

Ежегодная профессиональная награда в области бизнес-туризма и MICE

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD

2014

18 номинаций
Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

www.mice-award.ru

Голосование до 15 сентября

Церемония награждения 1 октября

Дополнительная информация:
Ирина Ильина
тел. (495) 723-72-72, award@tourbus.ru



УЧРЕДИТЕЛИ ПРОЕКТА:



ОРГАНИЗАТОР:



ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР:



www.bt-magazine.ru 2014 | №5-6 | май-июнь
BUSINESS TRAVEL

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ

12+

Виктор ТАБАЧКОВ:
Важно превосходить ожидания

4 | Широка была страна моя...

20 | Мероприятия под стук колес

40 | Остров больших возможностей

ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ СЕЙЧАС
wtmlondon.com



**2,2 млрд. фунтов
— сумма сделок**

заключенных в ходе Всемирной
туристической выставки WTM® 2013



Рекордное
количество
покупателей
8,500

50,000
посетителей
из 186 стран

WTM® деловое партнерство

3–6 ноября 2014 г. / ExCeL London



**СПЕЦИАЛЬНОЕ
ПРЕДЛОЖЕНИЕ**

Пакет гостиничных услуг от **105 фунтов**
включая трансфер до центра ExCeL и обратно

стоимость за ночь, предполагает трехдневное пребывание. Возможность
предварительного бронирования для групп.

Бронируйте сейчас, чтобы иметь возможность выбрать
ближайший отель на лучших условиях (включая A&A Hotel)

Письмо нам: info@imaginations.org.uk или звоните по тел. +44 (0) 151 641 6800

world-travel-market-hotels.co.uk/hotelpackages



Official Media Partner



Official Partner



BUSINESS TRAVEL
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ
ВСТРЕЧИ ■ ИНСЕНТИВ ■ КОНФЕРЕНЦИИ ■ ВЫСТАВКИ
МАЙ — ИЮНЬ 2014 #5–6 (77)

Главный редактор: Александра Загер
a.zager@tourbus.ru
Билд-редактор: Юлия Калашникова
Корреспонденты: Элеонора Арефьева
Владимир Сергачев
Анна Юрьева
Художник: Владислав Суwegeин

Отпечатано в России
Тираж: 9000 экз.

Редакция журнала «Business Travel/
Международный деловой туризм»

Адрес редакции: Суворовская пл., д. 2, стр. 3
Почтовый адрес: 107031, Москва, а/я 32
Тел./факс: (495) 723-72-72
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.

Учредитель: ООО «Турбизнес»
Издатель: ООО ИД «Турбизнес»

Турбизнес
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Генеральный директор ИД «Турбизнес»:
Иван Калашников

Исполнительный директор:
Ольга Мальцева

Заместители генерального директора:
Елена Борисова
Александр Попов

Директор по рекламе Ольга Гришина
Менеджер по рекламе Анастасия Пшеничная
reclama@tourbus.ru

Отдел информации и распространения:
Лариса Тарасюк
L.tarasyuk@tourbus.ru
Лариса Лаврова

Отдел workshop: Людмила Сивова
Елена Архипова
Кристина Сивова
Евгения Шуманская
workshop@tourbus.ru

©ООО ИД «Турбизнес»

Турбизнес
Travel Trade Russia

Турбизнес
на Северо-Западе

Пять звезд
destinations
ТУРБИЗНЕС

СОДЕРЖАНИЕ

2 НОВОСТИ
Вопрос месяца
Гостиничный маркетинг требует новых подходов
Москва на международной выставке индустрии
встреч IMEX Frankfurt
Штутгарт и Юго-Западная Германия ждут гостей
Рост мобильных бронирований
Что? Когда? Где?

4 ТЕМА НОМЕРА
Широка была страна моя...

10 СОБЫТИЯ
GBTA трэвел-симпозиум
MICE-новинки Берлина

12 НОВОСТИ КОМПАНИЙ

14 ТЕХНОЛОГИИ
Турагентство в кармане

16 ВЕСТНИК АБТ

17 БИЗНЕС-ПАРТНЕР
Виктор ТАБАЧКОВ:
Важно превосходить ожидания

20 ТРАНСПОРТ
Мероприятия под стук колес

22 РЫНКИ
Российский бизнес-трэвел ждет бум «мобильности»
На самом интересном месте

29 ОТЕЛЬ
Анна САМОЙЛОВА: «Альфа» умеет удивлять

30 РЕГИОН
Питерский MICE живет будущим
Баку настроился на деловую волну

38 НАПРАВЛЕНИЕ
Бизнес-Валлетта
Остров больших возможностей
Встречи по-мадьярски

47 ПАУЗА
Забывтая достопримечательность



4



20



26



40



44

ВОПРОС МЕСЯЦА

Какие страны бывшего СССР пользуются наибольшим спросом как MICE-направления?

58%

Азербайджан, Армения, Грузия

9%

Казахстан, Узбекистан, Таджикистан

8%

Прибалтика

25%

Спрос на все эти страны примерно одинаковый

Источник: опрос на сайте www.bt-magazine.ru

ТОП-5. Популярны конгрессные города мира

- ✓ Париж
- ✓ Мадрид
- ✓ Вена
- ✓ Барселона
- ✓ Берлин

Источник: ICCA

Гостиничный маркетинг требует новых подходов

В московском отеле «Метрополь» 28 мая прошла конференция Hospitality Marketing Day. Ее организаторами выступили юридическое агентство «Персона Грата», консалтинговая группа Travel Expert, издательский дом «Турбизнес». Новые тренды в гостиничном маркетинге стали главной темой выступлений форума.

По мнению Екатерины Щербаковой, независимого эксперта в гостиничной сфере, главной тенденцией ближайшего десятилетия станет «вступление в пору трат поколения Y», рожденного в 77–98 гг. прошлого века. Представители этого поколения вскоре станут главными клиентами индустрии гостеприимства. А это значит, отельерам придется всё больше инвестировать в интерактивные системы общения с гостем – только при этом условии представители Y-поколения воспримут отель созвучным своей позиции.

Антон Попов, директор агентства «Редкая марка», дал рекомендации по продвижению отеля в социальных сетях. Он посоветовал организовывать блог-туры на свои объекты – реклама в блогах может быть очень эффективной. По мнению эксперта, важно работать в разных сетях, обращать внимание на появление новых, анализировать, работа в какой сети выводит на целевую аудиторию, помогает продвигать отель.

Реклама в поисковых системах – эта тема доминировала в выступлении Алисы Фадеевой, менеджера по работе с ключевыми клиентами компании «Яндекс». Важное наблюдение экспертов компании: рост запросов на бренд, в прошлом году число таких запросов увеличилось на 13%.

Об экзотическом пока для российских отелей программном продукте – мобильном приложении рассказала генеральный директор Hospitality income Consulting Елена Лысенкова. Глобальные гостиничные операторы уже вовсю опробовали эту новинку. Елена сравнила лучшие образцы, которые предложили своим клиентам представители международных сетей. Рекомендация эксперта: крупные отели и сети должны присмотреться к преимуществам собственных мобильных приложений.

Спикеры конференции рассмотрели и маркетинговые задачи сегодняшнего дня. В их числе – ориентация на новые рынки, прежде всего на туристов из Индии, Китая, других стран.

Москва на международной выставке индустрии встреч IMEX Frankfurt



Конгресс-бюро г. Москвы презентовало российскую столицу на крупнейшей международной выставке индустрии встреч IMEX Frankfurt.

АНО «Конгресс-бюро г. Москвы» впервые приняло участие в ежегодной Международной выставке IMEX Frankfurt 2014, прошедшей с 20 по 22 мая 2014 г. в одном из крупнейших центров делового туризма Европы – в городе Франкфурт. На объединенном стенде Российской Федерации АНО «Конгресс-бюро г. Москвы» показало возможности и потенциал российской столицы как конгрессно-выставочной дестинации для международных инициаторов бизнес-встреч.

