлого года, оказались очень интересными и выявили ряд существенных изменений в отрасли.

Согласно результатам исследования компании, можно назвать три основных тренда в работе event-компаний с социальными сетями.

1. Социальные сети по-прежнему являются важным маркетинговым инструментом. Самой популярной сетью у организаторов мероприятий является Facebook (84%), Twitter используют 61%, а XING – 46% респондентов.

2. Основная цель использования социальных сетей – повышение узнаваемости бренда. Главным для компаний, ведущих активную деятельность в социальных сетях, является повышение узнаваемости бренда (70% опрошенных), и повышение узнаваемости конкретных мероприятий, которые они организуют (также 70% опрошенных).

3. Рост доверия социальным сетям. Три четверти респондентов планируют расширять свое присутствие в социальных сетях в будущем. Часть респондентов уже заявляла такие планы в прошлом году и, судя по результатам, компании остались довольны своим решением и его результатами.



Пулково – 24 июня 2012 г. старейшему авиатранспортному узлу России исполняется 80 лет. В аэропорту Пулково бизнес-залы есть на территории терминалов «Пулково-1» и «Пулково-2». В них организована телефонная и факсимильная связь, бесплатный Wi-Fi. Из дополнительных услуг можно выделить предоставление газет и журналов на русском и иностранных языках, наличие широкого ассортимента алкогольных и прохладительных напитков, чая, кофе, легких закусок и многое другое. В бизнес-салонах аэропорта предоставляется обслуживание владельцев карт Priority Pass, CitiGold, DinersClub International.

ЧТО? КОГДА? ГДЕ?



ЧТО: MIBEXPO RUSSIA 2012

MIBEXPO RUSSIA – это восьмая международная выставка и конференция по деловому туризму и корпоративным мероприятиям. Среди ее участников операторы по деловому туризму, международные и российские компании по проведению деловых поездок, организаторы инсентив- и поощрительных поездок, тренингов, конгрессов, конференций, конгресс-центры, отели и гостиничные сети, авиакомпании и представители деловой авиации.

КОГДА: 19–22 сентября 2012 г.
WEB: www.mibexpo.ru



ЧТО: World Travel Market

Международная туристская биржа в Лондоне – это важное мероприятие индустрии путешествий, которое с 1980 г. считается одним из крупнейших событий в туристическом мире и предназначено исключительно для профессионалов.

ГДЕ: Великобритания, Лондон, ВЦ ExCel
КОГДА: 5–8 ноября 2012 г.
WEB: www.wtmlondon.com



ЧТО: EIBTM

Международная выставка делового туризма и MICE. Выставка ориентирована на представителей деловых кругов, турагентов, представителей MICE-компаний. Среди экспонентов – представители авиакомпаний, конгрессных центров, отелей и event-агентств.

ГДЕ: Испания, Барселона, ВЦ Fira Barcelona
КОГДА: 27–29 ноября 2012 г.
WEB: www.eibtm.com

Подготовили Андрей БАРАНОВСКИЙ, Софья КОНСТАНТИНОВА, Юлия ТАТАРЕНКО



Еще на самом старте экспансии международных гостиничных сетей в Россию один отельер так объяснял их преимущество слушателям отраслевого семинара: «Вот едет в российский город интурист, видит список гостиниц: «Ромашка», «Аврора», «Волна» и Hilton. Как думаете, какую выберет?» Узнаваемость и привлекательность брендов глобальных гостиничных цепочек – важное, но далеко не единственное их преимущество.

Подготовила Элеонора АРЕФЬЕВА



Сетевое преимущество

От цены до безопасности

«Когда компания или частное лицо бронирует отель международной цепочки, они становятся не просто клиентами этого отеля, а глобальными клиентами гостиничной корпорации, – говорит Оксана Леоненко, директор офиса глобальных продаж Marriott International в России. – С первой же ночи, проведенной в сетевом отеле, он становится участником программы лояльности. Какой бы обширной ни была география поездок клиента, ему нет нужды искать гостиницу в каком-то городе или стране – достаточно обратиться в офис глобальных продаж, менеджеры которого говорят на разных языках.

Большинство глобальных цепочек имеет тысячи отелей в сотнях городах по всему миру. Так, InterContinental Hotels Group управляет более чем 4400 гостиницами, под брендами корпорации Hilton Worldwide работает 3400 отелей в 67 странах мира, в портфолио Marriott International – более 3700 гостиниц.

Если компания становится клиентом международной гостиничной корпорации, она вправе рассчитывать на корпоративную цену при определенном объеме ночевков своих сотрудников, – продолжает разговор о преимуществах сетевых гостиниц Оксана Леоненко. – При заказе корпоративных поездок также действуют программы лояльности, при организации крупного мероприятия в сетевом отеле клиенту нередко предлагают определенные бонусы от гостиничного оператора, например, включение ряда дополнительных услуг в стоимость проживания».

Кроме того, все корпоративные клиенты, например, компании Marriott International, получают информацию о специальных предложениях оператора и, воспользовавшись ими, могут существенно сэкономить на корпоративных поездках. Глобальные операторы, как правило, придерживаются и очень гибкой политики отмены брони. Отели международных гостиничных сетей представлены в различных электронных каналах бро-

нирования, можно забронировать номер в отеле любой страны и города и через собственные сайты глобальных цепочек. Простота поиска и бронирования номеров – еще одно преимущество отелей под управлением международных операторов. Важно и то, что оплатить проживание можно, не прибегая к помощи посредников.

Через электронные системы, применяемые международными операторами, различные отели сети легко обмениваются данными о клиенте. Например, отели Marriott International имеют профайл на каждого гостя. Когда клиент этой группы гостиниц останавливается в том или ином отеле цепочки, персонал уже готов к приезду, прекрасно осведомлен о его требованиях и предпочтениях.

Щекотливый вопрос – безопасность, особенно актуальный для ряда стран, в число которых, увы, входит и Россия. Многочисленными примерами подтверждается правило, что бизнес-туристы в странах, репутация которых не безупречна с точки зрения безопасного пребывания, предпочитают

отели под международными брендами. Здесь гарантированно четко работает служба охраны, предусмотрен самый современный уровень противопожарной защиты, отлажен контроль за качеством еды в кафе и ресторанах. Во многих компаниях существуют специальные правила, в которых четко прописаны требования по безопасности в отеле.

Простота поиска и бронирования номеров – еще одно преимущество отелей под управлением международных операторов

Международные операторы четко придерживаются «зеленых» стандартов при строительстве и эксплуатации своих отелей. По словам Оксаны Леоненко, этот вопрос всё чаще становится одним из доминирующих при выборе гостиницы иностранной компанией, иногда клиенты даже просят рассчитать экологический ущерб от своей корпоративной поездки, включая загрязнение атмосферы продуктами сжженного при перелете топлива и заканчивая объемами потраченной в отеле воды. Эксперт считает, что в самой ближайшей перспективе и российские компании будут обращать больше внимания на вопросы экологической безопасности гостиниц.

десятилетиями гости сталкивались со всеми «прелестями» ненавязчивого советского сервиса. Последствия его ощущаются по сей день, недаром представители глобальных гостиничных компаний, как только начали вести бизнес в России, сразу же заявили о своем намерении не брать персонал с советским опытом, предпочитая обучать новичков, не нюхавших гостиничного пороха. «В отелях международных операторов учат персонал подбабочивать образцом обслуживания гостя, что касается независимых российских отелей – здесь до сих пор нередко клиенты вынужденно терпят две крайности: первая – хамство, другая – халдество», – как-то заметил один отельер.

От Москвы до самых до окраин

Россия – страна бизнес-туризма: цель большинства поездок жителей страны – деловые мероприятия, и совершаются они в основном по российским городам. Иностранцы в Россию тоже приезжают главным образом в командировки. Этим целям отвечает и структура средств размещения: в стране преобладают городские отели, где в той или иной мере представлены услуги для деловых путешественников. Еще 10–15 лет

интересе к городам с 500-тысячным населением и развитым экономическим сектором. Теперь приходят и в относительно небольшие города: например, французский оператор Accor Hospitality в ближайшее время откроет отели в Калуге и подмосковном Ступине. Генеральный директор компании в России Алексис Деларофф объясняет появление этих проектов тем обстоятельством, что иностранные компании активно ведут бизнес в маленьких городах и нуждаются в качественном размещении сотрудников. Бывает и по-другому: появление гостиниц под международными брендами в том или ином регионе стимулирует приток бизнес-потоков. Подтвердить это должен пример Сочи. Международные операторы, которые имеют проекты в столице будущей зимней Олимпиады, твердо верят в то, что это направление привлечет их клиентов со всего мира на корпоративные встречи. Интерес к олимпийскому городу, рекреационные возможности Сочи и новая инфраструктура, представленная в первую очередь отелями под международным управлением, по мнению представителей глобального гостиничного бизнеса, должна сделать черноморский курорт одним из мировых центров корпоративных поездок. На сегодня в России представлены отели следующих международных гостиничных корпораций:



Проблемы собственно обслуживания, качественной работы персонала отеля, его умения общаться с гостем решаются в сетевых отелях, по общему мнению многих экспертов, на подбабочившем уровне, от которого пока отстают гостиницы независимые. Особенно это касается стран постсоветского пространства, где совсем недавно в средствах размещения стал практиковаться клиентоориентированный подход, а прежде

назад это были отели советской постройки и соответствующего сервиса. С приходом международного гостиничного бизнеса всё изменилось. Начали свою деятельность в России глобальные операторы, как и положено по законам жанра, с экспансии в столицы проектов верхнего ценового сегмента. Затем устремились в города-миллионники с крупными и высокорентабельными предприятиями, чуть позже они заявили о своем

Hilton Worldwide, The Rezidor Hotel Group, Accor Hospitality, Marriott International, InterContinental Hotels Group, Starwood Hotels & Resorts, Hyatt International, Swissotel Hotels & Resorts, Lotte Hotel Group, Kempinski Hotels, Rocco Forte, Four Seasons Hotels & Resorts, Sokos Hotels, Domina, Ramada Worldwide. Проекты открытия отелей в России есть у Mandarin Oriental и цепочки Raffles.

Лидер по количеству гостиниц в России – The Rezidor Hotel Group, под управлением этого оператора действуют 19 отелей в Москве, Санкт-Петербурге, Сочи, Калининграде, Екатеринбурге, Казани, Великом Новгороде, Мурманске, Астрахани, Ижевске. Они работают под брендами Radisson Blu, Radisson Royal, Park Inn by Radisson. Сейчас готовятся к открытию еще десять средств размещения этой группы: три – в Сочи, по одному – в Ярославле, Воронеже, Волгограде, Нижнем Новгороде, Петрозаводске, Новосибирске, в Завидове Тверской области. Marriott International представлен в России 14 гостиницами под брендами Marriott Hotels&Resorts, The Ritz-Carlton, Renaissance, Courtyard by Marriott. В этом году ожидается открытие отеля Krasnodar Marriott Hotel.

Также на очереди у этого оператора – гостиница Marriott Krasnaya Polyana на 398 номеров и Courtyard by Marriott Sochi Plaza на 345 номеров (планируемое открытие – 2013 год). JW Marriott Sochi Golf Resort (150 номеров) компания намерена открыть в год проведения Олимпиады в Сочи. В планах Marriott International – открытие отелей в Нижнем Новгороде, Красноярске, Омске и Ростове-на-Дону. InterContinental Hotels Group управляет 14 гостиницами в России. Бренд Holiday Inn представлен в Москве, Санкт-Петербурге, Самаре, Челябинске. Апартаменты Staybridge Suites работает в Санкт-Петербурге, под брендом Crown Plaza действуют гостиницы в обеих столицах. Флагманский бренд группы имеет московский отель «InterContinental Тверская».

Глобальный гостиничный оператор Accor Hospitality открыл в России уже 11 отелей в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Ярославле, Казани, Омске, Нижнем Новгороде. В России представлены бренды Novotel, Mercure, ibis.

Недавно оператор заявил о планах открытия еще 50 гостиниц в России к 2015 году.

От конкурентов не намерен отставать оператор, флагманский бренд которого считается в России самым узнаваемым. Речь – о Hilton Worldwide. Пока он имеет лишь три гостиницы – в Москве, Перми и Новосибирске.

Но в планах – открытие 28 новых отелей по всей стране в ближайшие пять лет. Корпорация Hilton в ближайшие два-три года откроет четыре гостиницы в московском регионе, три – в Волгограде, по две – в Петербурге

и Омске, по одной – в Казани, Воронеже, Краснодаре, Перми и Самаре. В основном это будут отели среднеценовых брендов Hilton Garden Inn, Hampton by Hilton, а также бренда DoubleTree by Hilton.

Именно отели экономкласса международные операторы считают наиболее перспективными для российских регионов. Владимир Ильичев, директор по развитию Hilton Worldwide в России, подчеркивает, что такой формат оптимален для регионов, так как туда в основном по делам приезжают менеджеры среднего звена, которые не могут позволить себе оплачивать более дорогое размещение. Он также подчеркивает, что, например, такой бренд, как Hampton by Hilton, предоставляет гостям всё для комфортного проживания и работы – от бесплатного Wi-Fi в номерах и возможностей мобильной печати PrintSpot(tm) до круглосуточных бизнес-центров.

Большинство крупнейших международных гостиничных компаний заявляют о том, что Россия

входит в сферу их стратегических интересов, что гостиничный рынок страны – один из самых перспективных в мире.

Так, Саймон Винсент, президент Hilton Worldwide по европейскому региону, сказал, что ни в одной стране Старого Света корпорация не открывает больше отелей, чем в России.

Алексис Деларофф подчеркивает емкость российского гостиничного рынка таким сравнением: в Москве, самом населенном городе Европы, работает 29 отелей под управлением международных операторов, в Париже – 203.

Главными стимулами для экспансии международных гостиничных сетей в России являются высокие цены на размещение в большинстве городов, что свидетельствует о невысокой гостиничной конкуренции, а также низкий уровень комфорта и обслуживания, которые характерны для отелей советской постройки, доминирующих на рынке. ■

UTS
united travel solutions

MICE ■ BUSINESS TRAVEL ■ EVENT

Успешная организация MICE-программ и мероприятий по всему миру

- ◆ Анализ целей и задач мероприятия
- ◆ Ориентация на целевую аудиторию при составлении программы и выборе направления
- ◆ Учет скрытых и открытых особенностей группы
- ◆ Экспертная оценка логистической составляющей программы
- ◆ Профессиональное и эффективное сопровождение проекта и решение нестандартных ситуаций

Москва +7(495) 723-72-27
Санкт-Петербург +7(812) 324-33-93

www.utsinc.ru

Константин ГОРЯИНОВ,
директор гостиниц «Холидей Инн Москва Сущевский»,
«Холидей Инн Москва Лесная»



Важнейшее преимущество гостиниц, работающих под брендами международных операторов, – узнаваемость. Глобальные операторы делают очень серьезные инвестиции в узнаваемость всех брендов своей линейки. Каждый бренд – носитель потенциального качества. Каждый – предоставляет гарантированный набор услуг, который неизменен вне зависимости от места нахождения гостиницы бренда. Это касается комфорта номера, подбора кровати, наличия сейфа, бизнес-центра, телевидения, телефонии, интернета. Если бренд гарантирует бесплатный беспроводной интернет на всей территории отеля, он будет во всех гостиницах сети.

Очень важно для делового путешественника и то, что он может забронировать отель международного оператора через разные каналы – глобальный офис продаж, интернет, турагентства, офис-имплант. При объемах примерно от 100 ночей в год корпоративный клиент получает от гостиничного оператора корпоративную цену. Кроме того, при таких объемах можно рассчитывать и на дополнительные бонусы от гостиничной цепочки, например, отсутствие доплаты при раннем заезде или позднем выезде, бесплатный доступ на VIP-этаж, пользование химчисткой, прачечной, услугами спа-центра.

Все глобальные цепочки имеют программы лояльности: баллы можно накапливать и в групповых, и в индивидуальных поездках, их начисляют и при проведении мероприятий. Баллы дают возможность бесплатного проживания, их можно перевести в мили – каждый международный гостиничный оператор сотрудничает с рядом ведущих авиаперевозчиков.

Кроме того, сетевые гостиницы очень часто оказывают гостям визовую поддержку. Очень важный аспект – безопасность. Гости, которые едут в Россию, останавливаясь в отелях под международными брендами, чувствуют себя более защищенными. Эта защищенность измеряется не только количеством сотрудников службы безопасности, которые работают в гостиницах, тут идет речь о риск-менеджменте в целом. Это касается пожарной безопасности: в отелях международных брендов строго следят за исполнением международных и национальных норм, которые регламентируют использование негорючих материалов при отделке номеров и общественных зон отеля, создают продуманную систему эвакуации, размещают спринклеры так, что они могут очень эффективно и быстро ликвидировать возгорание.

Крупные корпорации перед началом мероприятия нередко требуют, чтобы руководитель службы безопасности в гостинице выступил перед участниками собрания и, как в самолете, подробно объяснил, что делать в случае сигнала тревоги. Безопасность в отеле под международным брендом предполагает и наличие качественной системы водоочистки, системы защиты дверей номера, специальные меры соблюдения конфиденциальности при проведении переговоров в отеле и многое другое.

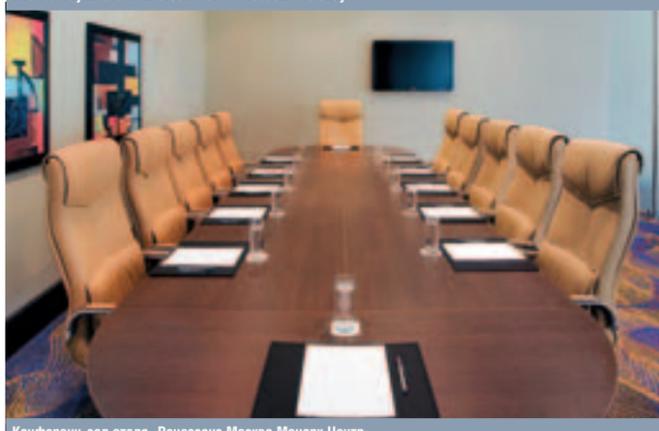
Часто, прежде чем включить гостиницу в число приоритетных для компании, в нее приезжает глава службы безопасности и делает полный осмотр на предмет соответствия требованиям, по результатам которого в компании принимают решение. В отелях под управлением глобальных операторов уделяют большое внимание соблюдению санитарно-гигиенических норм. В частности, тщательная уборка номера предусмотрена стандартами оператора, состояние каждого номера контролируется после уборки.

Очень серьезны требования международных операторов к качеству сервиса в отеле, то есть к работе персонала, который этот сервис обеспечивает.

Чем серьезнее и крупнее гостиничная корпорация, тем серьезнее подход к подготовке и обучению кадров. Тренинги, обучающие семинары проводятся регулярно – они могут проходить в самой гостинице, могут быть выездными, собирать коллег из разных отелей разных стран. Обучение в сетевых гостиницах проходят все: учатся линейные сотрудники и генеральные менеджеры. По сути, сотрудник сетевой гостиницы учится, а значит, совершенствует свой профессионализм постоянно, и такой высокий уровень подготовки персонала вряд ли сможет обеспечить независимый отель.



Бизнес-лаунж отеля InterContinental Moscow Tverskaya



Конференц-зал отеля «Ренессанс Москва Монарх Центр»



Конференц-зал отеля Courtyard by Marriott Moscow Paveletskaya Hotel



Конференц-зал «Петровский» отеля Marriot Aurora

WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»

Профессиональные рабочие встречи туроператоров, гостиниц, НТО и турагентств в крупнейших городах России и СНГ

ОСЕННЯЯ СЕРИЯ – 2012

17 сентября

Нижний Новгород

Крупнейший workshop в столице Поволжья

24 – 28 сентября

Самара – Тольятти – Казань – Уфа – Пермь

Поволжье и Урал. Более 1000 региональных агентств-посетителей

1 – 5 октября

Волгоград – Ростов-на-Дону – Краснодар – Ставрополь – Пятигорск

Лучшее деловое мероприятие на Юге России

9 – 12 октября

Сургут – Тюмень – Челябинск – Магнитогорск

Эффективные деловые встречи на Урале и в Западной Сибири

22 – 25 октября

Мурманск – Архангельск – Калининград

Налаживаем агентскую сеть на Северо-Западе России

30 – 31 октября

Алма-Ата – Астана

Единственный профессиональный workshop в Казахстане

- Стоимость участия в workshop: один город – 14 тыс. руб., в Алма-Ате и Астане – 16 тыс. руб.
- Стоимость семинаров: 20 мин. – 4 тыс. руб., 30 мин. – 6 тыс. руб., 40 мин. – 8 тыс. руб.
- Стоимость пакетов обслуживания: от 5 тыс. руб. в одном городе, включая трансферы и проживание.

- Дополнительно предлагаем:
 - доставку материалов в города проведения workshop;
 - размещение рекламы в каталогах workshop;
 - заочное участие в workshop;
 - индивидуальные презентации; для компаний в городах России и СНГ.

Организаторы оставляют за собой право вносить коррективы в сроки проведения мероприятий за полтора месяца до проведения.

Организатор: журнал «Турбизнес» **Турбизнес**

NATALE TOURS – генеральный туроператор workshop «Турбизнес» **Natalie**

Финляндия – страна-партнер workshop «Турбизнес» **Visit Finland**

MITT – официальный выставочный партнер workshop «Турбизнес» **Mitt**

Специальный партнер «Турбизнес» Людмила Сивова, Виктория Кудряшова, Евгения Шуманская, Алевтина Корева, Кристина Сивова
Дополнительная информация: (495) 723-72-72
workshop@tourbus.ru, www.tourbus.ru

Workshop
ТУРБИЗНЕС



Параллельно с MITF 2012 в «Гостинном дворе» проходил Деловой форум гостиничного комплекса Москвы 2012

Как понравиться бизнес-туристу?

В мае в московском выставочном центре «Гостинный двор» прошел Деловой форум гостиничного комплекса Москвы – 2012. Среди обсуждавшихся на форуме тем – классификация отелей, решение кадровых проблем гостиниц, легализация малых средств размещения. Тема бизнес-туризма тоже поднималась на форуме. На круглом столе «Бизнес-путешественник и индустрия гостеприимства. Как достичь максимального взаимопонимания?» эксперты обсудили, каким должен быть отель, чтобы оптимально соответствовать запросам делового путешественника.

Подготовила Элеонора АРЕФЬЕВА

Бизнес-турист – желанный и самый выгодный гость для любого отеля, городского либо загородного. Доход на номер он приносит куда более высокий, чем групповой турист, об этом напомнил Вадим Зеленский, председатель Ассоциации бизнес-туризма (АБТ). Ирина Боссхард, председатель комиссии по аттестации бизнес-отелей АБТ, отметила, что деловые поездки по России доминируют над всеми остальными видами путешествий, что также делает деловой сегмент привлекательным для гостиниц. Кроме того, география спроса бизнес-путешественника не меняется годами: он неизменно ездит в те города, куда простираются его деловые связи, и такое постоянство тоже на руку отельерам. Да, бизнес-турист – самый выгодный клиент гостиниц, но при этом и самый требовательный. Ирина Боссхард обратила внимание участников круглого стола на большой перечень услуг, которые, согласно разработанной АБТ аттестации, должны присутствовать в бизнес-отеле. 345 критериев соответствия этому званию предполагает аттестация. Г-жа Боссхард отметила только несколько основных позиций: наличие мест для деловых встреч, банкомата, Интернета, сейфа, кондиционера и фена, дополнительных розеток в номере. Она также обратила внимание на то,

что деловые путешественники считают немало важными такие «мелочи», как наличие утюга и гладильной доски в номере. Ирина Боссхард рассказала и о данных опроса деловых путешественников относительно того, чем они руководствуются при выборе гостиницы. На первом месте – трэвел-политика компании, что естественно: все расходы за рамки travel policy деловому путешественнику его предприятие просто не компенсирует. Далее идут расположение отеля, уровень обслуживания и рекомендации коллег. Важным посчитали путешествующие бизнесмены и общий набор услуг. И лишь только шестым по значимости пунктом назвали стоимость проживания. Г-жа Боссхард назвала и факторы успешного взаимодействия компаний клиентов и офисов продаж отелей. Как правило, заключаемая договор с отелем, компания настаивает на гарантии корпоративной цены, которую запрашивает на самую многочисленную категорию номеров гостиницы. При заключении договоров с клиентом sales-менеджеры отелей обычно ориентируются на срок два года, и в этот период цена не меняется. Компания-клиент предпочитает включать максимальное количество услуг отеля в стоимость проживания. Если речь идет об иностран-



Деловой форум гостиничного комплекса вызвал большой интерес у профессионалов отрасли

ных гостей, отделу продаж нужно быть готовым рассказать о следовании принципам «зеленой» политики в гостинице, причем такое требование звучит всё более и более настойчиво. У российских деловых путешественников тоже есть свои особенности, например, они до сих пор не слишком охотно доверяют Интернету свою кредитную карту, об этом на круглом столе рассказала Елена Лысенкова, генеральный директор компании Hospitality In.Comm. Платить за услуги, используя электронные каналы, россияне не очень любят, но, подчеркивает г-жа Лысенкова, Интернет остается самым эффективным каналом коммуникаций – ищут гостиницу, как правило, через Всемирную паутину. Лана Ключева, директор компании HRS.com в России и СНГ, подтвердила статистическими данными тенденцию, о которой упомянула Елена Лысенкова. Так, по данным HRS.com, в США 60% деловых поездок переведено в онлайн, в Западной Европе этот показатель держится на уровне 30–50%, в Восточной Европе оборот делового туризма через интернет-каналы достигает 15%, в России – всего 5%. Между тем использование электронных каналов дает компании-клиенту очевидные выгоды и преимущества. В частности, позволяет экономить на транзакционных сборах. По данным, озвученным Ланой Ключевой, общий транзакционный сбор при подготовке деловой поездки через агентства может доходить до 40 евро на одного человека. Электронные инструменты также не всегда бес-

платны: при использовании ряда систем транзакция составляет 3–10 евро, но это всё равно дешевле услуг агентств. Что касается HRS.com, это бесплатный инструмент для корпоративного клиента, компания зарабатывает на комиссии от отелей. Помимо реальной экономии, сотрудничество с HRS.com дает корпоративному клиенту множество других преимуществ. Программный продукт поставщика услуг интегрируется во внутреннюю программу клиента, позволяет выбрать проживание по специальной корпоративной цене.

Сервис – круглосуточный, доступен в том числе и через смартфон. В системе управления расходами можно отследить, какие услуги оплачивали сотрудники компании во время своей деловой поездки, и соотнести эти данные с требованиями трэвел-политики. В любом случае онлайн-каналы стоит осваивать и отельерам для продвижения своего продукта, и корпоративным клиентам с целью минимизации материальных и временных затрат на деловые поездки. ■



Оживленная дискуссия на семинаре «Кадры для гостиничного комплекса Москвы: иллюзии и реальность»

В Москве впервые состоялся Travel Business Day, организованный юридическим агентством «Персона Грата», консалтинговой группой «Тревел Эксперт» и издательским домом «Турбизнес». Мероприятие объединило руководителей, топ-менеджеров и главных бухгалтеров туристических фирм.

Софья КОНСТАНТИНОВА



Новые поправки к закону: что ждет туристический бизнес?

С докладами на Travel Business Day выступили Георгий Мохов, заместитель председателя Комитета по туризму и гостиничному хозяйству Москвы; Юлия Алчеева, исполнительный директор страховой компании ERV; Александр Жданов, советник председателя межрегиональной организации «Ассоциация защиты информации», член консультативного совета Роскомнадзора; Елена Иванова, специалист по аудиту в сфере туризма.

Георгий Мохов, открывая мероприятие, рассказал, что закон об основах туристской деятельности пытались изменить многократно, а нынешние поправки направлены на оказание экстренной помощи туристам, не получившим услуги

и не способным самостоятельно решить свои проблемы за рубежом, если туроператор не оплатил проживание или перевозку.

«Единая функция объединения туроператоров в сфере выездного туризма – управление компенсационным фондом, предназначенным для экстренной помощи туристам. То есть контроль за деятельностью туроператоров, за их финансовой устойчивостью в функции данного объединения не входит. Это не СРО, не организация, которая устанавливает правила работы на рынке, это организация, аккумулирующая имущество туроператоров, работающих в сфере выездного туризма», – подчеркнул эксперт.

Другой острый вопрос, которого коснулся Георгий Мохов: что нужно сделать сначала – войти в реестр туроператоров или в объединение туроператоров? Если создается объединение в сфере выездного туризма, то у организации уже должен быть статус туроператора. Этот статус определяется не чем иным, как внесением в федеральный реестр. Но, чтобы войти в реестр, согласно логике закона, нужно уже состоять в объединении туроператоров. То есть возникает разрыв между статусом туроператора, необходимым для внесения в реестр, и его возможностью осуществлять данный вид деятельности».

Говоря о компенсационном фонде, Георгий Мохов отметил, что, помимо взноса, оплачивается и содержание самого объединения туроператоров – 0,05% от денежного оборота, полученного за реализацию турпродукта за прошлый год. Всем известный размер взноса 0,1% от оборота может быть понижен, если фонд не произведет выплаты за предшествующий год. Однако подобное право удастся реализовать только через 3,5 года. Эксперт также не обошел своим вниманием норму, устанавливающую государственный надзор в сфере туристской деятельности, рассказал об уведомительном порядке осуществления турагентской деятельности и об исключении из закона термина «туристическая путевка».

Георгий Мохов отдельно остановился на обсуждении волнующей всех темы об ужесточении ответственности туроператора за действие его турагента.

«В новую редакцию внесена статья, устанавливающая ответственность туроператора за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств, заключенных турагентом как от имени туроператора, так и от своего имени. Это норма императивно устанавливает обязанность туроператора нести ответственность за неисполнение договора, заключенного турагентом с туристом. Это очень опасная статья для туроператоров, работающих на рынке, так как уследить за действиями агентов, самостоятельно реализующих турпродукт, фактически невозможно», – заявил эксперт. Он добавил, что можно прогнозировать ужесточение отношений между туроператорами и турагентствами с точки зрения установления правил, стандартов работы и периода оплаты.

О вновь возникших сложностях, связанных со страхованием в сфере туризма, рассказала **Юлия Алчеева**, исполнительный директор страховой компании ERV. Одна из проблем касается крупных туроператоров: так, например, туроператору нужно «доставаться» до необходимой суммы (12% от оборота) и привести договор в соответствие не позднее 4 июля. «Однако это слишком маленький срок, и ни одна страховая компания такую сумму ответственности брать не собирается», – подчеркнула эксперт. Страховое сообщество выступило с предложением создать пул компаний, занимающихся страхованием ответственности туроператоров и обязательным перестрахованием рисков, однако отражения этой инициативы в законе не нашлось.

Несмотря на то, что новые поправки направлены на обеспечение экстренной помощи туристу, Юлия Алчеева настроена скептически: «Чтобы прописать взаимоотношения страховщиков и компенсационного фонда, нужно обсуждение, но пока что не создан сам фонд и неясно, кто в него войдет».

«Самое главное противоречие закона – это страхование на случай умышленного действия туроператора. Гражданский кодекс запрещает нам страховать противоправные действия, то есть мы не можем производить выплату, если туроператор произвел какие-то умышленные действия.

Все жалеют туриста, но и мы – не Красный Крест. И даже при наличии регрессного права возникает вопрос платежеспособности тех, от кого мы будем требовать возмещения убытков», – заявила исполнительный директор ERV.

Другой темой выступления Юлии Алчеевой стало расширенное страхование туристов как инструмент дополнительной защиты. «Со стороны турбизнеса заинтересованность в реализации продуктов по расширенному страхованию есть – и это связано с проявлением лояльности к клиенту», – рассказала эксперт. Она добавила, что помимо медицинского страхования есть дополнительные продукты – страхование жизни, багажа, ответственности, страхование от невыезда.

Александр Жданов, советник председателя межрегиональной организации «Ассоциация защиты информации» и член консультативного совета Роскомнадзора, рассказал об ответственности за нарушение требований законодательства в сфере персональных данных. По статистике, в 2012 году 3920 человек обращались с жалобами на действия туроператоров, а это – повод для проверки. Чаще всего туроператоры не подают точных сведений в Роскомнадзор, незаконно обрабатывают биометрические данные или передают персональные данные третьим лицам без согласия субъекта. Все это карается штрафами, кроме того, Роскомнадзор может приостановить обработку персональных данных или действие лицензии.

Семинар, проведенный **Еленой Ивановой**, специалистом в бухгалтерском учете и аудите в сфере туризма, был посвящен объяснению сложных и спорных вопросов учета в туристическом бизнесе и оптимизации расходов. Она посоветовала четко выделить из совокупного оборота денежные средства, полученные конкретно от реализации туристского продукта в сфере выездного туризма, чтобы не возникло чрезмерной финансовой нагрузки.

Всего в Travel Business Day приняли участие представители более 30 ведущих российских компаний. Они остались довольны мероприятием, отметив, что подобный формат профессионального обучения очень актуален и востребован. ■



Георгий МОХОВ: «Что нужно сделать сначала – войти в реестр или в объединение?»



Юлия АЛЧЕЕВА: «Мы не можем страховать противоправные действия туроператора»

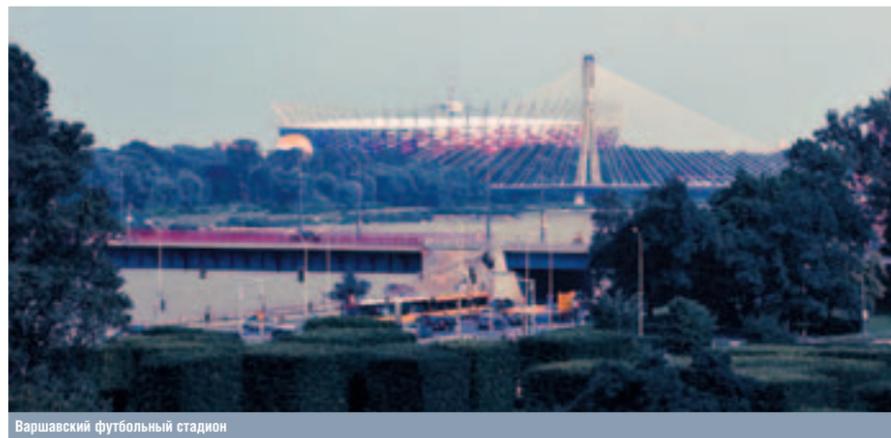


Александр ЖДАНОВ: «Меры пресекательного характера начинают нарастать и ужесточаться»



Елена ИВАНОВА: «Аналитику по учету выручки лучше вести отдельно»

Событийный туризм становится все более популярным у корпоративных групп. Одним из самых интересных и крупных событий этого лета стал Чемпионат по футболу «ЕВРО 2012», проходивший сразу в двух странах – Польше и Украине. О том, как организовать выезд группы на крупное спортивное мероприятие, а также о том, как Варшава встречала футбольный праздник, рассказывает Владимир ДЕМИН, руководитель пресс-службы компании UTS Travel



Варшавский футбольный стадион

Прогулки по Варшаве во время «Евро 2012»

Варшава

Наша туристическая группа из 120 человек обосновалась в отеле OssaSpa, в 75 км от Варшавы. Место просто изумительное: огромная территория, футбольные и волейбольные площадки, пруд. Да и наши туристы, съездив один раз в Варшаву, больше не хотели покидать территорию отеля с его замечательными условиями.

Единственный минус – довольно сложно было добраться до Варшавы. Автобус от ближайшего населенного пункта, что в 15 км от отеля, деревни Рава Мазовецкая, ходил в столицу раз в сутки, и ехать надо было 3,5 часа.

Транспортную проблему мы решили просто, организовав ежедневный шаттл в Варшаву всего за 35 евро в обе стороны.

Кстати, помимо этого, гиды UTS Travel организовали на месте еще ряд экскурсий, не входивших изначально в программу тура «Все на Евро».

Первый наш выезд был 11 июня в Варшаву. Наш путь лежал к подножию местной «сталинской высотки» – Дворцу культуры и науки, возведенному в центре Варшавы в 1955 году. Именно там находилась местная футбольная фан-зона. Вход в нее бесплатный, но для того чтобы туда попасть, необходимо пройти жесткий спецконтроль. Примечательно, что проверка при входе на Национальный стадион в день матча осуществляется более лояльно. Например, меня не пропустили в фан-зону



Отель OssaSpa принял российских болельщиков

с зеркальным фотоаппаратом. Вежливо попросили сдать в камеру хранения, находящуюся поблизости. На стадион я проходил с ним беспрепятственно. Смотреть футбол в фан-зоне достаточно удобно: большой экран, фастфуд, пиво. Все продумано и доступно по цене. Единственное, мест на трибуне обычно не хватало для всех желающих, так что занимать их нужно было заранее.

Стадион находился всего в полчаса ходьбы пешком, на улице Aleje Jeroslimskie, о нем чуть позже.

Дух «Евро» в Варшаве

Особенность фан-зоны состояла также в том, что это было единственное помимо стадиона место, где можно приобрести официальную сувенирную продукцию «Евро 2012», хотя по весьма высоким ценам. Обыкновенная хлопковая футболка оценивалась в 100 злотых, это 25 евро, или 1000 рублей. Выбор магнитов, пинов, брелоков и прочих туристических аксессуаров был невелик.

В городских сувенирных лавочках обычных сувениров было множество, а футбольных – ни одного. Разве что атрибутика польской сборной. Чемпионат Европы по футболу наложил отпечаток на самые разные, порой неожиданные места в городе. Варшавский «Макдональдс» предлагал своим гостям «евробургер». А в сердце Старого города около памятника королю Сигизмунду фонарные растяжки были оформлены в виде футбольных мячей.

Около памятника Николаю Копернику обнаружилась аллея футбольной славы. Вдоль улицы была выставлена экспозиция с плакатами, повествующими об истории польских футбольных клубов. Чуть левее находится площадь Рынок, где стоит Сирена – памятник-символ Варшавы. Кстати, мини-копии этого произведения искусства были расположены по всему городу и символизировали каждую сборную, участвующую в чемпионате Европы. Только у футбольной Сирены в правой руке вместо меча – мяч.

Футбол под пиво

Неудивительно, что в Старом городе – большое количество питейных и гастрономических заведений. Национальной пивной гордостью является напиток под названием Zywiec. Также можно найти заведение с чешским «Плзеньским» или попробовать польское пиво Varka, Lech, Tyskye.

Болельщики и «околофутбольный» сервис

Во время группового этапа чемпионата в Варшаве было множество болельщиков из разных стран: поляки с символикой на своих автомобилях, русские, греки, испанцы, англичане. К счастью, наши туристы не попали в неприятные истории до и после матча с поляками. Автобусы компании UTS Travel были припаркованы на стоянке УЕФА вблизи стадиона, так что после матча все в полном составе направились в отель. Всё было весело, мирно и дружно.

Приятно удивило количество волонтеров на улице. Мне очень запомнилась надпись на майке одной из сотрудниц УЕФА: «Я знаю, чем я могу вам помочь. Я говорю по-русски».

Национальный стадион в Варшаве

Сборная России проводила на этой арене два своих матча, так что изучить стадион мы смогли основательно. Стадион очень удобен. Вход на трибуны осуществляется через специальные турникеты. По периметру всего стадиона на среднем ярусе проходит так называемая прогулочная аллея, где даже с коляской погулять можно. Через каждые десять метров – точки с фастфудом и напитками.

Стюарды на стадионе уже не спрашивают билеты, так что если есть возможность найти более удобное свободное место, можно смело его занимать. Очень красиво стадион выглядит ночью. Подсветка в красно-белых тонах и море людей, потоками покидающих арену... ■

Наша задача – удивить клиента

Наш журнал продолжает серию публикаций, посвященных двадцатилетнему юбилею компании «Демлинк». На этот раз наш собеседник – финансовый директор компании Виктор КУПРИН.