«Москва действительно обладает всеми необходимыми ресурсами, чтобы претендовать на место в списке основных дестинаций мировой индустрии встреч. Это и выгодное геополитическое положение, и огромный социально-экономический потенциал московского региона, и богатые исторические и культурные традиции. Москве есть что предложить ведущим организаторам деловых встреч – от комфортных отелей и оборудованных по последнему слову техники конференц-залов до уникальных достопримечательностей и изысканных ресторанов. Около 10 площадок Москвы готовы принять мероприятия масштабом от 1 тыс. делегатов и более», – отметила генеральный директор АНО «Конгресс-бюро г. Москвы» Ксения Бойкова.

На стенде прошла презентация основных возможностей российской столицы с точки зрения проведения значимых конгрессно-выставочных мероприятий.

Штутгарт и Юго-Западная Германия ждут гостей



В московском отеле «Националь» 21 мая состоялась бизнес-завтрак, посвященный туристическому потенциалу Штутгарта и земли Баден-Вюртемберг, в котором приняли участие более 30 представителей туристических компаний и журналистов.

Из Германии приехали региональный директор по России и Индии Stuttgart Marketing & The State Tourist Board Ханс-Йорг Хадбавник, директор по маркетингу Baden-Baden Tourism Анна-Грет Паулюс, директор по маркетингу Stuttgart International Airport Томас Хельтен, а также генеральный менеджер компании TIME Europe GmbH Кирилл Моргунов

и глава Национального туристического офиса Германии в России Алла Беликова.

Ханс-Йорг Хадбавник отметил, что федеральная земля Баден-Вюртемберг – одна из самых живописных в Германии. Здесь находятся лесистый горный массив Шварцвальд («Черный лес»), Боденское озеро, прославленный термальный курорт Баден-Баден, королевская резиденция – замок Гогенцоллерн, Штутгарт – столица и главный туристический центр. В земле Баден-Вюртемберг находится крупнейший в Германии парк развлечений – Europa Park.

Земля Баден-Вюртемберг занимает второе место в Европе после Венгрии по количеству термальных источников. Самый знаменитый курорт, давно и исторически любимый русскими туристами, разумеется, Баден-Баден. Многие отели имеют свои спа- и велнес-центры, где можно пройти различные лечебные водные процедуры. Однако, здесь не только лечатся. Вот уже более 350 лет визитной карточкой Баден-Бадена является великолепная трехкилометровая Лихтентальская аллея, проходящая через парк в центре города. На нее как бусины на нитку «нанизаны» культурные достопримечательности города? в том числе знаменитое казино. Тем, кто хочет поиграть нужно приходиться после двух часов дня, до этого времени можно прийти на экскурсию.

О воздушных воротах земли Баден-Вюртемберг рассказал Томас Хельтен. Stuttgart International Airport находится всего в 12 км от города, до центра электричкой ехать не больше получаса. Прямые рейсы авиакомпании «Аэрофлот» осуществляются сюда из Москвы ежедневно. В планах компании – добавить второй ежедневный рейс. Помимо своей основной функции, аэропорт Штутгарта – это прекрасно оборудованный деловой и торговый комплекс. В аэропорту разместились конференц-центр Woillhaf Konferenz- und Bankettcenter, многочисленные магазины и бутики, есть даже свой авиамузей. Гурманам стоит обратить внимание на ресторан Top Air – единственный ресторан в европейских аэропортах, отмеченный звездой «Мишлена». Рядом с аэропортом на расстоянии не более 200 м разместились Международный конгрессный центр Internationaler Congresscenter Stuttgart (ICS), выставочный комплекс Messe Stuttgart с огромной парковкой и два крупных отеля.

Рост мобильных бронирований

Экспертами отмечается большой прирост бронирований через мобильные устройства. Предполагается, что к 2017 г. каждое второе бронирование будет производиться с мобильного устройства. В связи с этим компания HRS.com выводит на рынок специальные предложения, доступные при бронировании через мобильные устройства, – Mobile Special, Business Tariff, Tariff Hot, Flex Tariff, позволяющие экономить до 50% при бронировании отелей. «В будущем путешественники всё чаще будут осуществлять бронирование через смартфоны, а мобильный телефон станет основным каналом коммуникации с пользователями», – утверждает Тобиас Рагге, генеральный директор HRS.com. – Мы ожидаем, что через три года каждое второе бронирование будет производиться с мобильного устройства». Преимущество мобильных трэвел-приложений очевидно: у пользователей есть возможность гибкого бронирования из любого места и в любое время. При бронировании через HRS.com часть отелей даже не требует данные кредитной карты. В новом тарифе Business Tariff, доступном только для клиентов, зарегистрированных как деловые путешественники, бронирование можно отменить без штрафов до 18:00 дня заезда. Это особенно удобно для бизнес-поездок, в которых часто приходится вносить коррективы в расписание. Кроме того, в рамках этого тарифа деловым путешественникам и корпоративным клиентам HRS.com предоставляются специальные цены и дополнительные услуги. Специальное предложение Mobile Special предлагает путешественникам скидку от 10 до 50%, действующую только в приложениях HRS.com. Тариф также включает в себя все горящие предложения, которые ранее были доступны только в приложении HOTELS NOW от HRS.com. Отели предлагают скидку Mobile Special как бизнес-туристам, так и обычным путешественникам.

ЧТО? КОГДА? ГДЕ?



ЧТО: ОТДЫХ MICE 2014
ОТДЫХ MICE 2014 – это международная выставка и конференция по деловому туризму и корпоративным мероприятиям. Среди ее участников – операторы по деловому туризму, организаторы инсентивов, тренингов, конгрессов, конференций, конгресс-центры, гостиничные сети, авиакомпании.
ГДЕ: Россия, Москва, МВЦ «Фрокус Экспо»
КОГДА: 16–19 сентября 2014 г.
WEB: www.tourismexpo.ru/mice



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: 3–6 ноября 2014 г.
WEB: www.wtmlondon.com



ЧТО: EIBTM 2014
Выставка EIBTM – одно из крупнейших мероприятий в области индустрии встреч и делового туризма, оно ежегодно проходит в Барселоне. Выставка собирает порядка 15 тыс. профессионалов отрасли.
ГДЕ: Испания, Барселона
КОГДА: 18–20 ноября 2014 г.
WEB: www.eibtm.com

Широка была страна моя...

Среди трендов российского рынка MICE и делового туризма эксперты достаточно часто говорят о возрастающем интересе к странам бывшего СССР как направлениям для инсентивов, тимбилдингов или комбинированных поездок.

Подготовила Александра ЗАГЕР

Интерес растет!

Предлагать «открыть для себя» любую европейскую страну – сейчас по меньшей мере странно. Разумеется, везде можно найти неизведанные уголки, интересные города и необычные достопримечательности, но эффекта неожиданности и яркости путешествия (и поощрительного, и делового) добиться всё сложнее. Другое дело – страны бывшего СССР.

«У нас много заявок на эти направления, так что интерес есть, и большой, – говорит руководитель департамента въездного туризма компании «Демлинк» Светлана Белова. – Совсем недавно у нас прошло несколько инсентив-поездок на чемпионат мира по хоккею в Минске. Что касается тендерных запросов, то клиенты практически всегда включают в них эти направления. Среди наших клиентов наибольшей популярностью пользуются Армения, Азербайджан, Узбекистан, и в последнее время очень растет интерес к Грузии. У нас есть опыт организации инсентив-поездок на всех этих направлениях. Интерес к этим

странам понятен – у них древнейшая история и культура, да и связывает нас недавняя общая история. Это пространство русского языка как языка межнационального общения. Сравнительно небольшие прямые перелеты и отсутствие виз в большинстве случаев тоже добавляют им очков в глазах клиентов. Кроме того, здесь можно организовать уникальные, с привязкой к месту, инсентивы и квесты», – говорит она.