■ Двадцать лет – это почти целая жизнь. Вы стояли у истоков компании и, наверное, сможете оценить, что кардинально поменялось за это время в вашей работе, а что осталось неизменным?

По большому счету поменялось всё. Разве что интерес к путешествиям у людей не пропал. Прежде всего, с появлением новых технологий поменялся и продолжает чуть ли не ежедневно меняться рынок. Кто мог представить не то что двадцать, пять – семь лет назад, что путешествие можно будет забронировать с помощью мобильного телефона или планшетного компьютера, сидя где-нибудь в кафе. Раньше люди не были настолько самостоятельными в выборе маршрутов, отелей, направлений поездок. Им надо было всё подробно объяснять, какой отель, что есть в номерах, сколько метров до пляжа, что есть вокруг отеля и так далее. Сегодня клиенты приходят подготовленными, четко знающими, что и за какую цену они хотят приобрести.

■ Можно ли выделить какие-то особенно популярные у клиентов направления?

Наши клиенты, как правило, искушенные путешественники, обычный тур формата «билет – отель – виза – несколько экскурсий» их не устраивает. Речь идет, разумеется, об инсентив-турах. Если двадцать лет назад пользовались популярностью всего несколько стран, а самой сумасшедшей экзотикой был Таиланд, то сейчас многие интересуются инсентив-поездками в США, Южную Америку, на острова, в Юго-Восточную Азию. Причем иногда выбирают такие регионы, которые раньше никто и рассматривать не мог как места отдыха, например Вьетнам или Камбоджу. Много стало запросов инсентив- и тимбилдинговых туров на север и в Антарктиду.

■ Какие тимбилдинговые программы пользуются большим спросом?

Выделить что-то конкретное мне сложно, поскольку программ много и компания выбирает ту, что больше ей подходит. Мы же со своей стороны стараемся клиентов удивлять и придумываем различные способы, как весело и интересно сплотить команду. Если в компании больше мужчин, то им интересны будут поездки с элементами экстрима.

Например, у нас был вариант тимбилдинговой программы со сплавом по реке. Разрабатывая этот тур, мы нашли специалистов, знающих реку, по которой предполагался сплав, набрали инструкторов по числу лодок, нашли даже повара, способного в походных условиях обеспечить привычный уровень комфорта. Так что даже если в туре присутствуют элементы риска, клиенты всегда находятся в максимальной безопасности, поскольку подстрахованы специалистами. Вообще, командных путешествий стало больше, причем это относится как к корпоративным туристам, так и к обычным.

Очень популярны в этом смысле яхтенные регаты. Они проводятся во многих странах, например на севере Англии, в Монако, в Карибском бассейне, в Хорватии. Для того чтобы принять участие в таком туре, не нужно обладать какими-то специальными знаниями, достаточно просто выбрать определенную дату, тип яхты и прибыть в оговоренное время в пункт приписки своего судна. Единственное, фрахтовать судно надо сильно заранее, примерно за полгода до начала путешествия. На каждой яхте есть капитан, который объясняет, что и как надо делать. Количество участников регаты зависит от размера судна. Участвовать в регате могут и мужчины, и женщины. Продолжительность регаты бывает разная – есть длинные, есть короткие, но, как правило, не меньше недели. Но это не значит, что люди всё время в море. Существуют стоянки в маринах, где можно сойти на берег, погулять, осмотреть достопримечательности.

■ В вашей компании действует система по оптимизации затрат. Расскажите, пожалуйста, об этом подробнее.

Мы регулярно устраиваем для наших клиентов бизнес-завтраки, семинары, посвященные оптимизации затрат. В работе по оптимизации много аспектов, зачастую индивидуальных. Но есть, разумеется, и некие общие, вполне очевидные правила, соблюдение которых приводит к значительной экономии. Первое и главное – всё бронировать заранее. Ведь любая поездка включает в себя несколько опций, цены на которые растут пропорционально срочности заказа. Чем раньше вы

закажете авиабилет, тем дешевле он вам обойдется и тем проще будет что-то поменять при необходимости. Если человек летит на выставку или крупный конгресс, то мест в отелях в последнюю минуту, скорее всего, не будет или стоить номера будут существенно дороже, чем при раннем бронировании. Если для поездки нужна виза, то ее срочное оформление стоит, как правило, в два раза дороже обычного. И так далее, то есть на круг поездка становится сильно дороже.

На нашем сайте у каждого клиента есть «личный кабинет». Там он может ввести запрос на поездку и автоматически получить самые оптимальные варианты стоимости с учетом тревел-политики его компании.

■ Как вы оцениваете появление Ассоциации агентств делового туризма на рынке?

Я приветствую ее появление на рынке. Создание ассоциации инициировали восемь крупных компаний, в числе которых был и «Демлинк». Это абсолютно прозрачная организация с независимым директором, понятным и доступным уставом. Ее главная цель – работать на благо игроков рынка. Ассоциация открыта для тех, кто профессионально занимается деловым туризмом, и я надеюсь, что в будущем она будет активно расширяться.

■ Что бы вы хотели пожелать своей компании в год ее двадцатилетия?

Пожелать встретить тридцатилетие с тем же успехом, с каким она встретила двадцатилетие. Надеюсь, в будущем мы сможем стать международной компанией и открыть филиалы в Европе или Азии. И еще одно, финансовое, пожелание – надеюсь, мы будем вскоре котироваться на бирже и выставлять свои акции на IPO. Мир меняется стремительно, через десять лет всё будет по-другому, и я хочу пожелать нам всем идеально вписаться в перемены и быть на гребне успеха. ■

Тема следующего выпуска — «КЛИЕНТЫ О НАС». Высылайте вопросы по адресу info@demlink.ru.
WWW.DEMLINK.RU +7 (495) 797-64-00, 661-05-61






Каждая деловая поездка – это небольшое, но важное бизнес-событие, поэтому компания MaxMICE организует ее по стандартам бизнес-трэвел, используя подход и возможности MICE-индустрии.

Новая бизнес-трэвел услуга MaxMICE – бронирование билетов на аэроэкспресс

С недавнего времени организовывать деловые поездки с MaxMICE стало еще удобнее. Теперь для наших клиентов мы можем забронировать билеты на аэроэкспресс в/из всех аэропортов Москвы. Билеты могут быть оформлены в виде бумажных карточек или электронных квитанций. Карточки не привязаны к дате и времени и могут быть использованы в течение полугода.

Клиенты MaxMICE могут приобретать неограниченное количество карточек для своих сотрудников. Электронные квитанции действуют на конкретный поезд, их можно получить по электронной почте.

Более подробную информацию можно получить у сотрудников департамента бизнес-трэвел компании.

MICEDISCOUNT – рабочий инструмент для MICE

Многие профессионалы отечественного MICE-бизнеса отмечают практически полное отсутствие специализированных интернет-ресурсов, которые помогали бы менеджерам в повседневной работе. Если обратиться к рынку туроперирования, то различных информационных и оперативных сайтов со спецпредложениями, которыми ежедневно пользуются турагенты, не меньше десятка. А что есть для MICE? Только отдельные фрагменты информации, разбросанной по разным уголкам Интернета.

Владельцы ресурса www.micediscount.ru как раз и ставили перед собой основную задачу – создание бесплатного интернет-проекта, который максимально сократил бы время работы менеджера по поиску информации, необходимой ему при подготовке предложения для клиента.

Первый этап реализации MICEDISCOUNT, а именно – блок специальных предложений по всем видам услуг для организации корпоративных мероприятий в России и за рубежом (отели, конференц-услуги, тимбилдинг, рестораны, групповые программы), доказал свою востребованность как со стороны менеджеров MICE-агентств и трэвел-координаторов корпоративных компаний, так и со стороны широкого спектра поставщиков данных услуг.

Только за последние шесть месяцев на MICEDISCOUNT было размещено более 600 спецпредложений для корпоративных групп со скидками от 10 до 85%. Ежедневно более 300 профессиональных пользователей сайта находят на MICEDISCOUNT важную информацию по скидкам для мероприятий.

В текущем режиме ежедневно на сайте находится от 150 до 250 предложений по MICE-услугам. Однако цели и задачи разработчиков проекта этим не ограничиваются. Решая главную задачу превращения сайта в основной рабочий инструмент менеджера, на нем появился новый и чрезвычайно полезный раздел «MICE-справочник». При его создании учитывались первоочередные потребности менеджера, возникающие в ходе подготовки предложений для корпоративных клиентов. В него включена общая страноведческая информация: описание страны, ее особенности, визовые формальности, валюта, достопримечательности, погода, транспортная доступность столицы страны и основных центров для россиян. Чрезвычайно полезен и раздел «Поиск MICE-партнера».

С одной стороны, у каждого менеджера или компании есть свои наработанные связи, но, как показывает практика, очень важно иметь под рукой и базу данных зарубежных DMC-партнеров, российских региональных MICE-агентств, профессионально работающих по приему корпоративных групп, информацию по конференц-отелям в России и за рубежом. Участие в международных и российских MICE-выставках свидетельствует о растущем интересе со стороны зарубежных MICE-партнеров к работе с российскими корпоративными группами. Зачастую при возникновении необходимости найти партнера в том или ином регионе России для обслуживания группы MICE-менеджеры просто не знают, в какое из агентств можно обратиться. Многие из этих потенциальных партнеров имеют инте-

ресные и необычные ин센сивные программы и конкурентоспособные цены, но формата выставок и разовых деловых встреч недостаточно для развития отношений и поиска партнеров, а самое главное – для постоянного обновления информации о своих возможностях.

Предложенная база поставщиков MICE – это не просто адресные данные, а достаточно полные портфолио компаний, раскрывающие опыт работы с корпоративными группами, с отчетами о проведенных мероприятиях, фото- и видеоматериалами, примерами программ и специальными предложениями. Чем больше DMC-компания заинтересована в новых партнерах, тем ярче и интересней должна быть справка о ней.

В дополнение хотелось бы еще раз отметить, что вся информация на www.micediscount.ru абсолютно открыта и бесплатна для пользователей. Все выложенные цены – это прямые цены на спецпредложения от поставщиков MICE-услуг, без всяких накруток и комиссий. Все контакты поставщиков открыты, и по любым их предложениям менеджеры могут оперативно связываться и направлять запросы.

Что касается источников финансирования проекта, то доходная часть складывается из поступлений по годовым контрактам на размещение информации с поставщиками услуг и от рекламы на сайте. Причем суммы годового размещения информации и неограниченного количества спецпредложений для поставщиков весьма скромные в сравнении с другими ресурсами.

Таким образом, MICEDISCOUNT продолжает активно развиваться, всё больше и больше отвечая запросам и повседневным потребностям MICE-рынка.

Адрес сайта: www.micediscount.ru



Ski Open Party – зимний праздник в Австрии



Туроператор «Мегаполус турс», входящий в швейцарский концерн Kuoni, представляет эксклюзивную программу для горнолыжников Ski Open Party, торжественное открытие горнолыжного сезона 2012/13 года!

Ski Open Party – это ski-safari и мастер-классы, увлекательные горнолыжные соревнования и награждение победителей очень ценными призами, вечерние развлекательные программы и видеорепортажи со склонов. Но

самое главное, Ski Open Party – это сказочная предновогодняя атмосфера в отличной компании интересных людей, которых объединяет одно – любовь к горам и горным лыжам!

В декабре этого года горнолыжный праздник пройдет 10-й раз подряд. **Ski Open Party** уже проводился во Франции – на курортах Мерибель и Валь д'Изер, в Италии – в Валь Гардене, в Швейцарии – в Церматте и Санкт-Морице, в Австрии – в Ишгле и Майрхофене.

Праздник открывали команды КВН «Уральские пельмени», «Станция спортивная», «Уездный город», Александр Ревва, Эвелина Блэданс.

Ski Open Party – 2012 пройдет в Австрии на курорте Зельден с **15 по 22 декабря**, короткая программа – с **15 по 19 декабря**.

Расположенный на высоте 1370 м Зельден – наиболее популярный горнолыжный курорт Отцтала, самой большой долины в Восточных Альпах и самого высокогорного района Тироля. Живописную долину окружают 250 вершин выше 3 тыс. м над уровнем моря. Здесь фантастическое разнообразие ландшафтов: просторные участки сменяются узкими ущельями, поросшие густым лесом склоны – полями ледников... Зельден – это большое разнообразие спусков, современные подъемники, два ледника, а также великолепное apres-ski, недаром этот курорт называют альпийской Ибицей!

Откройте горнолыжный сезон ярко, удачно и весело, чтобы воспоминания о том, как было здорово кататься, гулять, веселиться, согревали холодными зимними вечерами.

По итогам «ЕВРО 2012»

Подводя итоги чемпионата Европы по футболу, можно с уверенностью сказать, что Украина многое выиграла. Фанаты и обычные зрители увидели яркий футбол в исполнении лучших команд континента, были поставлены новые рекорды посещаемости стадионов и фан-зон, построены новые спортивные комплексы, аэропорты, отели и дороги, которые послужат стране и после окончания чемпионата. В целом Украина доказала, что способна принимать такого рода мероприятия на высоком уровне. А критика зарубежных СМИ, которая лилась в адрес Украины до чемпионата, сменилась на хвалебные отзывы всех ведущих газет и телеканалов мира. Так, например, газета New York Times назвала Киев самым ярким городом XXI века. Она отметила, что в связи с чемпионатом принимающий город стал модным и как магнит притягивает внимание тысяч туристов со всего мира. Все как один иностранные гости, которые посетили украинские города, отмечали дружелюбность украинцев, красоту местных девушек и то, как интересно они провели время. Оценить прибыль от проведения чемпионата достаточно сложно. Известно, что посетили Украину 1,8 млн гостей, каждый из которых оставил в стране в среднем 400 долларов, то есть болельщики потратили около 1 млрд долларов. Однако отельеров подведение итогов «ЕВРО 2012» не удовлетворило. Так, например, в киевских отелях 100-процентная загрузка отмечалась только в период проведения финала, несмотря на то, что город принял еще четыре матча. За несколько месяцев до проведения чемпионата отельеры прогнозировали полную загрузку в течение всего периода соревнований. Однако завышенные ожидания и цены сыграли с ними злую шутку. Впрочем, финальный матч в Киеве оправдал все надежды.

Помимо простых болельщиков, город также принял множество гостей, которым приезд организовали ивент-агентства по заказу крупных зарубежных компаний. Компания «Альбатрос тревел» помогла ряду российских корпоративных клиентов разных сфер деятельности (работникам банков, фармацевтической, автомобильной и алкогольной промышленности) увидеть красоты Украины в перерывах между матчами. В основном их заинтересовала программа, которая включала в себя обзорную экскурсию по городу, посещение

музеев под открытым небом с участием в национальных забавах и, конечно же, просмотр финального матча. Таким образом, у гостей была возможность не только приобщиться к празднику футбола, но и познакомиться со страной.

Услуги

- бронирование отелей по Украине
- экскурсии
- VIP обслуживание в аэропортах
- MICE
- транспортное сопровождение
- визовая поддержка

В Киеве
www.albatros-travel.com.ua
 ул. Гарибальди, 258
 Киев 01004, Украина
 +38 044 495 56 70

Персональный контакт
 Сергей Курченко
sergey@albatros-travel.com.ua
 Директор по развитию
 международного туризма

В Одессе
www.odessa-hotels.com.ua
 ул. Жуковского, 2
 Одесса 65014, Украина
 +38 048 784 11 51

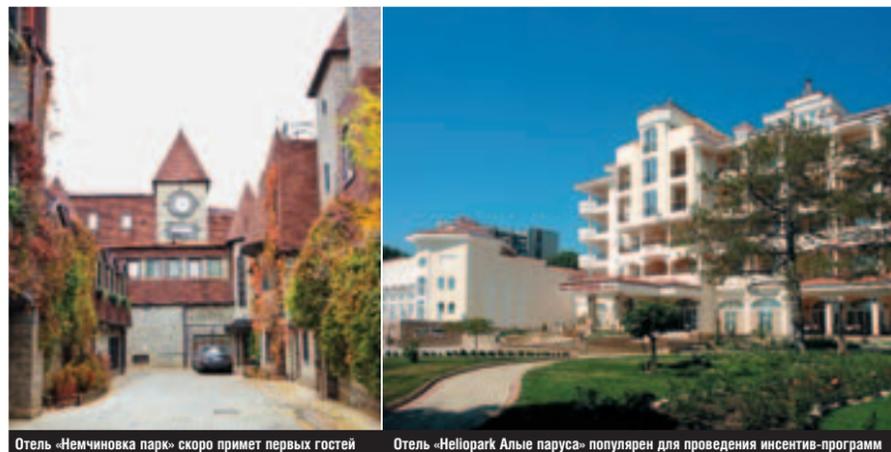


Загородные отели очень удобны при проведении комбинированных мероприятий, например обучающих конференций и тимбилдингов, семинаров и банкетов. На фото отель «Cronwell Park Доброно»

Вдали от шума городского...

Корпоративные выезды в загородные отели, будь то деловые встречи или торжества в компании, становятся всё более популярными. Эксперты говорят о ежегодном росте спроса. По их мнению, главная причина роста популярности деловых и развлекательных корпоративных программ за городом – это возможность совместить работу и отдых, провести время на природе. Но есть и другие весомые доводы в пользу загородных отелей.

Подготовила Элеонора АРЕФЬЕВА



Отель «Немчиновка парк» скоро примет первых гостей

Отель «Нелиорак Алье паруса» популярен для проведения инсентив-программ

И выгодная цена, и свежий воздух «В загородном отеле тот же конференц-пакет, что в отеле городском, компания приобретает на более выгодных условиях», – рассказывает **Светлана Филановская**, директор по продажам «Репино Cronwell Park Отель» (работает в составе сети Cronwell Hotels&Resorts, управляющей тремя загородными отелями в России). С таким мнением согласен и **Евгений Бугровский**, директор по управлению сетью отелей HELIOPARK Hotels & Resorts (в ее составе три загородных отеля). Он считает, что проведение мероприятий в гостиницах за городом дает возможность сократить затраты, особенно при проведении длительных выездов (два-три дня).

По мнению г-на Бугровского, загородные отели очень удобны, если речь идет о комбинации мероприятий, например обучающая конференция и тимбилдинг, семинары и банкет. Светлана Филановская также считает важным преимуществом то, что выбор загородного отеля позволяет деловую и банкетную части программы провести на одной территории: гостям при этом не нужно никуда перемещаться, нет проблем с транспортом. Евгений Бугровский обращает внимание на то, что после длительной работы и участия в тренингах и семинарах требуется эмоциональная разгрузка и отдых. В этом смысле загородный отель с лесной территорией – наиболее подходящее место.

Г-жа Филановская отметила, что в любом случае проведение делового «протокольного» мероприятия с возможностью отдыха на природе участники всегда воспринимают положительно. Территория вокруг отеля, живописные природные ландшафты тоже очень часто задействуются при проведении корпоративных мероприятий и помогают их разнообразить, считает Евгений Бугровский. Использовать open-air можно по-разному, отмечает эксперт: задействовать открытые площадки для занятий, выставок, установки шатров. На территории можно устраивать

фейерверки, проводить спортивные соревнования, организовывать вечерние развлекательные программы.

Сергей Якимов, исполнительный директор «Cronwell Resort Югорская Долина», говорит о других привилегиях, которые получает организатор мероприятия в загородном отеле: «Гости имеют возможность оценить прелесть банкетов на территории мангальных зон в кедровом лесу, сплотить коллектив во время проведения мини-спартакиады, насладиться дарами сибирской природы в спа-кабинетах и термальных минеральных бассейнах. Кедровый бор, заповедная зона «Самаровский чугас» и небольшая речка, которые находятся в непосредственной близости от гостиницы, производят на гостей особое впечатление. Необычайная красота сибирской природы не может оставить равнодушными жителей мегаполисов. Удаленность от центра города гарантирует чистоту воздуха и умиротворяющую тишину», – такие доводы корпоративных клиентов г-н Якимов приводит как аргумент в пользу выбора загородного отеля для проведения мероприятий.

Особые требования

Представители загородных отелей отмечают отсутствие ярко выраженной сезонности в спросе на корпоративные мероприятия. Разве что в зависимости от времени года меняется формат встреч.

«Осень и весна – пик сезона деловой активности, когда проводится большая часть обучающих семинаров, тренингов и конференций. Летом увеличивается количество инсентивов, активных корпоративных мероприятий, проводятся «дни компаний». Зимой обычно проходят встречи и собрания, участники которых подводят итоги года и обсуждают планы на будущее, награждают лучших сотрудников. Разумеется, в конце декабря – традиционный пик спроса на корпоративные предновогодние вечеринки», – рассказывает Евгений Бугровский.

Он также перечислил виды мероприятий, под которые обычно бронируют загородные отели. Нередко это мини-выставки, презентации. «Такие мероприятия могут быть как корпоративными, организованными специально для сотрудников конкретной компании, так и открытыми, на которые могут прийти все желающие», – рассказывает г-н Бугровский. Часто в загородных отелях проводят семинары, тренинги.

«Крупные компании совмещают проведение презентаций для своих региональных офисов и тренингов и семинаров по группам, поэтому выбирают отель, в котором можно очень оперативно переоборудовать залы. Заказчик всё чаще отдаёт предпочтение отелям, в которых есть многофункциональные залы-трансформеры», – подчеркивает Евгений Бугровский.

По его наблюдениям, большая часть мероприятий – двух- или трехдневные, среднее количество участников – 30–50. «Однако с начала 2012 г. замечена тенденция увеличения продолжительности деловых мероприятий и количества человек в группе до 100–150. Часто такие мероприятия предполагают серийность – заказчики сразу оговаривают повторные заезды в течение года и более выгодные условия для размещения», – отмечает эксперт.

Светлана Филановская рассказала, что далеко не каждый загородный отель способен удовлетворить требования корпоративного заказчика: «Сегодня более 30 загородных отелей Петербурга готовы предложить свои площадки для проведения тренингов и семинаров и лишь шесть-семь – для проведения форумов и конференций. Понятно, что для более масштабных деловых мероприятий нужны и более серьезные загородные конференц-площадки, поскольку как бы ни была хороша природа вокруг отеля, основным требованием организаторов мероприятий остается хорошая техническая оснащённость конференц-залов и всей гостиничной инфраструктуры в целом. Ведь, кроме того что люди будут общаться в деловом формате, они должны полноценно питаться и, в случае двух-трехдневных мероприятий, – полноценно отдыхать».

Г-жа Филановская отметила, что не только отель должен учитывать требования корпоративного заказчика, но и он, клиент, должен соблюдать правила, принятые на территории загородного гостиничного комплекса. Она пояснила,



HRS.com – ведущий зарубежный портал бронирования отелей

- Более 250 000 отелей в 180 странах мира
- Эксклюзивные скидки до 30%
- Прямое бронирование в режиме реального времени
- Возможность бронирования без кредитной карты
- Бесплатная отмена до 18:00 дня заезда

Узнайте больше о корпоративных программах:

+7 499 277 7887

8 800 555 7887

(звонок бесплатный из всех регионов России)

НАШ ОФИС В МОСКВЕ

Холл Ротариумский Олимп, РТС

Ул. Старовая, д.4,

119071, Москва

Sales@HRS.com www.hrs.com

 **HRS**
The Hotel Portal

что имеет в виду ощущение вседозволенности, которое нередко возникает у представителей компаний, как только они выезжают за город.

В процессе бронирования приходится оговаривать то, чего делать нельзя, а именно – устраивать салюты на неприспособленных для этого площадках, использовать дым-машины, летающие фонарики, квадрациклы.

Искусство разводить потоки

Индивидуальные гости загородных отелей существенно отличаются от клиентуры бизнес-гостиниц. За город едут в основном на отдых семьи с детьми. Перед менеджментом этого формата гостиниц стоит задача разводить потоки индивидуальных и корпоративных гостей: понятно, что без четкой логистики они могут помешать друг другу.

У отельеров в загородных гостиницах есть наработанный опыт такой логистики.

Евгений Бугровский говорит о том, что в отелях HELIOPARK используется дифференциация по времени заселения групп, предварительное оформление гостевых карт при корпоративных заездах.

В загородных отелях сети практикуется параллельная организация пребывания: занятия для корпоративных клиентов в дневное время и организация дневных анимационных программ для индивидуальных гостей, организация питания в разных залах для разных категорий гостей.



В отелях Heliopark практикуется параллельная организация пребывания деловых и обычных гостей. На фото отель Heliopark Thalasso

Сергей Якимов рассказывает, что на время проведения массовых корпоративных мероприятий арендованные объекты недоступны для физических лиц. Туристам предлагается альтернативный вариант проведения досуга. Например, если проводится корпоратив в «Банном дворике», можно посетить бассейн велнес-центра или русскую баню. Точки питания также не бывают арендованы одновременно. Один из ресторанов

всегда открыт для индивидуальных клиентов», – рассказывает г-н Якимов о вариантах решения проблемы.

Пик спроса со стороны индивидуальных клиентов приходится на выходные дни, массовый заезд гостей начинается в пятницу вечером. Поэтому корпоративные заезды лучше планировать в будние дни. Это, кстати, будет и гарантией лучшей цены конференц-пакета. ■



© IMEX

Развитие MICE-индустрии продолжается, несмотря на финансовые потери последних лет в других отраслях. Хотя неопределенность экономической ситуации в мире сохраняется, именно сейчас актуальны встречи руководителей и специалистов для обмена мнениями и опытом, укрепления связей, установления деловых контактов.

Подготовила Ольга КУСИНА

Показательные выступления

Активное развитие MICE-индустрии характеризуется регулярным проведением профессиональных выставок, посвященных деловому туризму, которые с каждым годом только набирают обороты и увеличивают масштабы. Профессиональные выставки являются уникальным маркетинговым инструментом, который необходимо использовать всем участникам рынка – конгрессно-выставочным площадкам, гостиницам с конференц-залами, DMC-компаниям, event-агентствам. Одной из основных задач участия российских компаний в зарубежных выставках является привлечение в Россию крупных международных конгрессов, которые в свою очередь являются генератором экономического роста и развития делового туризма. Союз международных ассоциаций Union of International Associations (UIA) и Международная ассоциация конгрессов и конференций International Congress and Convention Association (ICCA) осуществляют постоянный мониторинг международных конгрессных мероприятий, ведут статистику и публикуют ежегодные статистические отчеты. Несмотря на различные критерии, применяемые при анализе конгрессов, можно проследить определенные тенденции и констатировать тот факт, что наша страна не занимает лидирующих позиций в представленных рейтингах. По итогам статистики ICCA за 2011 год Россия занимает лишь 40-ю строчку в международном рейтинге – всего проведено 69 мероприятий, из которых

27 – в Москве, 26 – в Санкт-Петербурге. Москва разделяет 76-ю строчку рейтинга с корейским городом Пусан и со столицей Уругвая Монтевидео. Следом, на 79-й строке, обосновались Бордо, Манчестер, Рига и Санкт-Петербург. Для сравнения: в 2010 г. Россия занимала 41-ю позицию рейтинга ICCA – было зафиксировано 48 конгрессов международных ассоциаций, из них 19 – проведено в Москве (96-я позиция в рейтинге), 16 – в Санкт-Петербурге (112-я позиция). Задача, которая стоит перед всем профессиональным сообществом, заключается в активной работе по продвижению России на всех профессиональных выставках, что позволит привлечь большее количество международных мероприятий и в дальнейшем улучшить позиции в международных рейтингах. Профессиональные выставки MICE-индустрии проводятся на протяжении всего года по региональному принципу и охватывают весь рынок международного делового туризма. Крупнейшими организаторами выставок, посвященных деловому туризму, являются компании IMEX Group (Regent Exhibitions) и Reed Exhibitions. В настоящее время в год проводится более 15 профильных выставок, из которых наиболее крупными являются IMEX, EIBTM, Confex, GIBTM, CIBTM, AIME. В 2011 году впервые прошли выставки AIBTM (Americas Meetings & Events Exhibitions, Балтимор, США) и IMEX America (Sands Expo & Convention Center, Лас-Вегас, США).

Наиболее крупной отраслевой выставкой является международная выставка по инсентив-туризму IMEX, которая в 2012 г. прошла с 22 по 24 мая в Германии (г. Франкфурт-на-Майне) в выставочном комплексе Messe Frankfurt. Следует отметить, что Германия занимает вторую строчку рейтинга ICCA по итогам 2011 года (всего было проведено 577 конгрессов международных ассоциаций). Однако Франкфурт-на-Майне существенно уступает Москве и Санкт-Петербургу по количеству проведенных мероприятий и занимает лишь 109-ю строчку по итогам 2011 г. Выставка IMEX проходит ежегодно с 2003 г. и в настоящее время считается центральным выставочным событием в сфере делового туризма. Тематика выставки целиком и полностью посвящена инсентив-туризму и конгресс-менеджменту. Свои представительства на IMEX имеют десятки ассоциаций, союзов и профессиональных объединений. IMEX во Франкфурте важна с точки зрения не только демонстрации отраслевых достижений и презентации новых направлений, но и обширной деловой программы. Выставка дает возможность специалистам получить дополнительные знания, поделиться опытом на многочисленных семинарах и мастер-классах. Выставку посещают сотни специалистов компаний, которые являются потребителями услуг в сфере делового туризма. Наиболее ценными посетителями выставки являются так называемые Hosted

conference.ru

уникальная интернет-система поиска и бронирования залов

- конференц-залы
- банкетные залы
- MICE за рубежом
- конференц-услуги

www.conference.ru

+7 (495) 684-89-78

Ведущие отраслевые зарубежные выставки делового туризма и MICE

Название выставки	Даты проведения	Место проведения	Веб-сайт
CIBTM (China Incentive Business Travel & Meeting Exhibition)	12–14 сентября 2012	Китай, Пекин, China National Convention Center (CNCC)	www.cibtm.com
IMEX America	9–11 октября 2012	США, Лас-Вегас, Sands Expo Convention Center	www.imexamerica.com
EIBTM (European Incentive & Business Travel & Meetings Exhibition)	27–29 ноября 2012	Испания, Барселона, Gran Via M2	www.eibtm.com
AIME (Asia-Pacific Incentives & Meetings Expo)	26–27 февраля 2013	Мельбурн, Австралия, Melbourne Convention and Exhibition Centre	www.aime.com.au
Confex	19–21 марта 2013	Лондон, Великобритания, выставочный комплекс ExCel	www.international-confex.com
GIBTM (The Gulf Incentive, Business Travel & Meetings Exhibition)	25–27 марта 2013	ОАЭ, Абу-Даби, Abu Dhabi International Exhibition Center	www.gibtm.com
IMEX	21–23 мая 2013	Германия, Франкфурт-на-Майне, Messe Frankfurt	www.imex-frankfurt.com
AIBTM	11–13 июня 2013	США, Чикаго, Mc Cormick Place	www.aibtm.com
ITE & ITE MICE	13–16 июня 2013	Китай, Гонконг, Hong Kong Convention & Exhibition Centre	www.itehk.com

Buyers (покупатели-профессионалы) – представители международных ассоциаций, менеджмент крупных корпораций, event-агентств, ведь именно они выбирают место проведения очередного крупного мероприятия. Привилегированный покупатель – это особый тип клиента в сфере делового туризма, который является самым ценным посетителем на стендах и приглашается организаторами IMEX на особых условиях для встречи с потенциальными партнерами. Организаторы выставки полностью оплачивают все расходы приглашенных покупателей, включая проживание в гостинице, перелет и трансфер, а также ознакомительные туры. Основным условием для приглашенных покупателей является проведение деловых встреч с экспонентами. А экспоненты в свою очередь должны приложить максимум усилий, чтобы заинтересовать покупателей своими предложениями. По статистике, основными посетителями выставок, посвященных деловому туризму, являются представители туристских компаний, а также корпоративные клиенты трех ведущих секторов экономики: фармацевтики, банковского и IT-сектора. Выставка IMEX ежегодно проходит при поддержке и активном участии международных профессиональных ассоциаций, которые выступают также организаторами образовательных программ. В работе выставки ежегодно принимают участие такие ассоциации, как AIPC (Международная ассоциация конгресс-центров), ICCA (Международная ассоциация конгрессов и конференций),

Society of Incentive & Travel Executives (Общество руководителей туристических и инсентив-агентств), Meeting Professionals International (Международная ассоциация профессионалов в сфере организации деловых встреч), IAPCO (Ассоциация профессиональных организаторов конгрессов), а также региональные профессиональные ассоциации из Великобритании, Германии, Франции, США и прочие. Членам международных ассоциаций предоставляется уникальная возможность участвовать во всех мероприятиях, организуемых в рамках деловой программы. К примеру, для членов AIPC организуется Association Dinner – совместный ужин членов AIPC с представителями различных ассоциаций и корпораций. В текущем году площадь своей экспозиции увеличили 26 направлений. По поручению Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы Московское выставочно-конгрессное агентство (МВКА) ежегодно организует участие представителей крупнейших российских компаний в зарубежных выставках. Членами ICCA и AIPC являются лишь несколько российских компаний, в том числе Центр международной торговли, который продвигает интересы России и работает по привлечению конгрессов международных ассоциаций в Москву. Комитет по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы является органом, уполномоченным представлять интересы Москвы на зарубежных выставках, и фактически выполняет функции конгрессного бюро, которое так и не

создано до настоящего времени. Следует отметить, что отсутствие в Москве конгрессного бюро является сдерживающим фактором развития индустрии. Конгрессное бюро должно стать флагманом в продвижении России за рубежом. Российский стенд на зарубежных выставках – это витрина, с помощью которой можно показать возможности и преимущества каждого отдельного MICE-направления. Современный дизайн стенда, участие крупнейших игроков рынка делового туризма, презентация деятельности этих компаний, участие в деловой программе выставок позволят укрепить имидж России, показать привлекательность отдельных регионов, а также повысить рейтинг Москвы как делового центра проведения крупных международных конгрессов. Следующим знаковым событием для участников рынка станет юбилейная 25-я выставка EIBTM (European Incentive&Business Travel Meeting Exhibition), которая пройдет в Барселоне 27–29 ноября 2012 г. Испания ежегодно входит в тройку лидеров рейтинга ICCA. По итогам 2011 г., Барселона занимает третью строчку, город принял 150 конгрессов международных ассоциаций. EIBTM удерживает лидерство среди выставок, посвященных организации деловых встреч, специальных мероприятий и корпоративному туризму, и предоставляет уникальную возможность личного общения с покупателями-профессионалами, а также предлагает обширную образовательную программу. По словам организаторов, участников и посетителей EIBTM 2012 ожидает много приятных сюрпризов. ■



© AIBTM Без покупателей-профессионалов не обходится ни одна профессиональная выставка

© IMEX Каждый участник старается показать себя с лучшей стороны

Профессионалы индустрии встреч общаются на MIBEXPO Russia

В центре внимания каждого профессионала MICE-индустрии – международный форум MIBEXPO Russia, который ежегодно проводится в столичном МВЦ «Крокус Экспо». В рамках форума проходят выставка и конференция по деловому туризму. В этом году MIBEXPO Russia состоится с 19 по 22 сентября в составе крупнейшего осеннего мероприятия в туристическом мире – Московской недели профессионалов турбизнеса MATIW-2012, параллельно с выставками ОТДЫХ/Leisure и LUXURY Leisure.

Экспозиция

Международный форум встреч операторов MICE-индустрии ежегодно собирает со всего мира компании по проведению деловых поездок, организаторов инсентив- и поощрительных поездок, тренингов, конгрессов, конференций, а также представителей конгресс-центров, отелей и гостиничных сетей, авиакомпаний. В 2011 г. в MIBEXPO Russia приняли участие более 74 компаний, в т.ч. такие известные игроки индустрии встреч и гостеприимства, как «Академсервис», Steigenberger Hotel Group, MICE CENTRAL & EASTERN EUROPE, Moscow Tourist House, RCS – MICE Solutions, Iris Congress Hotel, Best Western VEGA Hotel & Convention Center, iWay Express и многие другие. В этом году список участников будет дополнен ведущей в Черногории компанией в сфере гостиничного бизнеса Montenegro Stars Hotel Group, известной французской гостиничной сетью Lucien Barriere Hotels & Casinos, туристической компанией SO TRAVEL, компанией «Самараинтур», российскими конгресс-отелями Ambassador Hotel Kaluga, RusHotel, Congress Palace и другими.

Официальную поддержку выставке оказывает Федеральное агентство по туризму (РОСТУРИЗМ), Ассоциация агентств делового туризма (ВТАА), АТОР и РСТ.

Форум MIBEXPO Russia – это глобальная бизнес-площадка для всех заинтересованных профессионалов в сфере делового туризма, которая дает уникальные возможности живого общения, поиска и привлечения клиентов и обмена опытом. На данный момент это ведущее мероприятие подобного профиля в России.

Программа «Корпоративный посетитель»

Для клиентов агентств делового туризма (HR-менеджеров, маркетологов и PR-специалистов, event-менеджеров, помощников руководителей, офис-менеджеров) на выставке уже несколько лет успешно работает программа «Корпоративный посетитель». Участие в ней позволяет получить ряд привилегий по работе с экспонентами, в том числе индивидуальные встречи на стенде и в неформальной обстановке на специальных мероприятиях, посещение конференции MIBEXPO Russia, общение с докладчиками и многое другое. В 2012 г. спонсором программы «Корпоративный посетитель» впервые выступает компания Emirates. Корпоративными посетителями выставки станут сотрудники таких ведущих компаний, как GPB Neftegaz Services, банк «Русский Стандарт», 3M Russia, Novartis Pharma, Bayer, «Фармстандарт», Softline, РИА «Новости», «Русь-Банк» и др. Благодаря эффективной реализации программы «Корпоративный посетитель» качество аудитории выставки и ее эффективность остаются стабильно высокими.



Конференция

Самым ожидаемым событием параллельной программы MIBEXPO Russia является ежегодная международная конференция, посвященная наиболее острым и важным вопросам в области делового туризма. В этом году мероприятие пройдет в новом формате. В качестве спикеров приглашены как известные специалисты индустрии деловых встреч, так и представители крупных международных компаний – корпоративные клиенты, которые расскажут о современных требованиях к качеству организации деловых поездок, а также поделятся собственным опытом в сфере проведения деловых мероприятий в России и за рубежом. Таким образом, конференция позволит рассмотреть сферу делового туризма комплексно – как со стороны корпоративного клиента, так и со стороны MICE-специалиста.

Подробную программу конференции смотрите на сайте www.mibexpo.ru ■

MICEDISCOUNT Тел: +7(495) 640-41-61

СКИДКИ ДЛЯ КОРПОРАТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

ПЕРВЫЙ ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТ НА РЫНКЕ MICE В РОССИИ СО СКИДКАМИ ДО 70%

Гостиницы

Конференц услуги

Events

Teambuilding

Групповые туры

MICE СПРАВОЧНИК

WWW.MICEDISCOUNT.RU



У реки два берега

Приволжский федеральный округ можно назвать одним из самых экономически успешных в России. Семь из тринадцати регионов округа вошли в рейтинг Forbes «30 наиболее благоприятных для бизнеса российских регионов». Самарская область заняла в этом рейтинге пятое место.

Подготовила Александра ЗАГЕР

Самара

Самара обладает всем необходимым для того, чтобы быть привлекательным MICE-направлением. Город имеет прекрасную транспортную доступность и по воздуху, и по земле, и по воде, развитую и разнообразную гостиничную инфраструктуру и попадает в сферу деловых интересов компаний различного профиля в силу развитой торговли и промышленности.

Туристическая компания «Самараинтур» совместно с Министерством спорта, туризма и молодежной политики Самарской области продемонстрировала представителям московских бизнес-трэвел компаний возможности Самарского региона в части организации деловых и инсентив-поездок.

29 июня, в день прибытия в Самарскую область, для москвичей провели презентацию туристского потенциала области. Руководитель департамента развития туризма Самарской области

Михаил Мальцев отметил, что Самарский регион наиболее благоприятен для делового туризма. Здесь проходит множество крупных мероприятий и фестивалей всероссийского значения, поэтому организованный тур оказался интересен гостям. Тем более что область готова содействовать своим партнерам в привлечении туристов в рамках целевой программы.