«Интерес к данным направлениям обусловлен, с одной стороны, тем, что им удалось сохранить свою самобытность и колорит, минуя советский период, а это значит, что нашим участникам открываются богатая история, интересные культурные традиции – вариации «квеста в Старом городе» всегда проходят на ура, будь то Самарканд, Ереван или Рига», – рассказывает PR-менеджер MICE Екатерина Гусар. По ее словам, с другой стороны, интересно развитие, современное состояние направлений, так, азербайджанская столица уже получила «новое имя» – Дубай, да и Грузия поражает великолепием. «Везде привлекают артисты – интересно же посмотреть.

Армения

В последнее время страна очень активно развивается как в туристическом, так и в экономическом плане. Так, в конце 2013 г. правительство Армении утвердило программу поддержки туризма на 2014-й: на эти цели только из госбюджета планируется выделить 75 млн драм (около \$185 тыс.). Об успехах местного туризма напрямую свидетельствует и тот факт, что, согласно докладу о конкурентоспособности туризма Всемирного экономического форума, в 2013 г. Армения среди 140 стран мира заняла 79-е место, улучшив позиции сразу на 11 пунктов. Деловому туризму в стране отводят одну из ведущих ролей, поскольку он в силу своей малой зависимости от времени года и многих других факторов способен развиваться быстрее, чем другие сектора. Планы у Армении амбициозные: уже к 2020 г., к примеру, здесь намерены довести количество международных прибытий до 1,5 млн, а свою долю на туристическом рынке Европы увеличить более чем вдвое.





национальный фольклор в красивейших костюмах под сопровождение уникальной музыки, насладиться, например, выступлениями победителей и финалистов Евровидения, модных рок-исполнителей. Про напитки, национальную кухню и соответствующие кулинарные тимбилдинги нечего и говорить – там для этого есть все возможности», – подчеркнула эксперт.

Дороги, которые мы выбираем

Выделить страны-лидеры в предпочтениях деловых клиентов довольно сложно, однако некоторые тенденции все-таки нам удалось проследить. До известных событий одним из лидеров была Украина. Это и неудивительно, учитывая, что страна – наш ближайший сосед, где после чемпионата Европы по футболу появилось много площадок для мероприятий, обновилась гостиничная база и транспортная инфраструктура. «Обращаясь к статистике по проведенным мероприятиям, мы видим, что в прошлом году бесспорным лидером была Украина. И мы успели провести там немало мероприятий, но увя...» – рассказывает Екатерина Гусар. – До недавнего времени большую радость у клиентов вызывали проекты в Одессе. Только задумайтесь на минуту, и вы сразу вспомните не менее десяти любимейших всеми кинокартин, связанных с этим городом, а значит, увидите широчайшие возможности для тематических проектов. А морские вечеринки? А уникальный велопроубег от MICE в стилизации «12 стульев» в Киеве...» – отмечает Екатерина. Большой популярностью пользуются страны Кавказа – Азербайджан, Армения и Грузия. По словам Екатерины Гусар, второе место в 2013-м по числу мероприятий занимает Грузия, но очень близко

к ней расположилась в импровизированном рейтинге компании Армения, при этом обгоняя первую по показателю состава групп. Следующее место по проведенным проектам разделили Казахстан с Азербайджаном, по участникам же лидирует последний. Стоит, правда, отметить, что всех лидеров рейтинга посещали группы преимущественно небольшие, хотя возможности у данных направлений значительно шире. «А вот Беларусь, Молдова, Кыргызстан, Узбекистан показали менее значимые результаты, тем не менее там проводились интересные мероприятия. Что касается первой половины текущего года, то картина пока в целом схожая, за исключением того, что «реванш» берет Узбекистан. К Прибалтийскому направлению, напротив, интерес заметно спал, а зря – там есть чем удивить клиентов, к тому же в наличии прекрасная инфраструктура для больших групп», – отмечает она. По мнению руководителя проекта MICE.az Вусала Гаджиева, ведущего оператора MICE-услуг в Азербайджане, интерес российских компаний к Азербайджану растет с каждым годом. Наибольшей популярностью у россиян пользуются конференции, презентации новых продуктов, инсентив-туры с элементами тимбилдинга. Самыми популярными сезонами среди российских компаний являются весенние и осенние месяцы года. «Рынок MICE-услуг Азербайджана востребован среди российских компаний благодаря наличию большого количества ключевых параметров – короткий перелет, отсутствие виз и языкового барьера, богатые культурные связи, качественная и современная инфраструктура для проведения мероприятий, комфортный климат, натуральные продукты, вкусная кухня, теплое море с пляжами и многое другое», – говорит он. В Баку и регионах представлены практически все знаменитые гостиничные бренды – Marriott, Four Seasons,

Rixos, Hyatt, Radisson, Hilton, Jumeirah, Fairmont, Kempinski и др. Идет строительство конгресс-отеля с номерным фондом более 800 комнат и соответствующими конференц-возможностями. Календарь событий Баку и Азербайджана в целом полон различными спортивными и культурными мероприятиями как регионального, так и международного уровня, что говорит не только о наличии богатой событийной жизни и инфраструктуры, но и опыте в их организации. «Так, у нас регулярно проходят фестивали джаза, концерты мегазвезд, спортивные чемпионаты Европы и мира, винные фестивали, фестивали классической музыки и т.д. Одним из ярких событий можно отметить финал конкурса Евровидения-2012, прошедший в Баку на вновь построенной арене Baku Crystall Hall», – отмечает Вусал Гаджиев. Еще одно направление – это страны Прибалтики. В отличие от остальных сюда нужна виза, однако сейчас это вряд ли кого-то смущает. «Прибалтика была на особом положении так называемой «советской загнива». И сейчас это кусочек настоящей Европы. Для всех трех стран туризм является одной из приоритетных отраслей. Очень большое внимание уделяется созданию туристической инфраструктуры, сохранению средневековых кварталов, реставрации

старинных зданий – и это видно! Для калининградских компаний Литва давно стала любимым местом проведения выездных совещаний, поощрительных поездок и т.д.», – рассказывает исполнительный директор компании «Балтма Турс» Татьяна Ефимова. Добраться в крупные города стран Прибалтики можно за относительно короткое время – как самолетом, так и поездом. Близость позволяет оптимизировать бюджет мероприятия за счет хорошей логистики и небольшого времени на проезд. Европейский сервис, отличные отели мировых цепочек, достойные конференц-центры, адекватная стоимость на сервис и проживание – всё это делает страны Прибалтики хорошей альтернативой странам Европы для проведения мероприятий. «Прибалтика – это сосны и песок, пляжи, исторические достопримечательности, музеи, вкуснейшая национальная кухня и несомненное радушие местных жителей. Всё это не может не привлекать», – подчеркнула Татьяна Ефимова.

Не без сложностей

Несмотря на бурное развитие инфраструктуры и несомненный интерес туристов, некоторые проблемы все-таки существуют.

ТОП-5. Популярные MICE-направления среди стран бывшего СССР

- ✓ Азербайджан
- ✓ Грузия
- ✓ Армения
- ✓ Узбекистан
- ✓ Прибалтика

По итогам опроса журнала Business Travel

Азербайджан



В течение последних лет экономика Азербайджана демонстрирует устойчивый рост, но, понимая зависимость страны от нефтяной «иглы», ее власти предпринимают всё больше усилий для диверсификации, считая туризм (в том числе деловой) одним из приоритетных направлений. И подтверждают это примером Баку. Задачу диверсификации экономики власти решают системно, вкладывая нефтедоллары в развитие разных отраслей. Хороший пример – строительство международного аэропорта имени Гейдара Алиева в Баку, который стал не только основным в Азербайджане, но и, возможно, лучшим в Кавказском регионе. Терминал предназначен для обслуживания (в перспективе) 3 млн пассажиров в год: современный аэропортовый комплекс, связанный с Баку отличной автострадой, благодаря удачному географическому положению постепенно становится хабом между разными сторонами света. Стараясь развивать туризм в целом, власти Азербайджана делают акцент на нескольких его направлениях, одним из которых является MICE-туризм, который и получил приоритет в Баку.