Кров для бизнесменов

Самара может похвастаться как крупными сетевыми отелями, так и небольшими уютными гостиницами, а также санаторно-курортными комплексами, где можно сочетать лечение с работой.

Renaissance Samara Hotel расположен в 30 км от международного аэропорта Курумоч между двумя выставочными центрами Самары – «Экспо-Волга» и «МЛТ Арена», недалеко от вокзала и центра города.

Это первый отель международного класса, появившийся в Самаре. В отеле 198 номеров на 588 мест, 8 конференц-залов вместимостью от 15 до 320 человек. Имеется банкетная комната «Ин Альто» на 30 человек с прекрасным видом на город и Волгу – она находится на седьмом этаже отеля, имеет два уровня.

В отеле есть боулинг-центр, бассейн, бизнес-центр, венское кафе и ресторан «Санлайт». Holiday Inn Samara находится в центре города, в нескольких шагах от набережной Волги, недалеко от основных достопримечательностей. Отель располагает 177 номерами на 257 мест, четырьмя ресторанами, девятью конференц-залами вместимостью от 20 до 150 человек, а также большим банкетным залом на 350 человек. Matreshka Plaza – уникальный в своем роде отель, предлагающий помимо стандартного набора услуг еще и медицинское обслуживание на

уровне хорошей клиники. В отеле 170 номеров на 250 мест, четыре конференц-зала на 250, 120, 90 и 70 мест. Все залы оснащены необходимым оборудованием для проведения мероприятий любой сложности.

«Альянс Отель Самарский» расположен всего в 100 м от Волги – это одновременно и современный городской отель, и загородная резиденция. В отеле 154 номера на 350 мест, четыре конференц-зала на 30, 40 и 200 мест (кинзал). Залы имеют прекрасное техническое оснащение: звукоусилительная аппаратура, мультимедийный проектор, экран, флипчарт, видеоаппаратура.

Отель располагает всем необходимым для проведения спортивно-соревновательных тимбилдингов, в частности крытым бассейном для спортивного плавания длиной 25 м.

Город посмотреть – себя показать

Вариантов инсентивов и тимбилдингов в Самарском регионе множество. Это и речные программы – учитывая близость Волги, грешно было бы их не проводить, и различные программы на базе кемпингов, и квест-туры по городу, и тематические вечеринки в ресторанах.

Квест-тур «Загадки Старого города» можно описать модным сегодня словом «интерактивный». Редко кто из туристов внимательно слушает экскурсовода на пешеходной экскурсии по городу, которая длится три часа. Да и удержать внимание слушателей столь продолжительное время довольно сложно. Однако знакомство с городом можно превратить в увлекательный тимбилдинг, разбив группу на команды и предложив им... поискать клад. Такое интересное знакомство с городом предлагает компания «Самараинтур».

В течение трех часов гид рассказывает об истории города, а участникам квест-тура нужно ответить на ряд вопросов. Ответы можно найти прямо в городе (прочитать на мемориальной табличке, спросить у прохожего, найти капсулу с подсказкой и т.д.). Наградой участникам, тем самым искомым кладом, явился приобретенный в процессе тура командный дух.

Также прекрасной базой для инсентивов и тимбилдингов может стать развлекательный комплекс KIN UP с несколькими ресторанами, собственным пляжем, дорожками для боулинга и многим другим.

В городе есть почти что настоящая «машина времени». Речь о ресторане «Старая квартира», расположенном в подвале старого купеческого особняка на ул. Самарской, в самом центре города. В помещениях ресторана воссозданы улицы старой Самары, а каждый зал – комната, оформленная в советском стиле разных эпох: вот столовая времен 30-х годов, вот гостиная 40-х, кухня 70-х и т.д. Все вещи в ресторане-музее самарской домашней кухни – от автомата «Воды» до пианино – аутентичные. Каждый, кто застал времена Советского Союза, найдет здесь что-то знакомое. Вместимость ресторана-музея – 80 человек, основного зала – 40–45 человек. Он прекрасно подойдет для тематического ужина или вечеринки «Назад в СССР».

Бункер И.В. Сталина – в прошлом секретный объект, теперь достопримечательность города. Он расположен недалеко от Самарского драматического театра под зданием современной Академии культуры и искусства. Когда-то здесь был Куйбышевский обком. Интересно, что этот бункер – уменьшенная копия московской станции метро «Аэропорт», он был построен в годы Великой Отечественной войны. Объект рассекретили двадцать лет назад, до этого действовала подписка о неразглашении, взятая со всех строителей. Это один из крупнейших бункеров в мире. Сам Сталин никогда не был в бункере, но его кабинет и зал заседаний вполне аутентичны. Мероприятия здесь проводить запрещено, однако спуститься на 188 ступеней вниз и выпить фронтовые 100 граммов можно.

Село Ширяево

Одной из самых интересных площадок для MICE-программ можно назвать туристический комплекс «Ширяево». Здесь можно подняться на гору Стрельная (351 м) – самую высокую точку Жигулевских гор, откуда открывается шикарный вид на Волгу. Кроме того, в туристическом комплексе

Каталог MICE «Самарский регион»



Самарская область очень привлекательна для проведения деловых мероприятий разной направленности и любого уровня.

Компания «Самараинтур» выпустила новый каталог «MICE. Самарский регион», посвященный MICE-возможностям Самарской области. На его страницах представлена исчерпывающая информация о возможностях проведения тимбилдингов, инсентивов и других деловых мероприятий в регионе.

В каталоге представлены современные бизнес-отели и площадки для проведения тимбилдингов и инсентивов, а также конференц-площадки региона. Инфраструктура Самарского региона такова, что позволяет проводить самые разные бизнес-мероприятия, в том числе и по авторским программам компании «Самараинтур».

есть гостевой дом «Крестьянское подворье» с конюшней и вольерным хозяйством, откуда начинают конно-верховые маршруты и где проходят экскурсии, знакомящие гостей с крестьянским бытом, причальный комплекс для всех типов круизных судов, летнее кафе «Приветливый берег», кемпинг, детская игровая площадка, работает прокат спортивного инвентаря – велосипеды, байдарки и прочее.

Событийный туризм

Это одно из приоритетных направлений развития туристского рынка Самарской области.

В «Календаре событий», созданном Министерством спорта, туризма и молодежной политики Самарской области, насчитывается порядка 400 мероприятий, которые проходят как в крупных городах области, так и в небольших поселках. Самые популярные, пожалуй, знаменитый Грушинский



«AZIMUT отель Самара» – деловой отель в центре города



Лобби отеля Renaissance Samara Hotel



Конференц-зал «Альянс Отель Самарский»



Отель Holiday Inn Samara

Михаил СЕГАЛ, председатель совета директоров компании SSG


Потенциал Самарского региона для проведения MICE-мероприятий, безусловно, достаточно высок. Мы можем успешно конкурировать не только с Москвой и другими российскими регионами, но и с зарубежными странами, что подтвердил прошедший с 29 июня по 1 июля рекламный тур, подготовленный компанией «Самараинтур» при активной поддержке Туристского информационного центра, департамента развития туризма Самарской области.

Более двадцати сотрудников крупнейших MICE-агентств города Москвы, принявших участие в мероприятии, высоко оценили как объекты размещения и питания (особой похвалы удостоился лауреат национальной премии им. Сенкевича и международной премии «Золотая вилка» ресторан-музей самарской домашней кухни «Старая квартира», где для коллег была организована ретровечеринка «Назад в СССР»), конференц-возможности, разнообразные инсентив-программы, различные варианты тимбилдингов.

Самарская область знаменита своими фестивалями: «Рок над Волгой», «Классика над Волгой», GES-fest и другими. Да один Грушинский фестиваль чего стоит! В рамках ознакомительного тура гостям удалось посетить одно из таких ежегодных событийных мероприятий под названием «Барабаны мира».

Особо следует отметить удачное географическое положение региона. Дорога от Москвы поездом занимает около 14 часов, самолетом – не более 1,5. При этом через Самару ежедневно проходит с десяток поездов, из них три фирменных. И 15–16 авиарейсов в день из трех аэропортов города Москвы. Рейсы выполняются шестью различными авиакомпаниями.

К сожалению, за три неполных дня сложно ознакомиться со всеми возможностями нашего региона. Нам не удалось посетить такие интересные по MICE-возможностям места, как город Сызрань, санаторий «Волжский утес», объекты, находящиеся в Шигонском районе области. Но прошедший тур, по общему мнению участников, был только началом целой серии подобных мероприятий. В ближайшее время нами будут организованы аналогичные посещения Ульяновской и Саратовской областей. Совместно с авиакомпанией «Международные авиалинии Украины» осенью планируется рекламный тур для украинских туроператоров и MICE-компаний.

Наш регион активно развивается. Мы приглашаем к сотрудничеству всех заинтересованных лиц, а со своей стороны гарантируем гостеприимство, профессионализм и высокое качество обслуживания.

фестиваль, международные фестивали «Рок над Волгой», «Барабаны мира», «Классика над Волгой», праздник «Сызранский помидор», марафон по виндсерфингу и кайтбордингу «Жигулевское море», Жигулевская кругосветка и т.д. Каждому мероприятию можно посвящать отдельную статью. Например, Жигулевская кругосветка – это многодневный водный туристский поход по Волге, Усе и вокруг Самарской луки. Ежегодно в ней принимают участие порядка 700–800 человек. Мероприятие претендует на включение в Книгу рекордов Гиннеса как самый многолюдный водный поход.

Международный фестиваль авторской песни памяти В. Грушина проходит обычно в первые выходные июля на Федоровских лугах близ Тольятти. Ни один фестиваль не обходится без ночного концерта на горе на сцене в форме гитары. Фестиваль «Рок над Волгой» проводится с 2009 г. и очень популярен среди любителей этого музыкального жанра. Он длится один день – 12 часов в режиме non-stop, вход – бесплатный. Фестиваль «Барабаны мира» проходит с 2003 г., его цель – создание доступной для каждого музыкальной культуры и возможность самовыражения через музыку.

Тольятти

Тольятти всего 275 лет от роду, но он уже накопил интересную историю. Любопытно, но прежде чем стать одним из промышленных центров страны, город был, как бы сейчас сказали, экологическим курортом. Назывался он тогда Ставрополь-на-Волге и предлагал желающим поправить здоровье... кумысом.

В середине XX века город изменился до неузнаваемости, поскольку было решено построить здесь ГЭС. Тольятти стал развиваться как промышленный центр, и теперь помимо ГЭС в городе есть известный на всю страну автомобильный завод и ряд предприятий химической промышленности, сделавшие город одним из индустриальных центров России.

Деловые интересы привлекают в Тольятти бизнес-туристов, есть все возможности для проведения тимбилдинговых и инсентив-программ.

В городе есть уникальный технический музей ОАО «АВТОВАЗ». На 38 га стоят порядка 500 крупных и 170 мелких образцов военной техники. Танки, самолеты, вертолеты, гаубицы, автомобили, бомбы, минометы, реактивные системы залпового огня, самоходные установки, все они – в прошлом настоящие военные боевые машины, много лет служившие армии.

Есть в коллекции музея и экспонаты-«кинозвезды». Например, автомобиль ЗИС-5, которого называли тружеником фронта во время Великой Отечественной войны. Он снимался во многих художественных фильмах о той эпохе.

Другая «кинозвезда» – настоящая подводная лодка Б-307. Она снималась в фильме «Особенности национальной рыбалки», ходила в составе флотилии Северного флота. Это самый большой экспонат коллекции – ее длина составляет 91 м, а вес – 2000 т.

В 2003 г. музей пополнился и космической техникой: шасси лунохода, натурным макетом шагающего аппарата, специализированным транспортным роботом.

Мест для проведения тимбилдингов, особенно спортивных, в Тольятти достаточно много. Например, спортивный парк «Спин-Спорт». Он от-

крыт круглогодично, зимой там можно покататься на горных лыжах и сноубордах на трассах разных категорий, а летом – поиграть в теннис, мини-гольф, пострелять из лука, заняться скалолазанием. В комплексе есть даже специальная площадка для поднятия корпоративного флага, так что командообразующие соревнования можно провести по всем правилам.

Гостиничный комплекс «Парк Отель» располагает 45 номерами, имеет три конференц-зала вместимостью 35, 50 и 200 человек соответственно, а также банкетный зал на 180 мест. Летний банкетный шатер вмещает 300 гостей. На всей территории отеля работает Wi-Fi. Кроме того, у отеля есть летнее кафе «Удачное место», которое прекрасно подходит для проведения разного рода торжеств. Отель расположен на живописном волжском берегу, на зеленой поляне, поэтому бонусом к мероприятию, проводимому на летней веранде или в шатре перед отелем, будет прекрасный вид на Волгу.

Для проведения тематических тимбилдингов отлично подойдет загородный гостиничный комплекс «Ранчо».

При входе гостей встречает настоящий индеец, на территории комплекса есть настоящий салун, номера отеля оформлены так, чтобы гости чувствовали себя на Диком Западе. Здесь можно с упоением играть в индейцев, покорять скалодром, тренировать меткость в тире, кататься на лошадях, играть на бильярде, в футбол, волейбол или вести бои на пейнтбольном поле.

Зал для проведения конференций и семинаров на 200 человек предоставляется бесплатно при условии проживания в отеле.

Программы тимбилдинга

Самарский регион, помимо всего прочего, богат на различные веселые, активные и нестандартные виды тимбилдингов. Здесь можно прокатиться на воздушном шаре, испытать себя в сафари на квадрациклах или джипах, покататься на горных лыжах или заняться кайтсерфингом. Горнолыжный комплекс СОК «Красная Глинка», что всего в полчаса езды от Самары, рассчитан на разные уровни подготовки, так что интересно и нестрашно там будет даже новичкам.

Если нужно быстро сплотить команду, особенно мужскую, очень хорошо подойдет «Жигулевская кругосветка» – парусная регата на шлюпах по Самарской луке. Программа разрабатывается индивидуально и может длиться от 1 до 12 дней. Популярна четырехдневный сплав по маршруту Тольятти – Самара на шлюпах Ял-6. Привалы и стоянки устраиваются на живописных волжских берегах.

Среди авторских программ компании «Самараинтур» можно выделить и «Жигулевский экстрим». Участники программы делятся на команды, каждая из которых придумывает себе название, выбирает капитана, знаки отличия, делает флаги. Команды

доставляются в туристический комплекс «Ширяево» на берег Волги и приступают к испытаниям. Им нужно поставить палатку, развести костер и – поднять флаг на вершине Ширяевского склона.

Кроме того, участникам предстоят эстафеты, заезд на лыжах дружбы и скоростные заезды на горных велосипедах, лошадях, стрельба в цель из лука, пейнтбольных ружей и прочее.

Tom Sawyer party - это прогулка на большом самодельном плоту, рассчитанном на 15 и даже на

120 человек. Плот идет под парусом, у него есть мотор, весла, тент от дождя и камбуз с глинтвейном или пуншем. Плавание проходит по несудоходной части реки Сок.

Среди тимбилдинговых программ есть также гонки на собачьих упряжках, веселые спартакиады и тематические вечеринки, игра в пейнтбол, вейкбординг, конные прогулки и многое другое. ■



Вертолет МИ-6. Технический музей ОАО «АВТОВАЗ»

Автомобиль ЗИС-5. Технический музей ОАО «АВТОВАЗ»

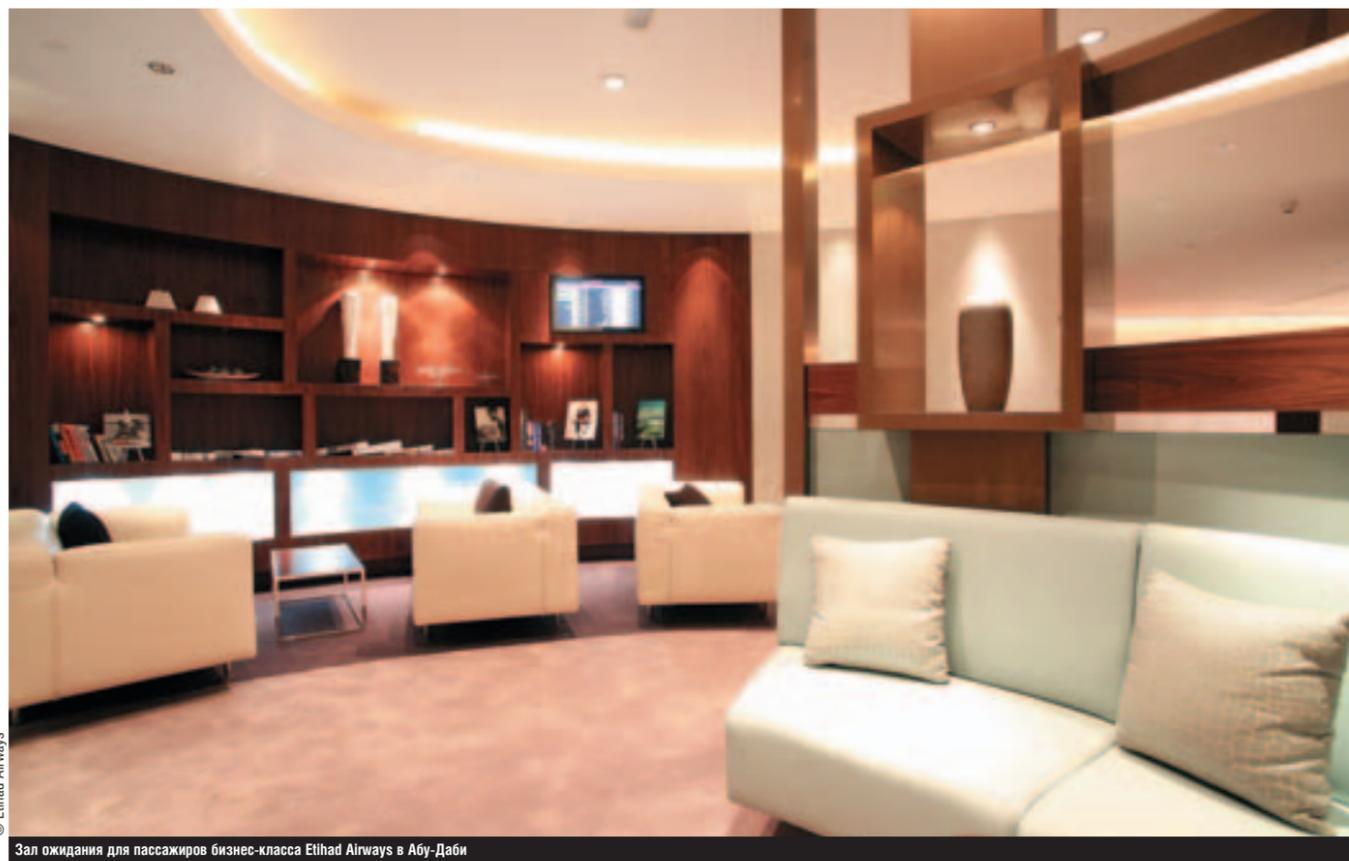


На летней веранде отеля «Парк отель» приятно проводить важные мероприятия

Зал ресторана-музея «Старая квартира»



Участники фам-трипа в спортивном парке «Спин-Спорт»



Зал ожидания для пассажиров бизнес-класса Etihad Airways в Абу-Даби

Бизнес-класс С ВОСТОЧНЫМ ШИКОМ

Деловые люди стремятся экономить не только время, но и силы. Комфортный перелет для многих – вопрос успеха в бизнесе, ведь трудная дорога не способствует бодрости тела и ясности мысли. Именно поэтому популярность полетов бизнес-классом не падает, даже несмотря на серьезную разницу в цене с экономическим классом. Перелет бизнес-классом комфортен, легок и в чем-то может даже заменить очень краткий отпуск.

Ближневосточные авиакомпании знают толк в шикарных и комфортабельных перемещениях по миру. Те, кто хоть раз летал бизнес- или первым классом любой ближневосточной авиакомпании, смогли убедиться в этом сами.

Подготовил Михаил ЕВНЕВИЧ

Комфорт начинается на земле

Особенными пассажиры бизнес-класса чувствуют себя еще на земле. Авиакомпании понимают, что время клиентов дорого и не стоит заставлять их ждать слишком долго в аэропорту, поэтому зачастую для пассажиров бизнес-класса время прохождения различных формальностей сокращено до минимума.