10-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПО ДЕЛОВОМУ ТУРИЗМУ И КОРПОРАТИВНЫМ МЕРОПРИЯТИЯМ
16–19 СЕНТЯБРЯ 2014 МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»

We Welcome MICE

ПРИГЛАШАЕМ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В ПРОГРАММЕ «КОРПОРАТИВНЫЙ ПОСЕТИТЕЛЬ» РЕГИСТРАЦИЯ НА САЙТЕ

www.tourismexpo.ru/mice/

В программе МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ИНДУСТРИИ ВСТРЕЧ

Организатор: Международный Конференц Индустри Экспоз
Спонсор программы: «Корпоративный Посетитель»
Генеральный партнер: Gourmet&Wine Travel
При поддержке: АТОР, Транскаспо, SuperJob
Официальный переводчик: Любовь Морданцева
Генеральный партнер: «СТД» Азербайджан (Бразилия)

Грузия

В последнее десятилетие гостиничная инфраструктура Грузии заметно изменилась – сюда пришел целый ряд мировых гостиничных брендов. В 2005–2011 гг. в стране было построено 3755 новых гостиничных номеров, рассчитанных на 1,3 млн постояльцев в год. Если в 2005 г. в стране было всего 250 гостиниц, то сейчас – уже более 600, большинство из которых расположены в Тбилиси и Батуми. Деловые мероприятия здесь прекрасно соединяются со всевозможными оздоровительными и спа-программами, например на знаменитом бальнеокурорте Боржом или на главном морском курорте страны Батуми. Стоит особо отметить, что Батуми вообще может соперничать с Тбилиси в организации MICE-программ – уже сейчас в его новых отелях, таких как Sheraton Batumi или Radisson Blu, проходят конференции и мероприятия самого высокого уровня. Конгресс-возможности курорта дополняют морской субтропический климат, позволяющий проводить деловые встречи здесь и в зимний период, и новейшая туристическая инфраструктура с ресторанами, казино и клубами, ориентированными на современных европейских туристов.



www.GdeFon.ru

«Одна из основных сложностей – отсутствие хороших отелей среднего ценового сегмента. Отели высокого уровня – достаточно дорогие, а остальные – не очень хорошего качества. Иногда встречается низкий уровень подготовки персонала и сервиса», – рассказывает Светлана Белова.

Согласна с ней и Екатерина Гусар: «Увы, выбор качественных поставщиков услуг ограничен. Работа по данным направлениям (преимущественно СНГ, а не Прибалтика) не отличается большой гибкостью с их стороны, не всегда идеален и сервис, есть сложности с поиском необходимых подрядчиков и артистов. Приятные исключения, безусловно, есть, иначе бы и не делали мы там проекты».

По словам Светланы Беловой, инсентив-поездки часто совмещены с деловыми мероприятиями – конференциями, симпозиумами или семинарами, поэтому нужны отели с хорошими конференц-возможностями. В некоторых городах таких возможностей достаточно мало. Так, Узбекистан, например, лучше использовать для чистого инсентива. «А при поездке в Грузию нужно помнить о том, что клиентам, имеющим в паспорте отметки о посещении Абхазии или Южной Осетии, может быть отказано в пересечении границы», – подчеркнула она.

Разнообразие возможностей

Каждая из этих стран – средоточие богатых культурных и исторических традиций, что делает практически неисчерпаемыми возможности для организации здесь квестов, тимбилдингов и инсентивов.

По словам Вусала Гаджиева, среди активных видов времяпрепровождения особой популярностью у российских компаний пользуются различные мастер-классы

по азербайджанской кулинарии, танцам джигитов, нанесению орнаментов хной, ковроткачеству, рисованию нефтью, а также проведение квестов по мотивам легендарных произведений Леонида Гайдая «Кавказская пленница» и «Бриллиантовая рука», съемки которых проходили в центре Баку в Старом городе. Большим спросом пользуются дегустации азербайджанских вин, восточных сладостей и икры осетровых рыб, чайные церемонии, экскурсии по Старому городу и бакинскому Приморскому бульвару, протяженность которого с нынешних 6 км в скором будущем будет доведена до 25 км. «Кавказский регион поражает красотой природы: горные озера, луга, водопады и покрытые снегом горные хребты, – отмечает Светлана Белова. – Например, в Армении летом возможна поездка на средневековом корабле «Киликия» по озеру Севан. Это озеро удивительной красоты, уникальный природный памятник». По ее словам, в Узбекистане можно организовать выезд в пустыню Кызыл-Кум, провести ночь в юртовом лагере в пустыне, в программе – ужин у костра с национальными танцами под звездным небом. «Узбекистан – это восточная экзотика, особая атмосфера древних городов Бухары, Хивы и Самарканда. Интересно совершить путешествие на высокоскоростных поездах между городами», – рассказывает она.

Кавказский регион поражает красотой природы: горные озера, луга, водопады и покрытые снегом горные хребты.

Например, в Армении летом возможна поездка на средневековом корабле «Киликия» по озеру Севан.

Это озеро – уникальный природный памятник.

В Узбекистане можно организовать выезд в пустыню Кызыл-Кум, провести ночь в юртовом лагере в пустыне.

Екатерина Гусар вспоминает, как в Армении компания MaxiMICE провела большой тимбилдинг «Путь Ноя» с заданием по освоению земли после потопа: участники проекта учились печь лепешки и готовить шашлык, производить вино, заниматься постройками, попутно решая различные задачи квеста. «Азербайджан представлен и древним – в проекте «Калейдоскоп» с красивой стилизацией под восточные сказки, и ультрасовременным – в «Путешествии в город огня». В Киргизии устраивали экстремальный джип-тур с попутным собиранием юрт и другими интересными ремесленническими мастер-классами. Для каждого направления у MaxiMICE подготовлено несколько интересных концепций, богатая социальная программа», – отметила эксперт.



MEDITERRANEAN MEETINGS

WELCOME TO A NEW WAY OF THINKING ABOUT CONVENTIONS AND CORPORATE EVENTS, WHERE THE MEDITERRANEAN IS THE SOURCE OF INSPIRATION FOR EVERYTHING YOU CAN IMAGINE TO CREATE THE PERFECT EVENT: A 3,000-CAPACITY CONVENTION CENTRE, FOUR 4-STAR HOTELS WITH 2,000 ROOMS, EXCLUSIVE ACCESS TO THEME PARK AREAS, ON-SITE CATERING FACILITIES, TEAMBUILDING ACTIVITIES AND SUSTAINABILITY. JUST 1 HOUR FROM BARCELONA.

www.portaventuraevents.com

blog

PortAventura
Business & Events
MEDITERRANEAN MEETINGS



Пол ТИЛСТОУН,
старший вице-президент
по глобальному развитию GBTA



Татьяна ПОПЛАВСКАЯ,
управляющий директор, руководитель
Департамента корпоративной поддержки
ОАО «Открытие Холдинг»



Станислав КОСТЯШКИН,
генеральный директор
Continent Express

GBTA трэвел-симпозиум

В отеле Marriott Grand 3 июня прошел трэвел-симпозиум, организованный GBTA совместно с компаниями Continent Express, Academservice, Marriott и Star Alliance.

Подготовила Александра ЗАГЕР

Начал работу симпозиума старший вице-президент по глобальному развитию GBTA Пол Тилстоун, который отметил, что российский рынок делового туризма очень интересен и перспективен.