Обладатели билетов бизнес- и первого классов могут скоротать время в бизнес-залах, где всегда найдется беспроводной Интернет, бар с хорошим выбором напитков, отличный ресторан, здесь можно освежиться, приняв душ, и воспользоваться услугами массажиста.

Некоторые привилегии распространяются и за пределы аэропорта. Так, пассажиры авиакомпании «Эмирейтс» могут воспользоваться услугой «личный шофер» во многих городах маршрутной сети, включая Москву и Санкт-Петербург. Программа «личный шофер» – это бесплатный трансфер в аэропорт и из аэропорта на автомобиле представительского класса с личным водителем.

В терминале 3 «Эмирейтс» в международном аэропорту Дубая гостей принимают четыре зала ожидания: два лаунжа для пассажиров первого класса, один – для пассажиров бизнес-класса, а также партнерский Marhaba Lounge. Во всех залах гостям предлагается несколько зон отдыха, оснащенных по последнему слову техники, бизнес-центры с высокоскоростным доступом в интернет, компьютерами, телефонами, факсами и др. офисным оборудованием. Есть переговорные комнаты, ресторанные зоны, где круглосуточно доступны закуски и горячие блюда в исполнении шеф-поваров и большой выбор алкогольных и безалкогольных напитков; душевые комнаты и большой выбор прессы из разных стран мира.

В терминале 3 путешественники могут отдохнуть и восстановить силы в спа-салонах Timeless Spa, предлагающих широкий выбор косметических и оздоровительных процедур. В Timeless Spa, расположенном в зале ожидания для пассажиров первого класса, 15-минутные сеансы предлагаются гостям бесплатно, а в зале ожидания для пассажиров бизнес-классов 25-минутные процедуры доступны за символическую плату.

Обслуживание самого высокого класса пассажиров компании **Etihad Airways** также начнется еще на земле. Здесь действует услуга «персональный шофер» – нужно лишь обратиться в местное представительство авиакомпании и забронировать машину как минимум за 48 часов до вылета. В международном аэропорту Абу-Даби пассажиров **Real1** приглашают в особый зал ожидания, где удастся не только подкрепиться, поспать в специальной комнате для сна и освежиться в душе, но и выбрать одну из 15-минутных бесплатных процедур в спа-центре всемирно известной компании Six Senses Spa.

В стамбульском аэропорту открылся современный бизнес-зал. В ожидании рейса пассажиры

Turkish Airlines могут посмотреть фильмы в кинозале, отправив детей в большой игровой зал, а подростков – поиграть в play station. Здесь можно перекусить, шведский стол обширен и многообразен, есть даже традиционные турецкие лепешки с разными начинками. Бизнес-зал сам по себе – наслаждение для эстетов. Он построен по проекту нескольких известных архитекторов с популярными национальными турецкими мотивами в оформлении, которые грамотно сочетаются с дизайнерскими находками.

Особые привилегии и услуги положены пассажирам первого и бизнес-класса авиакомпании **Qatar Airways**, вылетающим из Дохи, в специально построенном, уникальном в своем роде премиум-терминале. Гости могут отдохнуть и расслабиться, посетить местные рестораны, воспользоваться услугами бизнес-центра и спа-салона. Есть также переговорные комнаты, оборудованные видео- и аудиоаппаратурой, в любое время можно воспользоваться услугами секретаря, провести совещание или встречу.

...и продолжается в небе

Салоны первого класса авиакомпании «Эмирейтс» представляют собой персональные каюты в самолетах семейства Boeing 777, Airbus A340-500 и двухпалубных Airbus A380. Он будет летать в Москву с 1 декабря 2012 года. Каждая каюта оснащена массажным креслом, раскладывающимся в кровать, шкафом для одежды, отдельным местом для хранения багажа, обеденным столиком, лампой для чтения, зеркалом с встроенной подсветкой, персональным мини-баром, а также кнопкой «Не беспокоить», косметической продукцией Bvlgari и эксклюзивной спа-линии «Эмирейтс» – Timeless Spa.

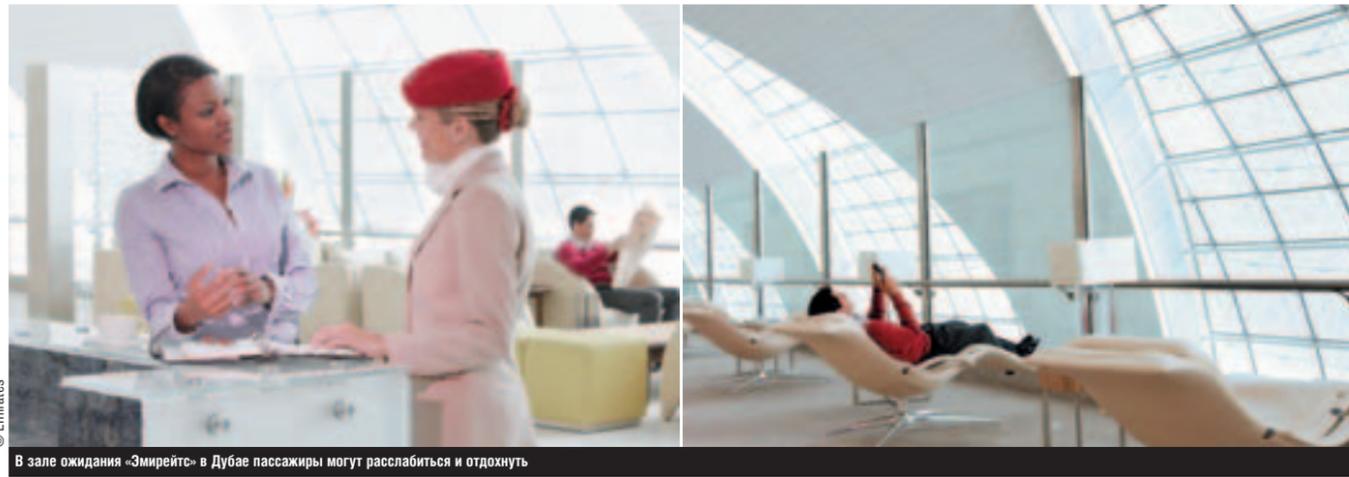
Салоны бизнес-класса оснащены массажными креслами повышенной комфортности, раскладывающимися в удобные кровати. Места в салонах бизнес-класса оборудованы отдельными отсеками для хранения личных вещей и ширмами, которые скрывают пассажира от посторонних глаз. Кроме того, здесь есть удобное рабочее место: большой стол, встроенный в кресло источник питания для



Пассажиры бизнес-класса Qatar Airways могут провести в зале ожидания в аэропорту Дохи деловую встречу



Бизнес-зал Turkish Airlines в Стамбуле – прекрасное место для встреч



В зале ожидания «Эмирейтс» в Дубае пассажиры могут расслабиться и отдохнуть

ноутбуков и двухпортовый USB-контроллер, а также эксклюзивные косметические наборы.

Блюда для пассажиров первого и бизнес-классов «Эмирейтс» сервируются на сервизах фарфорового дома Royal Dulton со столовыми приборами от Роберта Уэлша. Подносы убраны скатертями из тонкого льна и украшены цветочными композициями.

На верхней палубе самолета Airbus A380 пассажиров первого и бизнес-классов принимает Onboard Lounge – зона отдыха с удобными кожаными креслами и баром, где в течение полета предлагается широкий выбор коктейлей и легких закусок.

В салонах всех трех классов обслуживания пассажиров «Эмирейтс» доступны персональные мониторы информационно-развлекательной системы ice (information, communication, entertainment), предоставляющей на выбор более 600 каналов, включая последние новинки кино, музыки и видеоигр, а также новостную ленту BBC, которая обновляется в режиме реального времени в течение полета. Система ice также предусматривает возможность получать и отправлять короткие текстовые сообщения и электронную почту, а также подключать USB-устройства для зарядки аккумуляторов или просмотра фотографий и видео.

Пассажиры «Эмирейтс» могут оставаться на связи в течение полета благодаря системе AeroMobile, позволяющей использовать личный мобильный телефон на борту точно так же, как на земле. Кроме того, на рейсах, выполняемых на Airbus A380, пассажирам предлагается доступ Wi-Fi.

Места в салоне бизнес-класса Etihad Airways расположены по схеме «1-2-1». Благодаря такому расположению у пассажиров появляется больше места и чувствуют они себя существенно комфортнее. А в салоне первого класса Diamond кресла и вовсе разворачиваются на 180 градусов, то есть свое личное пространство пассажир может организовать так, как ему удобно.

Если общаться не хочется, можно развлечь себя системой E-BOX, которой оборудовано каждое кресло. Пассажир может выбрать развлечение по своему вкусу из 78 фильмов, 116 телешоу,

14 радиоканалов, 400 музыкальных альбомов, 30 интерактивных игр. Если в полете необходимо поработать, то можно воспользоваться и собственным ноутбуком, планшетом или мобильным телефоном.

Меню на борту Etihad Airways разнообразно: есть низкокалорийное, вегетарианское, диетическое, фруктовое, овощное, детское, кошерное, мусульманское, питание по рецептам восточной кухни. Его можно заказать за 48 часов до вылета. Консультант по выбору блюд и напитков поможет гостям бизнес-класса выбрать то или иное блюдо и наиболее подходящий к нему напиток.

Пассажирам Turkish Airlines не страшен любой, даже самый дальний перелет. Ведь расстояние между креслами в салонах бизнес-класса – 116 см, можно вытянуть ноги и наслаждаться развлечениями и вкусной едой на борту. В салонах самолетов, совершающих трансатлантические перелеты, установлены кресла, которые одним нажатием кнопки можно превратить в полноценные кровати.

Пассажиры бизнес-класса могут повесить верхнюю одежду в специальный шкаф, почитать местные или иностранные газеты, поработать или развлечься в интернете, доступ к которому есть в течение всего полета, воспользоваться дорожным набором, куда входят носки, зубная щетка, козырек для защиты глаз от света, подушка, плед и другие

необходимые вещи, отследить полет на жидкокристаллическом экране или подключить к нему свой ноутбук или планшет. Отдельное удовольствие на борту Turkish Airlines – кухня. Гостей приветствуют легкими напитками, можно заказать несколько вариантов блюд из «международной кухни», специально разработанной для авиакомпании.

Пассажиры кресла салона первого класса авиакомпании Qatar Airways легко превращаются в настоящие кровати длиной 195 см. Кресла расположены по схеме «2-1-2», а шаг между ними равен 2 м. В каждое кресло встроена система для массажа спины, а также телефон, розетка и откидной журнальный столик. На жидкокристаллических сенсорных экранах диагональю 43 см пассажиры могут смотреть фильмы, телевизионные передачи, новости, слушать музыку, словом, всячески наслаждаться 900 вариантами досуга интерактивной системы развлечений.

Еду предложат в удобное для пассажира время. Как правило, это обед из трех блюд европейской кухни, однако всегда можно попробовать и блюда местной кухни. Кроме того, каждому пассажиру полагается дорожный набор ведущих косметических брендов.

Разумеется, пассажиры первого и бизнес-классов имеют доступ в эксклюзивный премиум-терминал в аэропорту Дохи. ■



Салон бизнес-класса «Эмирейтс» Airbus A 380

© Emirates

Швейцария: совместить приятное с полезным



Швейцария – отличное место для проведения различных MICE-мероприятий

Фотографии к статье предоставлены © Switzerland Tourism

Швейцария по праву считается одним из самых крупных европейских центров делового туризма. Это неудивительно, поскольку в стране регулярно развивается и улучшается инфраструктура индустрии встреч, особенно той ее части, которая касается организации международных конференций и инсентив-поездки.

Подготовила Александра Загер

Почему Швейцария?

Сегодня в стадии реализации находится порядка 50 проектов по строительству, модернизации и расширению конференц-центров и деловых отелей. Каждый из них будет построен или реконструирован таким образом, чтобы удовлетворить запросы организаторов мероприятий и соответствовать последним технологическим стандартам. В течение семи лет, с 2008 по 2014 г., в Швейцарии будет переоснащено и расширено более 30 площадок для проведения конференций и деловых отелей. Кроме того, в этот период будет построен и введен в эксплуатацию 21 новый объект – гостиницы, конференц-залы и выста-

точные площади. Так, в течение этого времени сектор делового и конференц-туризма пополнится тремя тысячами новых номеров в отелях категории три, четыре и пять звезд.

Предполагаемый суммарный объем инвестиций, запланированных для реализации этих планов, превышает один миллиард швейцарских франков. По мнению **Барбары Альбрехт**, руководителя Бюро делового и инсентив-туризма Швейцарии, деловой и конференц-туризм в Швейцарии оживляется, о чем свидетельствует рост количества постояльцев в гостиницах крупнейших швейцарских городов в первом полугодии 2011 г. «Обновление, усовершенствование и постоянное



Культурно-конгрессный центр (KKL) в Люцерне

Нестандартные отели Швейцарии

Новый облик отеля «Пилатус Кульм»

Отель «Пилатус Кульм» (Pilatus-Kulm Hotel), который находится на высоте 2131 м над уровнем моря, недавно был полностью отреставрирован. В его состав входят ресторан «Бельвью» и новая панорамная галерея площадью 1000 кв.м, которая может быть использована как место для проведения мероприятий на самом высшем, во всех смыслах этого слова, уровне.

Отельный музей Waldhaus Mounatin Resort & Spa

Регион Флимс-Лаакс-Фалера находится в полутора часах езды от Цюриха, непосредственно в швейцарских Альпах. Регион небольшой, однако он обладает развитой инфраструктурой и имеет великолепное транспортное сообщение. Здесь множество площадок под мероприятия, от классических отелей до небольших помещений в горах, есть даже суперсовременный зал на 1800 человек. Летом – это восхитительный горный край, с прохладным озером Каума и превосходным гольф-полем на 18 лунок. Зимой – одно из самых солнечных направлений для зимних видов спорта с гарантированным снежным покровом: 220 км горнолыжных склонов и 55 км трасс для беговых лыж, а также самый крупный в Европе хаф-пайп. Именно здесь расположен самый большой отельный музей Швейцарии – Waldhaus Mounatin Resort & Spa. Музей предназначен для эксклюзивных мероприятий. Здесь можно провести ужин из семи блюд с перемещением каждый раз в новый зал и экскурсом в историю при каждой перемене блюд.



В Швейцарии деловые мероприятия всегда на высоте



Международный конгрессный центр в Женеве

Мария ВОЛОВА, менеджер отдела корпоративного туризма компании Incotrade



Компания Incotrade уже более 15 лет успешно занимается развитием делового туризма в Швейцарии. Надежность, пунктуальность, стабильность гарантируются на всех этапах подготовки и реализации программ MICE, incentive, конференций.

Швейцария, несомненно, является одной из самых привлекательных стран для делового туризма. Этому способствует ряд факторов. В Швейцарию, расположенную в центре Европы, легко добраться из любой точки мира, самолеты приземляются в аэропортах Цюриха, Женевы, Базеля и Лугано, а скоростные поезда прибывают сюда из Европы. Система общественного транспорта позволяет не только путешествовать с большой скоростью, но и получать необычные впечатления, например, в вагоне в стиле Belle Epoque или на историческом колесном пароходе. В стране есть новейшие конференц-центры, сочетающие в себе новые технологии и архитектурные изыски, знаменитые отели-дворцы, гостеприимные частные гостиницы, отели практически всех известных цепочек и даже иглу в горах – индивидуальный подход к проекту гарантирован. Постоянно открываются новые выставочные центры (например, BEA Berg expo), отели (к примеру, Renaissance Zuerich Tower Hotel 5* в Цюрихе на 284 номера с конференц-залами общей площадью более 1000 кв. м). В инфраструктуру непрерывно вкладываются большие средства.

Помимо конгресс-центров и конференц-залов отелей в Швейцарии можно провести мероприятие в необычном месте: в средневековом замке (например, Шильонском, расположенном на берегу Женевского озера), в панорамном ресторане «Пик Глория», в котором снимался один из фильмов о Джеймсе Бонде, в специальном вагоне поезда, на виноградниках и даже в вырубленном в скале зале. В Швейцарии необыкновенно красивый и разнообразный ландшафт – горы, озера, долины, что дает широкие возможности для проведения разнообразных incentive-программ. Здесь круглый год можно кататься на лыжах и санях на высокогорных курортах, доступны снегоступы и велосипеды, путешествия на воздушных шарах. Многие отели находятся рядом с термальными источниками или имеют спа-центры. Большое количество памятников истории и архитектуры создает возможности для организации интересных экскурсий на любой вкус. Очень популярны среди гостей Швейцарии посещения сыроварен, пивоваренных заводов или шоколадных фабрик, где можно своими руками приготовить сыр или шоколад, попробовать и приобрести понравившиеся сорта. Также можно посетить часовую фабрику, где показывают весь цикл изготовления знаменитых швейцарских часов. Наши опытные инструкторы и гиды всегда к услугам клиентов. Швейцария недешева, но она предлагает высочайшее качество за предложенную цену. Благодаря истории взаимоотношений с отелями, транспортными компаниями и гидами Incotrade обладает возможностью предложить лучшую стоимость размещения, экскурсий, транспортных услуг. Made in Swiss – гарантия того, что предоставленные услуги будут соответствовать ожиданиям самых требовательных заказчиков.

развитие инфраструктуры являются решающими факторами в поддержании конкурентоспособности Швейцарии в данном секторе. Численность текущих проектов по реконструкции и развитию объектов свидетельствует о том, что будущее делового и конференц-туризма в Швейцарии внушает инвесторам уверенность», – говорит она. Швейцария предоставляет организаторам деловых поездок значительные льготы, что делает ее еще более привлекательной для бизнес-туристов. Например, «Свисс Интернэшнл Эйр Лайнс» предоставляет участникам конгрессов скидку до 25%, НДС составляет всего 7,6% и может быть возвращен иностранным компаниям. Система путешествий по Швейцарии организует чартерные поезда и предоставляет делегатам специальные билеты, такие как Swiss Pass и Swiss Transfer Ticket. Кроме того, сюда легко добраться, интегрированная транспортная система обеспечит доставку туристов быстро и без усилий в любую точку страны. В Швейцарии легко сочетать разные виды деловых поездок. Скажем, работу на конференции или выставке можно разнообразить интересным инсентив-туром.

MICE на все вкусы

Этим летом на Стансерхорне, что в 20 минутах езды от Люцерна, будет запущен в эксплуатацию новый двухуровневый фуникулер с открытой верхней площадкой. Поездка на нем дает уникальную возможность почувствовать себя в кабриолете, поднимаясь на альпийскую вершину. Кабина фуникулера практически полностью прозрачная и позволяет в полной мере насладиться горной панорамой. Стансерхорн очень популярен как место нестандартного проведения банкетов и деловых мероприятий. Даже путь до него полон прекрасных приключений: сначала нужно доехать до местечка Станс (454 м над уровнем моря) на поезде или автобусе от Люцерна, там пересесть в винтажный вагон (копия оригинального вагона 1893 г.) и подняться на высоту 714 м на станцию Кельти. А уже откуда шесть минут подниматься на новом панорамном фуникулере до цели – горы Стансерхорн (1850 м над уровнем моря). На вершине горы есть все необходимое для проведения деловых мероприятий. Вращающийся ресторан «Рондорама» с круговой панорамой

захватывает дух и дает полный обзор Центральной Швейцарии: Альпы, озера и даже немецкий Шварцвальд. Ресторан может обслужить до 200 гостей (80 внутри и 120 на террасе).

Кроме того, имеется зал «Бухер&Дюррер» на 50 посадочных мест для совещаний или банкетов в старинном альпийском стиле; небольшой зал «Стансерхорн» для непродолжительного совещания или аперитива, а также выставочный зал.

Чартерные поезда для корпоративных групп

Легендарный поезд Red Arrow Churchill вызывал восхищение своим ретро-обликом с того момента, как он впервые встал на рельсы. Он был построен для национальной выставки в 1939 году и предназначался для членов королевских семей и первых лиц государств, путешествующих по Швейцарии. Сегодня же каждый путешественник может почувствовать себя сэром Уинстоном Черчиллем, проехавшись на этом поезде. Особенной его гордостью является прекрасный ресторан, кухня которого порадует даже самых взыскательных гурманов.