Региональный директор по глобальным продажам в Восточной Европе, России и странах с развивающимися рынками компании «Марриотт интернейшл» Оксана Леоненко отметила, что в сети отелей «Марриотт» происходит процесс трансформации концепции проведения мероприятий, активно внедряются новые мобильные технологии, такие как, например, mobile check-in – check-out. Также г-жа Леоненко рассказала о новых отелях сети, которые недавно появились или вот-вот появятся в России и СНГ. Так в августе-сентябре этого года в Москве откроется «Marriott Новый Арбат». Модератором симпозиума выступила управляющий директор, руководитель Департамента корпоративной поддержки ОАО «Открытие Холдинг» Татьяна Поплавская. Она подчеркнула, что отношение к трэвелу сейчас изменилось, он стал важной частью бизнес-процесса, то есть вышел на качественно другой уровень. Это третья по величине статья расходов во многих крупных корпорациях.

Г-жа Поплавская представила исследование Business Travel Indicator (BTI), проведенное специалистами GBTA. Это экономическая и математическая модель, отражающая те изменения, которые произошли в деловом туризме за определенный период времени на основании макроэкономических показателей.

По сути, это структурный подход к анализу экономики страны с точки зрения ее влияния на деловой туризм. Согласно исследованию, Россия занимает пятое место в мире по объему экономики, при этом ориентация у экономики сырьевая и растет она медленно. В конце 2013 г. расходы на деловой туризм снизились, предполагается, что в 2014 г. эта тенденция сохранится.

Ситуация вокруг Украины привела к снижению индексов финансового доверия и, как следствие, к снижению деловой активности и бизнес-поездок. Целью исследования Business Travel Indicator было показать текущий уровень расходов на рынке и спрогнозировать их уровень в будущем. Анализ делался на основании общего уровня расходов на деловые поездки, а отправной точкой был выбран II квартал 2005 г.

Несмотря на достаточно пессимистичный прогноз на 2014 г., в 2015 г. эксперты GBTA прогнозируют небольшой, но стабильный рост рынка.

О том, как измерять успех и в целом о ключевых показателях эффективности (KPI) рассказал генеральный директор Continent Express Станислав Костяшкин. Очевидно, что для верного определения показателей эффективности важно понимать, каковы цели каждой конкретной компании, нужно ли ей в данный момент оптимизировать расходы или повышать уровень удовлетворенности клиентов. Именно это и определяет ключевые показатели, на которые нужно обращать внимание, и желательнее чаще, чем раз в год. Существует ряд категорий ключевых показателей, к ним относятся расходы и экономия, трэвел-политика, поставщики, страхование, социальная ответственность, качество данных.

«Ключевые показатели эффективности – это зеркало, в котором отражается вся наша работа», – подчеркнул Станислав Костяшкин. Они помогают отстаивать нужный бюджет на трэвел, с их помощью можно объяснить руководству, зачем на ту или иную статью в трэвел-бюджете нужны такие расходы.

О практическом применении KPI рассказала менеджер по корпоративным поездкам и транспорту PwC Russia Ольга Гаджиева. На основе анализа ряда показателей была оптимизирована трэвел-политика компании в части использования в полетах бизнес-класса и отелей высокого уровня. Если по каким-то причинам сотрудник должен выйти за рамки этих ограничений, ему нужно указать это в специальном ежеквартальном отчете и согласовать с трэвел-координатором.

Директор по продажам авиакомпании «Аэрофлот» Илья Александровский отметил, что после отмены агентского вознаграждения авиакомпаний сильно изменилась бизнес-модель взаимоотношения с ТМС. Руководитель АТН American Express Андрей Воронин остановился на некоторых трендах российского рынка делового туризма. Прежде всего он отметил консолидацию ТМС. По его словам, в скором будущем компании, имеющие объем продаж меньше чем на 1 млрд рублей в год, просто не выживут.

Отмена комиссии достаточно больно ударила по агентствам, которые начали терять деньги. По оценке Андрея Воронина, ТМС потеряли порядка 40% дохода. И отсюда еще один тренд – оплата транзакций агентства клиентом. Это относительно новая вещь для нашего рынка и давно привычная на Западе. Разумеется, это ведет к повышению общей стоимости услуг агентства, и клиентам это не всегда просто объяснить.

MICE-новинки Берлина

Национальный туристический офис Германии и Visit Berlin Convention Office презентовали в Москве MICE и деловые возможности Берлина.

Подготовила Александра ЗАГЕР

Приветствуя участников встречи, руководитель Национального туристического офиса Германии в России Алла Беликова подчеркнула, что политическая ситуация никак не сказалась на турпотоке в Германию, и страна по-прежнему рада видеть у себя гостей из России. Никаких дополнительных документов, помимо тех, что требовались обычно для получения визы, не нужно. Более того, для того чтобы в Германию было удобнее добираться, недавно появилось несколько новых рейсов, а по России открываются визовые центры.

Директор отдела маркетинга Visit Berlin Convention Office Симон Хиебенга рассказал о Берлине как о направлении для делового туризма. Здесь развита деловая и гостиничная инфраструктура, номерной фонд города составляет порядка 132 тыс. номеров, а в день здесь проводится около 1 тыс. событий. При этом цены в Берлине существенно ниже, чем в других городах, например средняя цена за ночь в отеле равна 85 евро (или 160–225 евро за отели уровня пять звезд).

Тем не менее гостиничная база регулярно пополняется. Среди недавно появившихся отелей, например, Waldorf Astoria – крупное 31-этажное здание отеля (242 номера) высятся рядом со станцией Zoo. Отель располагает конференц-центром, способным вместить до 1200 человек. Отель Winters – The Wall am Checkpoint Charlie впечатляет фасадом, выделяющимся особым дизайном стены, как это и предполагает название гостиницы. В отеле 170 номеров с современной мебелью, бесплатным подключением W-LAN и конференц-залом.

В бывшем «Дворце почты» (Postpalais), который ведет историю с 1930-х гг., расположился отель Wyndham Grand Berlin Potsdamer Platz. В нем 256 номеров и восемь трансформируемых конференц-залов.

Впрочем, и конгрессными центрами Берлин не обделен. Самым необычным местом проведения деловых



мероприятий, пожалуй, можно назвать ультрасовременный конгресс-центр axica. Автор проекта – американец Фрэнк О'Гери, лауреат Притцкерской премии по архитектуре, чей статус соответствует Нобелевской премии. Axica находится в одном здании с банком DZ, рядом с Бранденбургскими воротами, на стороне парка «Тиргартен». Рабочие помещения центра расположились в атриуме, в центре которого как бы парит огромная фантастическая полая фигура, похожая на сердце. Внутри него – зал пленарных заседаний с изогнутыми стенами и огромными плазменными экранами по углам. Под ним – четыре конференц-зала и столько же рабочих комнат. Сверху – сводчатый прозрачный потолок – «пчелиные соты».

«Мессе Берлин» (Messe Berlin), или Берлинский экспо-центр (Berlin ExpoCenter City), – пятая по величине экспозиционная площадка, расположенная на западе Берлина в районе Шарлоттенбург-Вильмерсдорф. На территории основного комплекса находится Берлинский международный конгресс-центр ICC, в этом году он закрылся на реконструкцию.

А в составе Messe Berlin появился новый мультифункциональный выставочный центр CityCube Berlin. Выставочная площадь центра составила 22 500 кв. м, он способен вместить до 11 тыс. человек. Площадь каждого из двух основных выставочных этажей составляет 6 тыс. кв. м. На нижнем уровне с помощью подвижных стен можно создать до восьми конференц-залов, вмещающих от 400 до 3000 участников. Верхний уровень рассчитан на выставки, концерты, банкеты и совещания, количество участников – до 5000. Кроме помещений для масштабных мероприятий, CityCube имеет восемь конференц-залов, рассчитанных на 50–330 участников, 29 офисов и небольших комнат для встреч, прилегающих к просторным конференц-залам.