Путешествие по швейцарским Альпам может быть не только живописным, но и максимально комфортабельным, если ехать по ним на ретро-поезде в восточном стиле Golden Mountain Pullman Express. Здесь есть все необходимое для того, чтобы, перемещаясь по маршруту Монте – Шато Д'О – Гштаад – Цвайзиммен – Ленк, чувствовать как в самом роскошном и комфортабельном отеле: ресторан с прекрасной винной картой, бар, вагон с панорамным видом и многое другое. Для того чтобы ярко произвести первое впечатление, нужно просто выбрать для своей презентации вагон поезда Le salon de Lux. Здесь есть все необходимое для этого: кресла, ковры, большой конференц-стол и удобные диваны – вагон полностью оборудован и прекрасно подготовлен для бизнес-мероприятий.

Для экстраординарного инсентив-тура прекрасно подойдут вагоны Le Salon Bleu и Le Rubis Noir. Интерьеры поезда полностью повторяют ту эпоху роскоши, времен «Восточного Экспресса».

Инсентив с риском...

Тот, кто любит инсентив с риском, может пройти по приключенческому маршруту по перевалу Гемми. Теперь на перевале Гемми есть так называемый Виа Феррата – участок скалы, оборудованный специальными механическими конструкциями (лестницами и перилами), помогающими передвигаться

по склону. По отвесной скале могут пройти не только профессиональные альпинисты, но и обычные люди без специальной подготовки. Виа Феррата расположен на высоте 2300 м, на маршруте есть 65-метровый подвесной мост и 20-метровая вращающаяся веревочная лестница.

...и с улыбкой

«Улыбайтесь, господа, улыбайтесь», – призывал неунывающий барон Мюнхгаузен. Прекрасным поводом для хорошего настроения может стать треккинг на... коровах. Почувствовать себя настоящим швейцарским ковбоем можно в фермерском хозяйстве Болдерхоф на востоке Швейцарии. Оно предлагает

всем желающим трехчасовую прогулку на коровах по лесу, лугам и полям недалеко от Шаффхаузена в Восточной Швейцарии. По завершении прогулки гостей ждут прохладительные напитки и легкие закуски на фермерском дворе. Тем компаниям, которые предпочитают всем видам инсентива музыкальные программы, стоит обратить внимание на город Монте, где ежегодно в июле проходит знаменитый на весь мир джазовый фестиваль, почти полвека собирающий здесь выдающихся музыкантов. В Женеве в августе проходит знаменитый Женевский музыкальный фестиваль. Это одно из самых крупных событий в Швейцарии, на него приезжают порядка 2 млн человек. ■



Знаменитый поезд Red Arrow Churchill едет по региону Лаво



В чартерных поездах удобно и приятно проводить деловые мероприятия

INCOTRADE - traditional Swiss Tour Operator
 Представительство в Москве с 1996 года

Полный спектр услуг в Швейцарии:

- организация семинаров, конференций, бизнес встреч
- team building программы
- уникальные инсентив программы

Представительство в Москве:
 тел.: (495) 690-41-22 / факс: (495) 697-53-25
 e-mail: moscow@incotrade.ch

Member of Switzerland tourism, Swiss travel system specialist

INCOTRADE LTD
 www.incotrade.ch

Королевство Таиланд давно приглянулось россиянам. Возможность сбежать из российской зимы в теплую сказку с экзотическими яствами и фруктами, спа-салонами, увлекательным шопингом и добрыми улыбками местных жителей сделала это направление одним из самых востребованных.

Подготовила Елена СМЕРНОВА

Тайны «тайнесса» в Сиамском королевстве

Недавно туристические власти страны начали рекламную кампанию под названием «Семь чудес Таиланда». Одно из чудес – специально изобретенное слово «тайнесс», которое отражает местное философское отношение к жизни и относится ко всему, что традиционно: гостеприимство, улыбки, доброжелательность.

Наши соотечественники с радостью внимают тайским чудесам. В 2011 г. количество туристов из России перевалило за миллион! При том что в 2010 г. турпоток составил около 600 тыс. человек. А за три первых месяца этого года россияне вышли на третье место по числу туристических прибытий в Таиланд (после близлежащих Малайзии и Китая) – 408 420.

Увеличивается и количество деловых туристов, посещающих страну в рамках конференций, корпоративных тренингов, семинаров. MICE-сектор растет на 20% ежегодно. Бизнес-туристы из Европы составляют 11% гостей Таиланда. На корпоративные встречи и мотивационные мероприятия приходится 41% от всей индустрии, на международные конгрессы и конференции – 37%, на международные выставки – 22%.

За 2011 г. с целью MICE страну посетили более 700 тыс. человек. Доля российских участников MICE-мероприятий составляет 8,5% от числа всех европейцев. Бангкок, Паттайя, Чиангмай, Пхукет давно известны в России как направления делового туризма. Среди других регионов следует отметить Канчанабури, Краби, Самуи, Хуа Хин, чья природная красота и уникальные возможности для инсентив-туров добавляют привлекательности Таиланду как MICE-направлению.

Хуа Хин: вдали от суеты

В последние годы активно развиваются отели региона Хуа Хин, в том числе расширяются конгресс-



Тайский «тайнесс» в действии



Отель Dusit Thani 5* (Хуа Хин)



Причудливые статуи Таиланда



Роскошный зал Royal Dusit Grand Ballroom в отеле Dusit Thani (Хуа Хин)

ные возможности гостиниц. Хуа Хин включен Бюро конгрессов и выставок Таиланда (ТСЕВ) в кампанию Luxury MICE наряду с Бангкоком, Чианг Маем, Пхукетом и о. Самуи. Большим плюсом города является его расположение: сюда можно добраться за два с половиной часа на автомобиле или автобусе из Бангкока и аэропорта Суварнабхуми. Роскошные пляжи с белоснежным песком, высокий уровень сервиса, удаленность от суетных городов... Хуа Хин – старейший курорт Таиланда, и его высокий статус подчеркивает строительство здесь еще в начале XX в. летней королевской резиденции. Король Рама VII дал ей имя Клай Кангвон («Вдали от суеты»). Хуа Хин всегда считался местом летнего отдыха членов тайской королевской семьи и богатых тайцев.



Тайский плавучий рынок – здесь бережно хранят традиции



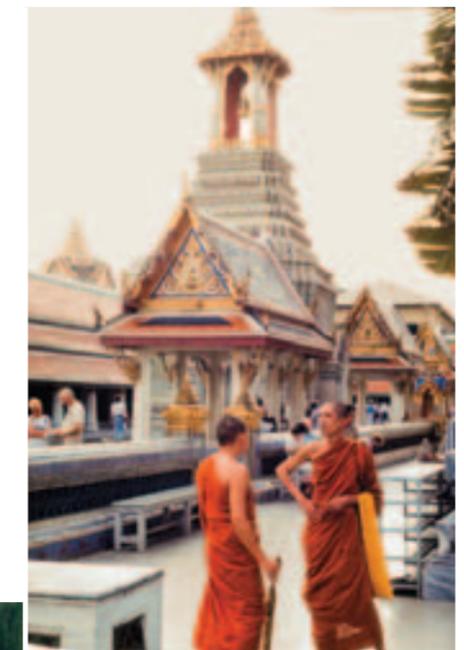
Гольф-поля Banyan Golf Club Hua Hin

быть разделен на два зала) – максимально 400 человек, залы Huay Sai I, II и III (общая площадь 176 кв. м) – максимально 170 человек, залы Bor Fai I и II (общая площадь 128 кв. м) вместимостью 120 человек.

Инсентив в сиамском раю

После деловой программы – добро пожаловать в мир «тайнесс»! В Хуа Хине можно почувствовать всю прелесть мгновенного переключения с делового мероприятия на спокойный отдых в сочетании с романтикой нетронутой природы, попробовать свои силы в гольфе, покататься на слонах, побродить по городу... Есть несколько популярных мест для шопинга: ночной уличный рынок – узкая улочка, по обеим сторонам которой располагаются кафе, бары, множество сувенирных лавочек и рынок перед «Гранд отелем», где и ночью идет бойкая торговля товарами от домашних кроликов до косметики, одежды и бижутерии... Здесь же можно почувствовать Таиланд «на вкус», попробовав тай-фуд и си-фуд с тележек с едой. Учтя, что все блюда, как и тайская кухня в целом, очень острые, риск отравления минимален.

В окрестностях курорта множество достопримечательностей и возможностей для культурной



В Таиланде аутентичность на каждом шагу...



Инсентив-программы в Хуа Хине

Игра в гольф. Здесь прекрасная инфраструктура для игры, хорошие поля, опытные инструкторы, поэтому с проведением корпоративного гольф-турнира проблем не возникнет. В Хуа Хине расположены два крупных гольф-отеля Black Mountain Golf Club и Springfield Royal Country Club, где можно не только играть, но и отдыхать или проводить деловые мероприятия.

Кайтсерфинг. Пляжи Хуа Хина идеально подходят для катания на доске за парашютом-парусом, ведь здесь на восточном побережье Таиланда 300 дней в году дуют теплые ветра. Ежегодно здесь проходят соревнования по кайтсерфингу – красочное зрелище, которое можно включить, например, в программу событийного тура.

Корпоративные праздники. Хуа Хин как нельзя лучше подходит для организации выездных торжественных мероприятий – юбилеев компании, награждения лучших сотрудников и т.д. Несмотря на свои небольшие размеры, Хуа Хин обладает отличной гостиничной инфраструктурой, способной принять и организовать любой праздник.

программы в рамках инсентив-туров. Можно отправиться на высокий холм в районе Hat Laem Sala и осмотреть пещеру Phraya Nakorn – главную достопримечательность национального парка Khao Sam Roi Yot («Триста вершин»), в парке – полюбоваться живописными долинами, водопадами, плантациями манговых деревьев. В 60 км от Хуа Хина в сторону Бангкока расположен город Петчабури, который был одним из главных центров государства в период Королевства Аюттхайя. Здесь находится самое большое в Таиланде количество храмов на единицу площади. Недалеко еще одна пещера – Као Луанг (Khao Luang) с более чем 170 различными изображениями Будды. В 70 км от Хуа Хина можно совершить одно из удивительных и самое, пожалуй, запоминающееся путешествие – верхом на слоне. В Слоновой деревне Hutsadin Elephant Foundation (www.hutsadin.org) гости могут близко познакомиться с одним из самых почитаемых в Таиланде животных, покормить бананами слоника-малышку, который нарисует картинку, наденет гостю шляпу и забьет гол в ворота, и совершить головокружительную прогулку на спине тайского великана по проложенной среди джунглей тропе. Находясь в Хуа Хине, гости Таиланда имеют прекрасную возможность познакомиться или расширить свои познания о спорте миллионеров – гольфе. Здесь расположен престижный и самый старый гольф-клуб страны Royal Hua Hin Golf Club. Его членом является король Таиланда Пумипон Адульядет. Благодаря роскошным полям и уникальному климату здесь множество гольф-клубов, ведь для тайцев гольф – это страсть. Первое поле здесь открыли в 1920 г., а самый известный гольфист в мире Тайгер Вудс – наполовину таец! Попробовать свои силы в гольфе можно в Banyan Golf Club Hua Hin (www.banyanthailand.com/golf.html), здесь убегающие за горизонт поля, полный сервис пятизвездного отеля и отличные предложения для групп. Еще один из вариантов «правильного» проведения времени в Таиланде, – обследование организма сheck-up. Таиланд славится развитой медициной, и множество туристов, находясь на от-

дыхе, проходят обследование и лечение, приводят себя в форму в местных госпиталях и больницах. Почему бы компании не заняться здоровьем своих сотрудников? Уровень медицины здесь очень высок, а стоимость лечения вполне доступна. Большой выбор вариантов обследования и лечения в Bangkok International hospital Hua Hin (www.bangkokhospital.com/huahin), самом большом госпитале Хуа Хина. Стоимость обследования зависит от возраста и пола пациента и в этом году варьируется от 4980 до 37 157 тайских бат. По своим каналам, или незабываемый город ангелов Находясь в Таиланде, не миновать его яркую и удивительную столицу – все дороги сходятся тут. Тем более что страна, расположенная в самом сердце континентальной Юго-Восточной Азии, выступает в качестве шлюза для развивающихся стран субрегиона Большого Меконга. В Бангкоке не только сосредоточена деловая жизнь страны, здесь самые разнообразные возможности как для проведения конференций и выставок, так и для отдыха после них – культурных событий, спа, велнес-процедур, массажа, шопинга... В июне в столице Таиланда прошли два крупных мероприятия – выставка Thailand Travel Mart Plus (TTM+) и первый Thailand MICE International Forum (TMIF) 2012. На них были определены четыре стратегических преимущества страны в области MICE: сервис на самом высоком уровне; инфраструктура мирового класса; широкий выбор мест для проведения мероприятий на территории страны и перспективы для развития бизнес-контактов. В свое время рейтинг журнала Travel+Leisure вознес тайскую столицу на первое место среди самых привлекательных городов мира. Бангкок украсил и Книгу рекордов Гиннеса, ведь его название на самом деле на тайском языке очень длинно и переводится как «Великий город ангелов, наивысшее местоположение божественных сокровищ, великая земля, которую нельзя завое-

вать, великое и процветающее царство, великолепная и замечательная столица девяти драгоценных камней, место, где живут величайшие властители и расположен большой дворец, жилище богов, способных перевоплощаться в духов». Или просто Крунг Тхеп – город ангелов. Основанный в 1782 г. королем Рамой I на берегах реки Чао Прайя и многочисленных каналах, сегодняшний Бангкок – огромный мегаполис со сверкающими витринами, мегамоллами, небоскребами, автомобильными пробками и спешащими на работу «белыми воротничками». Но стоит прогуляться по центру недалеко от берегов реки Чао Прайя – и попадаешь в другой мир, где дурманящий аромат благовоний смешивается с отнюдь не благоуханием местных фруктов дурианов, мимо может прогуливаться слон, а узкие улочки выводят к сияющим храмам королевского дворцового комплекса, переливающимся позолотой и осколками зеркал. В одном из них – храме Ват Пра Кео (Wat Phra Kaew) – находится Изумрудный Будда (на самом деле – нефритовый). Он одет в костюм из чистого золота в соответствии с погодой, который каждый сезон ему меняют лично члены королевской семьи. Недалеко расположен храм Лежащего Будды (Wat Pho). 46-метровая статуя Будды покрыта сусальным золотом, вдоль нее стоят 108 горшочков, в каждый из них нужно бросить монетку в один сатанг «на счастье». Монетки продаются тут же. Считается, что именно от этого храма пошли школы настоящего тайского массажа, а испытать это удовольствие на себе можно в расположенных поблизости салонов. Обязательно нужно посетить дворец Виманнек – королевскую резиденцию, построенную монархом-реформатором Чулалонгкорном (Рамой V). В здании из «золотого» тикового дерева есть комнаты королевских подарков, где можно увидеть и дары от российского царского дома. Всего же в Бангкоке около четырех сотен храмов и дворцов, туристы чаще всего осматривают храм Утренней зари (Wat Arun) и храм Золотого холма (Wat Saket). Рос-

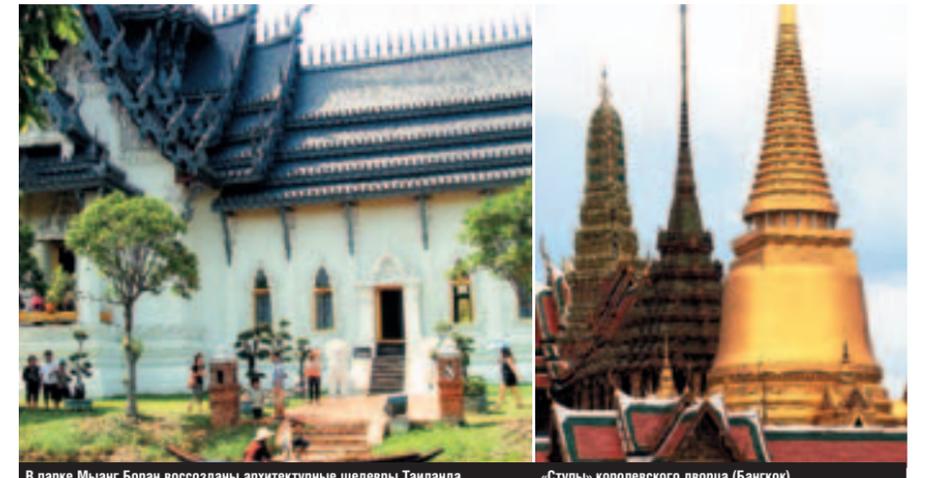
кошный вид на храм Утренней зари открывается с воды – вечерние круизы с ужином на кораблях Grand Perl проходят по реке Чао Прайя. А для особо впечатлительных лучше подняться на небоскреб Байок Скай (Baiyoke Sky Hotel) и осмотреть окрестности с высоты птичьего полета. Это самое высокое здание в городе, в нем несколько ресторанов, и обед или ужин на 78-м этаже дарит незабываемые минуты. В Бангкоке есть культурный центр Сиам Нирамит (Siam Niramit, www.siamniramit.com), который, по оценкам специалистов, считается чуть ли не идеальным местом проведения MICE-мероприятий в столице. Судите сами. Во время шоу зрители погружаются в историю Таиланда, в глубину веков, заглядывают в тайскую деревню, веселятся на фольклорных праздниках, воюют с неприятелями и «возносятся» на «блаженные небеса». Сцена Сиам Нирамита входит в Книгу рекордов Гиннеса как самый высокий театр в мире, сценические эффекты потрясут воображение, чего только стоит текущая по сцене река с плывущими по ней лодками! А живые слоны, которые вышагивают не только по сцене, но и в зрительном зале! До начала шоу можно попробовать изысканные блюда тайской кухни в ресторане на тысячу мест, а после – прогуляться по настоящей тайской деревне.

Долго ли? Коротко!

Основные перевозчики в России на этом направлении – авиакомпании Thai Airways, «Аэрофлот» и «Трансаэро». Перелет – более девяти часов – считается длительным. Главное – правильно выбрать авиакомпанию. Сервис авиакомпании Thai Airways давно заслужил самые высокие оценки. Двухразовое питание, пледы и подушки, индивидуальный монитор с набором фильмов, музыки и игр скрашивают путешествие в экономклассе. Для корпоративных клиентов также есть преимущества. Пассажирам, для которых полеты – неотъемлемая часть бизнеса, в компании Thai Airways предлагается специальный класс обслуживания Royal Silk, превышающий по уровню комфорта многие бизнес-классы. Каждое место – это небольшой мобильный офис со всем необходимым. Система развлечений на борту – Audio Video on demand – включает в себя фильмы разного жанра. В меню Royal Silk Class – достойные настоящих гурманов блюда тайской, азиатской и международной кухни. Среди прочих привилегий – приоритетное бронирование билетов и регистрация на рейс, возможность провезти 30 кг багажа бесплатно, доступ в залы ожидания Royal Silk Lounges авиакомпании Thai Airways и авиакомпаний – членов Star Alliance (среди которых Thai Airways) во всем мире. Для MICE-групп авиакомпания предоставляет специальные тарифы, которые ниже обычных групповых на 20–30%. Групповое бронирование может быть оплачено поэтапно. Можно поменять состав группы. Отличительной особенностью авиакомпании является возможность перевезти группу до 120–150 человек на одном борту, что не всегда предлагают другие перевозчики, выполняющие рейсы в Таиланд.

Из Бангкока удобно добираться еще до одной достопримечательности Таиланда – плавучего рынка Дамнеонсадуак, что в паре часов езды от центра столицы. Вдоль деревянных домиков и бунгало на сваях по реке снуют длинные лодки. Сидящие в них продавцы предлагают различную снедь, фрукты и овощи, специи и рыбу. У них, а также в лавочках на берегу можно купить интересные сувениры, деревянные слоников и фигурки Будды, плетеные кошельки, колокольчики и одежду.