В Берлине можно организовать и разнообразные ин-сентивы. Причем настолько разнообразные, что Visit Berlin Convention Office на своем сайте даже создали специальный генератор, который позволит заказчикам подобрать оптимальный вариант. Там же, на сайте www.convention.visitBerlin.com, можно воспользоваться функцией Venue Finder для поиска подходящей для мероприятия площадки.

Директор по обучению Сервисно-визового центра Германии Светлана Голикова провела сессию вопросов и ответов по вопросам получения различных типов виз – от медицинской до льготной.



Рядом с Messe Berlin открылся выставочный центр CityCube Berlin



Самым необычным местом проведения деловых мероприятий, пожалуй, можно назвать ультрасовременный конгресс-центр axica



В Берлине множество отличных, в том числе и мишленовских, ресторанов, где также можно проводить мероприятия

Unifest

Unifest познакомил клиентов с meeting design



3 июня компания Unifest совместно с бюро делового и инсентив-туризма Швейцарии провели очередное заседание Клуба делового общения. Встреча была посвящена явлению meeting design, недавно появившемуся на зарубежном рынке индустрии встреч. «Meeting design – новое явление для российского рынка, вместе с тем, мы предполагаем, что такой подход к организации мероприятий будет чрезвычайно востребован в связи с тем, что все больше компаний обращают внимание на эффективность проводимых мероприятий», – рассказала руководитель отдела продаж MICE компании Unifest **Татьяна Конакова**.

Meeting design – это свежий взгляд на процесс организации мероприятий, особенности которого в том, чтобы осознанно планировать и готовить предстоящее событие, учитывая задачи, которое оно преследует, и используя определенный набор инструментов. Основной акцент в meeting design делается на вовлеченности в происходящее каждого участника встречи.

В данном формате построил свое выступление директор MICE & Congress компании Unifest **Дмитрий Марьин**, включив элементы беседы TEDx: «Организаторы, как правило, концентрируются на логистической части мероприятия, забывая, что организация мероприятия – это прежде всего люди, которые участвуют в данном процессе». По его мнению, такой подход следует изменить, и тогда эффективность проводимых встреч возрастет.

Модератором встречи выступила операционный директор компании VISA **Ирина Зернова**, которая предложила гостям самостоятельно определить, какие инструменты meeting design наиболее важны. Мнения разошлись: кто-то поставил на первое место концепцию, кто-то людей, команду, кто-то обратил внимание на важность технологического обеспечения любой встречи. Организаторы предложили свою конфигурацию: главный элемент встречи – искусство, элементы которого может себе позволить каждое мероприятие, вне зависимости от бюджета. Следующий важный аспект – люди, как те, кто организует встречу, так и те, кто в ней участвует. Далее – концепция, без которой невозможно достичь поставленной цели. Два последних по счету, но не по значимости, элемента – технологическое обеспечение – которые давно стали неотъемлемой частью индустрии MICE.

Прошедшее мероприятие стало анонсом серии встреч по заявленной теме. Заседания предполагается проводить раз в два месяца, они будут посвящены различным инструментам meeting design. Как рассказала Татьяна Конакова, темы дальнейших заседаний будут определяться с учетом интересов и пожеланий гостей.

perXpress

Travel 3.0: есть ли будущее у TMC?



Компания perXpress, запустившая в начале этого года русскую версию своей немецкой онлайн-площадки, специализирующейся на бронировании личного отдыха профессионалов туризма, совместно с французскими партнерами feel event организовала выездную сессию, посвященную вопросу opening

booking и будущему TMC. Под open booking в мире корпоративного трэвела принято понимать практику, позволяющую корпоративным путешественникам осуществлять бронирование деловой поездки, используя любые открытые каналы бронирования, минуя TMC. Круглый стол носил название «Travel 3.0: есть ли будущее у TMC?». Одной из целей, которые ставит перед собой компания perXpress, является повышение профессиональной экспертизы специалистов трэвел-индустрии, именно поэтому мировые практики open booking и их использование в ежедневной операционной деятельности некоторых зарубежных TMC были выбраны в качестве темы круглого стола.

В рамках заседания были представлены две диаметрально противоположные точки зрения на обоснованность применения практик open booking корпоративными клиентами. Эндрю Менкес, CEO американской консалтинговой компании Partnership Travel Consulting, один из основоположников АСТЕ, выступил в поддержку традиционной модели взаимодействия корпоративного клиента и TMC. Преимущества данной бизнес-модели стали особенно важными после трагических событий 11 сентября, поскольку они обеспечивают корпоративного клиента, в первую очередь, прозрачностью данных о местоположении сотрудников в любой момент времени для обеспечения их безопасности, консолидацией данных, необходимых для переговоров с поставщиками и управления корпоративным трэвел-бюджетом. Позиция же Итана Лоба, основателя компании TripScanner, специализирующейся на консолидации данных о бронированиях корпоративных клиентов в пространстве open booking, заключается в том, что практика open booking призвана помогать TMC и корпоративным клиентам управлять бронированиями, созданными вне традиционных каналов.

Выступление perXpress осветило новые пути развития TMC в сопряжении с форматами open booking, представив обзор зарубежных коллег нового формата, встраивающих в свои технологические решения инструменты, позволяющие корпоративному путешественнику использовать каналы open booking, при этом совершая само бронирование в TMC.

Обсуждая будущее TMC, все участники круглого стола были также едины, подчеркивая важность диверсификации предоставляемых услуг, в том числе и в сегменте M&E. Поэтому и местом проведения сессии был выбран Монте-Карло, обладающий уникальной инфраструктурой, бесконечным wow-потенциалом для требовательного и искушенного российского корпоративного клиента, а также гарантирующий ему высочайший уровень безопасности.

Данное мероприятие открыло серию образовательных проектов, которые планирует осуществлять компания perXpress в 2014 году.

RCS-Russian Corporate Services

Мобильные приложения для мероприятий



Компания RCS-Russian Corporate Services начала предлагать корпоративным клиентам новую услугу – разработку мобильных приложений для любых видов деловых мероприятий. На практике мобильные приложения способны решать целый комплекс задач и существенно облегчают работу организаторов любых конференций как в России, так и за рубежом. Кроме того, использование корпоративного мобильного приложения позволяет избавиться от большого объема печатной документации по мероприятию.

Особенностью предлагаемого RCS мобильного решения является возможность заказать как единичное приложение под конкретное мероприятие, так и целый каталог приложений, если вы проводите серию деловых мероприятий в течение года.

Возможности приложения очень разнообразны, в него могут войти:

- ✓ программа события с разделением по дням и направлениям;
- ✓ список спикеров и участников;
- ✓ расположением площадок на карте и в помещении, интерактивные планировки;
- ✓ каталог партнеров, информация об организаторах;
- ✓ кнопка «мне нравится», чтобы отметить доклад или спикера;
- ✓ составление «своей программы» с уведомлением о начале выбранных событий;
- ✓ создание сообщения спикеру или участнику и еще более десятка различных функций.

Стоимость разработки и сопровождения мобильного приложения зависит от зашитых в него возможностей. RCS предлагает и эконом-вариант, который уже в базовой версии содержит самые необходимые функции.

«Демлинк»

Компания «Демлинк» на IMEX 2014



Компания «Демлинк» стала участником одной из ведущих международных выставок в сфере MICE и Business Travel – IMEX 2014, которая прошла во Франкфурте с 20 по 22 мая. На протяжении нескольких лет компания стабильно принимает участие в международных туристических выставках с собственным стендом, развивая въездной туризм в Россию.

В этом году на выставке IMEX 2014 в связи со сложившейся политической ситуацией был отмечен общий спад интереса к российскому стенду, что отразилось на количестве иностранных посетителей. Несмотря на это, встречи, которые состоялись на стенде компании с потенциальными клиентами и поставщиками, носили позитивный характер. В целом иностранные партнеры выражали свой интерес не только к Москве, но и к таким российским регионам как Байкал, Урал, Алтайский край, Камчатка. По-прежнему, интересен дворцовый Санкт-Петербург, а также сочетание деловой части мероприятия с культурной программой. Как и прежде, популярностью пользуются круизы по Волге, рыбалка.

Иностранные партнеры с удивлением и интересом узнавали о появлении новых отелей как в Москве, так и в регионах России, новых площадках для проведения мероприятий и новых инсентив-программах, которые представила компания «Демлинк», что позволяет надеяться на приток туристов и бизнесменов в Россию уже в 2014 г.

Подводя итог участия компании в выставке, ее специалисты отмечают, что работа была проведена успешно, поскольку завязались новые контакты и были получены новые заказы, которые компания рада развивать и реализовывать вместе с новыми партнерами.

MaxiMICE

Новый год на любой вкус



В рамках выездного клиентского мероприятия компания MaxiMICE провела грандиозную по своему содержанию презентацию новогодних программ.

Агентство представило шесть вкуснейших кейсов для разных аудиторий, посоветовало площадки под группы разной численности, порекомендовало ведущих. Не менее интересной стала демонстрация трендов для зимних ивентов – от декора до угощений. Например, новое слово в фотосессии на вечеринке; акты благотворительного характера с элементами тимбилдинга и вполне допустимые на новогоднем корпоративе; устричный бар и другие «особые фишки».

Турагентство в кармане

В мобильном телефоне – вся жизнь. С его помощью можно сориентироваться на местности, забронировать отель, купить билет куда угодно, проверить многомиллионную сделку или устроиться на работу.

Для этого разработаны тысячи мобильных приложений, и их количество пополняется чуть ли не ежедневно. Здесь каждый выбирает по себе, мы решили остановиться на нескольких мобильных приложениях, которые могут быть интересны деловым путешественникам.

Подготовила Александра ЗАГЕР



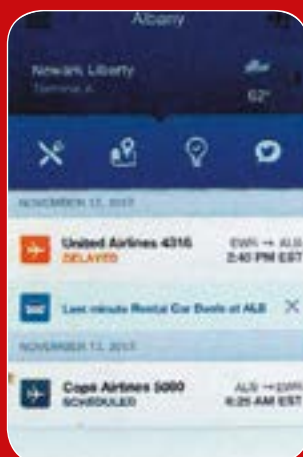
MapsWithMe Lite

Обыкновенные бумажные карты постепенно уходят в прошлое. Куда удобнее пользоваться той, что есть в мобильном. Тем более что, например, для работы с этим приложением не нужно подключение к Интернету. Оно отслеживает ваше текущее местоположение и позволяет проложить маршрут до нужной точки. Кроме того, здесь обозначены рестораны и отели.

Стоимость: бесплатно

Платформы: Android, iPhone, iPad

Где приобрести: Amazon App Store, Apple App Store, Google Play



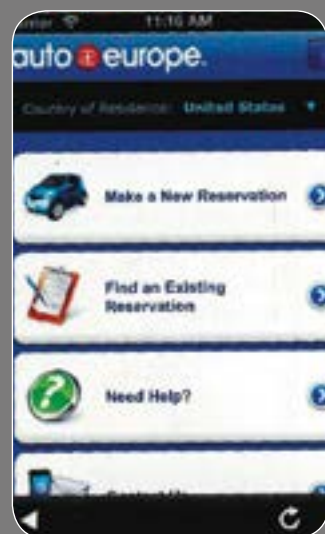
Gate Guru

Благодаря этому приложению можно получить всю информацию о полете, включая данные табло нужного вам аэропорта, его план, уточнить свой гейт, актуальную информацию о времени вылета, а также выяснить, где поблизости от вас есть рестораны и магазины.

Стоимость: бесплатно

Платформы: Android, iPhone, Windows Phone 8

Где приобрести: Apple App Store, Google Play, Windows Phone Store



Auto Europe (ae)

Услуги по прокату автомобилей очень востребованы среди деловых путешественников. Крупные компании, такие как AVIS, Europcar, Hertz, Sixt, имеют свои мобильные приложения, однако Auto Europe консолидирует предложения по прокату машин в 130 странах мира.

Стоимость: бесплатно

Платформы: Android, Blackberry, iPhone, iPad, Mobile Browser

Где приобрести: Amazon App Store, Apple App Store, Blackberry World, Google Play



App in the Air

В незнакомом аэропорту бывает сложно сразу сориентироваться. Это приложение разработано таким образом, что помогает найти, где выпить кофе или подключиться к Wi-Fi бесплатно. При этом приложение напоминает о времени выхода на посадку и позволяет делиться в социальных сетях деталями путешествия.

Стоимость: бесплатно

Платформы: iPhone

Где приобрести: Apple App Store



Wipolo

Это в буквальном смысле слова мобильное турагентство. Приложение само создает программу тура, достаточно просто загрузить туда все свои бронирования. Программа их проанализирует и выдаст наиболее удобное и подробное расписание тура.

Стоимость: бесплатно

Платформы: Android, Blackberry, iPhone, Windows Phone 8

Где приобрести: Apple App Store, Blackberry World, Google Play, Windows Phone Store



Cruise Finder

В этом приложении собрана информация по двум десяткам круизных компаний и более чем двумстам лайнерам. Информация о каждом лайнере сопровождается его планом и фотографиями. Имеется информация по 25 круизным направлениям, то есть более 12 тыс. вариантов плавания.

Стоимость: бесплатно

Платформы: Android, iPhone, iPad, Windows Phone 8

Где приобрести: Apple App Store, Google Play, Windows Phone Store



Eurostar Trains

Это приложение позволяет бронировать и покупать билеты на высокоскоростные поезда Eurostar, которые ездят по всей Европе.

Стоимость: бесплатно

Платформы: Android, iPhone, Mobile Browser

Где приобрести: Apple App Store, Google Play



CheckMyTrip Premium

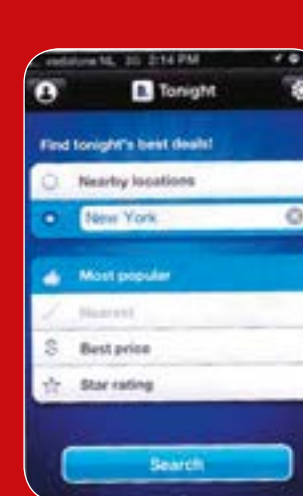
Приложение аккумулирует всю информацию по предстоящей поездке. Здесь можно настроить прямой доступ к регистрации на рейсы и заказу ж/д билетов. По сути это мобильный трэвел-координатор.

Стоимость: бесплатно

Платформы: Android, Blackberry, iPhone

Где приобрести: Apple App Store, Blackberry World, Google Play

Где приобрести: Amazon App Store, Apple App Store, Google Play



Booking.com Tonight

Опоздали на рейс? Нелетная погода? Отель, в котором забронировали номер, переполнен, а ваше бронирование пропало? Благодаря этому приложению проблем не возникнет. Оно собирает и выдает по запросу самые выгодные предложения отелей по моментальному бронированию.

Стоимость: бесплатно

Платформы: iPhone

Где приобрести: Apple App Store, Google Play, Windows Phone Store



Анна КОЛЕБАЕВА, директор по развитию Starwood Hotels & Resorts в России и странах СНГ



Денис ШКАБАРА, вице-президент по коммерческой деятельности компании «ЮТэйр»



Юлия АБАРЕНОВА, глава MICE-департамента компании Ambotis Tours Air Service

Образовательная сессия АБТ: «География MICE: все мы немного греки»

Греция – колоритная и многогранная страна. О том, чем она может удивить корпоративных покупателей и деловых путешественников, рассказали на образовательном семинаре АВТ-АСТЕ Russia «География MICE: все мы немного греки», который состоялся 21 апреля в гостинице «Садовое кольцо».