Для желающих погрузиться в историю и познать архитектурную роскошь Таиланда недалеко от столицы есть еще одно чудо – парк Мьянг Боран (Древний город). Здесь, порой в натуральную величину, бережно и максимально точно воссозданы существующие ныне и безвозвратно погибшие архитектурные шедевры Таиланда. Парк очертаниями напоминает границы Таиланда. Передвигаться по нему удобнее на маленьких автобусах или электромобилях – территория очень большая. ■



В парке Мьянг Боран воссозданы архитектурные шедевры Таиланда

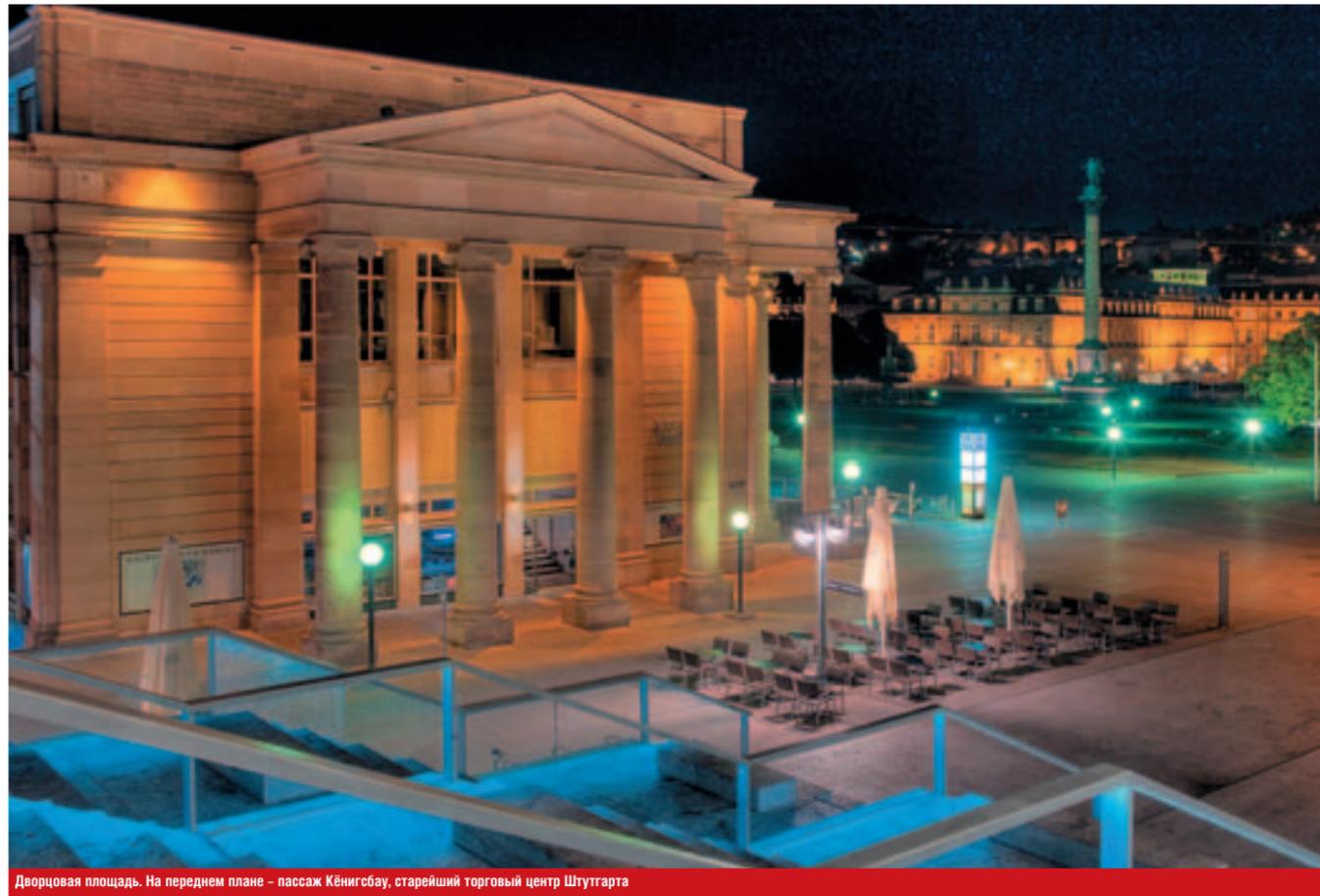
«Ступы» королевского дворца (Бангкок)



Таиланд располагает к отдыху



«Сиам-Нирамит» поражает грандиозностью



Дворцовая площадь. На переднем плане – пассаж Кёнигсбау, старейший торговый центр Штутгарта

С Аэрофлотом в Штутгарт на выходные и не только

В этой рубрике под бизнес-паузой обычно понимается несколько свободных часов во время зарубежной командировки. Но почему бы не позволить себе пару дней насыщенного отдыха в рамках календарного графика, отправившись за границу, например, в тур выходного дня?

Подготовил Александр ПОПОВ

Одним из условий успеха таких туров является удобное расписание авиaperелетов. Удачным примером такого расписания стала новая программа ежедневных рейсов авиакомпании Аэрофлот по маршруту Москва – Штутгарт. Даже на основе всего двух забронированных ночей можно выстроить очень насыщенную поездку. Это с успехом продемонстрировали ОАО «Аэрофлот – российские авиалинии», организация Stuttgart Marketing GmbH и аэропорт г. Штутгарта, организовав ознакомительный тур для группы представителей крупных российских туроператоров и прессы.

Первый день

Вылет из аэропорта Шереметьево (терминал D) – в 12.10. Прибытие в Штутгарт – в 13.30. Для размещения можно порекомендовать отели Moevenpick Hotel Stuttgart Airport & Messe 4*, Maritim Hotel Stuttgart 4*, Le Meridien Stuttgart 5*, Arcotel Camino Stuttgart 4*, Steigenberger Graf Zeppelin 5* и Hotel Pullman Stuttgart Fontana. Они наиболее активно продвигают себя на российском рынке. Два первых относятся к сегменту отелей, ориентирующихся на деловых туристов. На местоположение Moevenpick Hotel Stuttgart Airport & Messe 4* указывает его название. Он находится

буквально в 50 м от здания аэропорта и в 200 м от выставочно-конгрессного центра Messe Stuttgart. Этот отель особенно удобен для тех, у кого ранний вылет. Maritim Hotel Stuttgart 4* – солидный деловой отель из двух корпусов более чем на пятьсот номеров – расположен не более чем в десяти минутах ходьбы от Кёнигштрассе, главной улицы города. В отеле семь конгресс-залов, включая бывший конный манеж Alte Stuttgarte Reithalle. Рядом – культурно-конгрессный центр Liederhalle, соединенный с отелем подземным туннелем, стены которого украшены картинами современных художников.

Разместившись в отеле, можно отправиться на экскурсию. Например, в музей «Мерседес Бенц». Он стоит на берегу реки Неккар, к юго-востоку от центра города. В музее можно взять аудиогид на русском языке. Осмотр начинается с самого верхнего – девятого – этажа, куда посетителей доставляет панорамный лифт. Около 160 автомобилей – экспонатов музея расположено в хронологическом порядке на спускающемся вниз по спирали эффектным пандусе. Особенная часть экспозиции – раздел «Гонки и рекорды», где собрано 40 гоночных автомобилей рекорсменов фирмы. В разделе «Техника» посетители знакомятся с научными исследованиями, развитием дизайна и производством знаменитой марки. На первом этаже гости музея проходят через большой сувенирный магазин и попадают прямо на выставку-продажу новых моделей. Как говорится, плати и уноси. Вечером хорошо посидеть в одном из штутгартских ресторанчиков. Скажем, в Alte Kanzlei (в пер. – «Старая канцелярия»). Здесь когда-то находилась дворцовая канцелярия короля Вюртембергского. Рекомендуем заказать любимое пиво Его Величества – Stuttgarter Hofbraeu. Очень недурно сухое вино Fellbabacher Laemler. Замечательная швабская кухня в комментариях не нуждается.

Второй день

Утром следующего дня достаточно времени для пешеходной экскурсии по городу, небольшого шопинга и подъема на первую в мире сталебентонную телебашню.

Главной городской артерией Кёнигштрассе – более двухсот лет. Она начинается от вокзала. Здесь когда-то стояли королевские ворота, которые снесли в 1922 г. О них символически напоминает пристроенная к вокзалу башня высотой 58 м, увенчанная вращающейся звездой фирмы «Мерседес». Кёнигштрассе превращена в пешеходную зону – ныне, как уверяют местные жители, самую длинную в Европе – 1,2 км. Здесь расставлены скамейки, устроены фонтаны, игровые площадки, среди них, например, проложенные под землей длинные переговорные трубы, концы которых выведены на поверхность. И множество магазинов, включая представителей всех крупных торговых сетей Германии. По Кёнигштрассе проходят до 100 тыс. пешеходов в день.

Российским туристам надо обратить внимание на пятиэтажное здание с вывеской Dresdner Bank, что стоит на углу Кёнигштрассе и Больцштрассе. Его фасад украшает двухэтажная арка, отделанная белым камнем. Это Дом королевы Ольги, названный в честь великой княгини Ольги Николаевны (1822–1892), дочери российского императора Николая I, супруги вюртембергского короля Карла I. Кёнигштрассе выходит к Дворцовой площади – одной из красивейших в Германии. В центре высится Юбилейная колонна, возведенная в 1841 г.



Ваш перевозчик. Авиакомпания Аэрофлот*

Первый рейс Аэрофлота по маршруту Москва – Штутгарт состоялся 27 апреля 2012 г. Штутгарт стал восьмым пунктом Германии, куда авиаперевозчик выполняет регулярные рейсы. В сеть регулярных маршрутов авиакомпании также входят ежедневные рейсы в Берлин, Франкфурт-на-Майне, Дюссельдорф, Мюнхен, Ганновер, Дрезден и Гамбург. Полеты выполняются на современных комфортабельных лайнерах семейства Airbus. У Аэрофлота самый молодой парк этих самолетов в Европе. Расписание построено таким образом, чтобы обеспечить максимально удобные стыковки для пассажиров, следующих рейсами авиакомпании из Европы через Москву в города Азии, России, США.

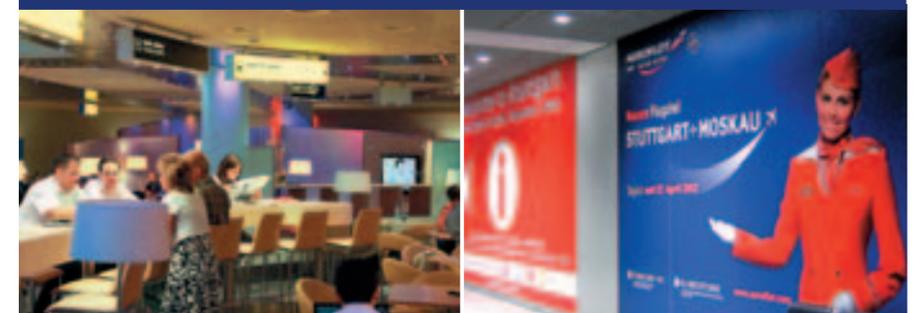
За последние годы в авиакомпании немало сделано для повышения уровня обслуживания на земле и в воздухе. Бортовое меню Аэрофлота составляют такие крупные специалисты в области кулинарного искусства, как шеф-повар компании LSG Sky Chefs Харальд Шестрем и знаменитый французский шеф-повар с мишленовским опытом Камиль Бенамар, специализирующийся на десертах. Ассортимент блюд на борту регулярно обновляется и соответствует канонам здорового питания. Авиакомпания активно осваивает новые технологии. Сегодня уже можно отправлять и принимать SMS-сообщения, пользоваться интернетом во время полета на бортах среднемагистральных лайнеров Airbus A321, «М. Келдыш» и «Н. Вавилов».

Высокий статус Аэрофлота подчеркивает множество отраслевых премий и наград. Авиакомпания входит в число 25 ведущих авиакомпаний мира и в 2011 г. признана лучшей в Восточной Европе. Она также удостоена награды World MICE Award в номинации «Лучшая российская авиакомпания для бизнес-путешественников».

Если театр начинается с вешалки, то воздушное путешествие – с аэропорта. Сегодня терминал D в обновленном Шереметьево, базовом аэропорту Аэрофлота, вполне может претендовать на звание лучшего в Европе. Здесь практически сняли проблему очередей на паспортном контроле, без задержек выдается багаж. В просторных светлых залах нет сутолоки, цены в ресторанах заметно ниже, чем в других аэропортах. Добраться до аэропорта можно всего за 40 минут из центра Москвы, воспользовавшись электричками «Аэроэкспресс». В терминале D аэропорта Шереметьево, откуда выполняются рейсы Аэрофлота, пассажиры бизнес-класса и держатели карт Gold Card Aeroflot Bonus или SkyTeam Elite Plus могут пользоваться услугами круглосуточных залов ожидания «Блюз» и «Джаз» для международных направлений, а также зала «Классика» для пассажиров, путешествующих по внутрироссийским маршрутам. Во всех залах к услугам гостей – бесплатные напитки и закуски, свежая пресса, телевидение, бесплатный доступ в интернет как с персональных компьютеров, так и по сети Wi-Fi. В залах «Джаз» и «Блюз» есть удобные душевые комнаты. Отдельной строкой стоит сказать об эффективной форме стюардесс и наземного персонала, разработанной отечественными дизайнерами. Учитывая то, что россиянки славятся своей красотой, можно говорить, что Аэрофлот сегодня – это действительно приятная авиакомпания.

Расписание перелетов по маршруту Москва – Штутгарт – Москва

Москва – Штутгарт	12.10	13.30
Штутгарт – Москва	14.20	19.25



* Названия авиакомпаний написано в соответствии с ее корпоративными стилями



Старый замок. Внутренний двор



Звезда «Мерседес Бенц» – один из символов Штутгарта



Беседка на Дворцовой площади

по случаю 25-летнего юбилея правления короля Вильгельма I, супруга великой княгини Екатерины Павловны, королевы Вюртембергской. Большую часть площади занимают цветочные клумбы и зеленые газоны, на которых в теплые дни отдыхают и местные жители, и приезжие.

Напротив площади раскинулось похожее на греческий храм здание Кёнигсбау – старейшего торгового центра Штутгарта, построенного еще в 1860 г. Рядом с Кёнигсбау высится огромный стеклотонный голубой куб Музея искусств, построенного в 2005 г. Его экспозицию будет интересно осмотреть любителям классического модернизма, абстракционизма, экспрессионизма и других авангардных направлений. На площади в 5 тыс. кв. м представлено около 15 тыс. работ. Из расположенного на верхнем этаже под стеклянной крышей ресторана Sibe открывается потрясающая панорама города и окружающих его высоких зеленых холмов.

С другой стороны на площадь выходит п-образное здание Нового дворца, построенного в середине XVIII в. – последнего крупного дворца в стиле барокко в Германии. Его прототипом был парижский Версаль. Справа по фронту от дворца – Старый замок, выстроенный в стиле немецкого Ренессанса. Отсюда когда-то начался Штутгарт. В разместившемся в замке Музее земли Баден-Вюртемберг помимо прочего хорошо представлены русские страницы в истории региона. Здесь также хранится уникальный экспонат – вырезанное на мамонтовой кости изображение головы льва. Ему около 30 тыс. лет. Это самое старое в мире произведение искусства.

Телебашня, изящная бетонная игла высотой 217 м, возвышается на лесистом холме в южной части города. Это первая в мире телебашня, построенная из бетона и металла. Автор проекта – Фриц Леонхард, один из лучших инженеров-строителей Германии XX в. Сначала планировалось построить стандартную похожую на елку телевышку из переплетенных металлических стержней. Подобная построена в Москве на Шаболовке. Но Леонхард доказал, что строение такой формы, уместное в городском ландшафте, поднявшись на холме над городом, изуродует пейзаж. Башня нового типа была сдана в эксплуатацию в феврале 1956 г. Только год спустя в СССР был объявлен всесоюзный конкурс на строительство телебашни в Останкино. С башни открывается восхитительная панорама. Российскому туристу, поднявшись сюда, непременно надо разглядеть высокий холм Вюртемберг. На нем стоит погребальная православная часовня-ротонда королевы Екатерины (Екатерины Павловны) – русской супруги вюртембергского короля Вильгельма I.

При телебашне есть два ресторана, где можно и отобедать. А затем добро пожаловать на «охоту за скидками» в город-универмаг Метцинген, что в получасе езды от Штутгарта. В родном

городе модельера Хьюго Босса, который в 1923 г. основал здесь пошивочную мастерскую, теперь представлены многочисленные мировые бренды: Adidas, Bally, Burberry, Calvin Klein, Escada, Joop, Lacoste, Loro Piana, Max Mara, Nike, Polo Ralph Lauren, Samsonite, Strenesse, Swarovski, Timberland, Tommy Hilfiger. Всего свыше 50 торговых центров, в которых товары продаются со скидками до 70%.

Ужин возможен в Метцингене, к примеру, в ресторанчике Schwaben. Или в Штутгарте, где можно порекомендовать Stuttgarter Staefele – один из лучших ресторанов национальной кухни земли Баден-Вюртемберг.

Здесь рекомендуем заказать ассорти из национальных блюд Von Allem ebbes (так и переводится – «Всего понемножку») или отведать самое традиционное блюдо Швабии – «Крестьянский завтрак» (Bauernfruestueck). Это яичница с ветчиной и жареным картофелем. Просто и вкусно! В ресторане есть меню на русском языке.

Третий день

В день вылета (обратный рейс Аэрофлота – в 14.20) с утра есть время совершить еще одну экскурсию и посетить, к примеру, музеи «Порше» и земли Баден-Вюртемберг.

Музей «Порше» расположен в пригороде Штутгарта. Ультрасовременное здание как бы парит над землей. Еще недавно подобные строить не умели. Здесь искусно, с фантазией, отражена богатая 75-летняя история знаменитого бренда. В экспозиции выставлено около 80 автомобилей, а также другие экспонаты, связанные с автомобильной промышленностью.

Представлены первые модели профессора Фердинанда Порше, исторический «Тур 64» производства 1939 г., на который впервые была нанесена надпись Porsche, выставлены легендарные «Порше 911» и «Порше 917», среди них гламурный болид «Розовая свинья» с разметкой для «разделки» туши! Несмотря на дизайнерские и технические навороты, «Свинья» не одержала ни одной победы.

Самый известный экспонат музея – знаменитый «Фольксваген», который за своеобразную форму получил название «Жук».

Именно Фердинанд Порше в 1930-х гг., работая в Штутгарте, создал эту ныне всемирно известную модель. Машины здесь – в рабочем состоянии и время от времени участвуют в соревнованиях и ретро-пробегах.

А если вместо музея «Порше» отправиться в Музей земли Вюртемберг, то останется время и прикупить что-нибудь вкусненькое на городском рынке Markthalle, что находится в нескольких шагах от Кёнигштрассе.

В любом случае, если четко спланировать утреннюю программу, то можно будет еще и посидеть перед вылетом в одном из ресторанчиков в аэропорту. ■

"КОНКОРД" - ГАРАНТ ВАШЕГО УСПЕХА НА ВЫСТАВКАХ



Выставочный сервис:

- разработка выставочной концепции
- организация экспозиций
- разработка дизайн-проектов и единого стиля экспозиций
- строительство и оформление стандартных и эксклюзивных стендов
- оформление таможенных грузов
- подготовка и организация деловой программы
- все виды рекламной продукции и PR-поддержка
- аккредитация
- услуги по организации поездок на выставки

Услуги:

- бронирование и размещение в гостиницах различных категорий
- авиа- и железнодорожные билеты
- полная визовая поддержка и медицинское страхование
- транспортное обслуживание
- экскурсионная и культурная программы
- VIP-обслуживание



Группа компаний "КОНКОРД"
127055, Москва, Тихвинский пер., д.11, стр.2, тел.: (495) 961-11-99
191023, Санкт-Петербург, ул. Садовая, 28-30, офис 23, телефакс: (812) 335-08-80/81/82
e-mail: reception@concordgroup.ru, www.concordgroup.ru