Подготовил Олег АБАРНИКОВ

В Греции даже на самой обычной конференции создается уникальная атмосфера, сочетающая продуктивное деловое общение и самые яркие эмоции. При этом туристические возможности страны не ограничиваются полюбившимися россиянам Афинами и Салониками. Это еще и Крит, Родос, Кос и множество других уникальных островов, а также новое направление в предоставлении MICE-услуг – Пелопоннес. Об этом гостям образовательного семинара рассказала глава MICE-департамента компании Ambotis Tours Air Service Юлия Абаренова.

Именно греки, как это ни удивительно, были прародителями MICE. Слово «симпозион», или в латинской передаче symposium, означает «пиршество». Античные деловые люди собирались в неформальной обстановке, с вкусной едой, под музыку и в этой непринужденной атмосфере решали серьезные, а подчас и стратегические вопросы. Сегодня в рамках MICE-мероприятий на повестке дня могут быть не менее острые проблемы, но организаторы всегда стараются подарить участникам позитивное настроение – иными словами, опыт древних греков реализуется на новом уровне.

По мнению г-жи Абареновой, греки близки россиянам по менталитету. А богатство местных традиций, истории и природы дает возможность реализовывать самые нестандартные концепции мероприятий. Группы до 500 человек г-жа Абаренова рекомендовала отправлять в Афины, Салоники, на Пелопоннес, Халкидики, острова Крит, Родос, Кос, Корфу. Маленькие острова подходят для групп не более 30 человек, поскольку инфраструктура не позволяет проводить там крупные мероприятия. Если группы существенно больше, до 2,5 тыс. человек, то следует отвозить их в крупные города и на острова, где есть большие курорты, отели, входящие в международные сети.

Мероприятия лучше всего планировать с апреля по ноябрь, но стоит иметь в виду, что в июле-августе – туристический сезон, самый неблагоприятный период для MICE. Оптимальные варианты в зимний период – Афины, Салоники и Коста-Наварино на Пелопоннесе. Анна Колебаева, директор по развитию Starwood Hotels & Resorts в России и странах СНГ, рассказала про MICE-возможности отелей сети в Греции, в первую очередь двух столичных «флагманов» – Grande Bretagne и King George. Оба отеля расположены

в самом сердце греческой столицы, в шаговой доступности от Акрополя с Парфеноном. Неподалеку расположены эксклюзивные бутики, музеи, деловой район и площадь Конституции со зданием парламента.

Г-жа Колебаева рассказала также о курортном комплексе The Westin Resort, Costa Navarino, который состоит из двух роскошных пятизвездных отелей The Romanos Luxury Collection, Costa Navarino и The Westin Resort, Costa Navarino.

А добраться до Греции деловым путешественникам помогут регулярные рейсы авиакомпании «ЮТэйр», о которых на семинаре рассказал вице-президент по коммерческой деятельности компании Денис Шкабара.

Трем счастливым, принимавшим участие в образовательном семинаре АВТ-АСТЕ Russia, достались главные призы дня: бесплатные билеты на перелет рейсами «ЮТэйр», а также подарок от Starwood Hotels & Resorts – сертификат на проживание в отеле Westin на целую неделю.

Приятным дополнением «греческого утра» стали привезенные буквально накануне прямо из Греции оливки, сыры, халва и варенье, которые гости запивали золотистым шампанским под звуки живой музыки в исполнении греческого ансамбля народной песни. По окончании мероприятия каждому гостю был вручен персональный подарок от компаний-партнеров, а всежелающие смогли осмотреть гостиницу «Садовое кольцо».

«У меня осталась масса положительных впечатлений! – поделилась мнением о семинаре Юлия Аслямова, Otto Group Russia. – Спасибо за предоставленную возможность принимать участие в таких мероприятиях».

«Отличная презентация отелей от Starwood, профессиональные советы Юлии Абареновой и вкуснейший завтрак в непринужденной греческой атмосфере. Огромное спасибо за организацию и за прекрасно преподнесенный продукт!» – поддержала коллегу Екатерина Злышко, менеджер по организации деловых поездок IT-online Group. «Благодарю вас за прекрасное начало дня и настроение. Буду рада принять участие в подобных мероприятиях в будущем!» – пожалуй, с этим мнением Юлии Тузовой из компании Promo-Med согласились бы все участники образовательного семинара АВТ-АСТЕ Russia.

Виктор ТАБАЧКОВ: Важно превосходить ожидания

О том, как совместить работу и отдых, как привлечь в отель деловых туристов и удивить гостей, чем привлекателен Сочи для организаторов мероприятий и в чем секрет успеха гостиницы, мы поговорили с генеральным директором сочинского «Гранд Отеля «Жемчужина» Виктором ТАБАЧКОВЫМ.



Виктор ТАБАЧКОВ с президентом Международного олимпийского комитета (МОК) Томасом БАХОМ

Деловой туризм и MICE – сейчас эти термины особенно популярны у отельеров. А каково ваше отношение к этому сегменту туррынка? Какова доля деловых туристов среди гостей отеля?

На мой взгляд, это очень важный сегмент рынка, деловой туризм сейчас активно развивается, следовательно, увеличивается и доля бизнес-туристов.

В «Гранд Отеле «Жемчужина» таких гостей порядка 60%, и, думаю, их число будет только расти. Дело в том, что Сочи – очень привлекательный для мероприятий регион. Сочетание развитой инфраструктуры, прекрасного климата и природы практически идеально для организации популярных сейчас комбинированных мероприятий, когда, например, конференция сопрягается с инсентивом. В Сочи на сравнительно небольшом расстоянии в 40–50 км есть и море, и горы, причем после Олимпиады Горнолыжный кластер может соперничать со Швейцарией.

Сколько деловых и торжественных мероприятий в год принимает отель? Какие из них были самыми масштабными за последнее время?

За прошлый год у нас прошло около 50 крупных мероприятий. Активное развитие «Жемчужины» как бизнес-отеля началось около года назад, раньше отель не ориентировался на деловой туризм и оставался просто курортным комплексом. Сейчас мы дополнительно открываем два конгресс-зала, на 250 человек каждый, обновляем киноконцертный зал на 500 человек. Кроме того, в отеле работают 10 конгресс-залов, которые будут оборудованы по последнему слову техники. В этом году «Гранд Отель «Жемчужина» в 25-й раз принял гостей и участников «Кинотавра», как правило, они занимают весь номерной фонд отеля, а это 930 номеров. В эти дни гостиница наполняется медийными лицами: артистами, режиссерами, критиками. Всё это безумно интересно.

Другое крупное мероприятие – первая лига КВН: много молодежи, много юмора и немного хаоса.

У нас проводятся крупные отраслевые конгрессы – Союза журналистов, врачей, фармакологов, к счастью,

ресурсов отеля хватает, чтобы обеспечить всем достойный уровень проживания и организации мероприятий. Отель «Жемчужина» расположен на территории в 7 га в самом центре Сочи, в шаге от набережной. Люди ведь не только активно работают, программа должна быть разнообразной, чтобы и деловое, и неформальное общение было в удовольствие. У нас, например, есть 50-метровый бассейн с морской водой, где температура воды всегда 28 градусов. Я часто вижу, как утром перед началом рабочего дня люди плавают, заряжаются энергией. Любой руководитель, организуя мероприятие, думает не только о том, как сделать его деловую часть, но и как развлечь людей, как дать им отдохнуть.

Есть ли у вас специальные предложения для организаторов и участников деловых мероприятий?

У нас богатый опыт по организации крупных мероприятий, позволяющий нам фактически предугадывать пожелания клиентов. Например, директор ресторанный службы точно знает, что предпочитают гости «Кинотавра» или съезда фармакологов, и применяет свои знания в подготовке меню. Более того, мы даже столы в ресторанах расставляем по-разному для разных групп.

Это работает на всех этапах приема гостя, начиная с заселения. Если гость постоянный, мы знаем уже, какой номер он предпочитает, каковы его предпочтения и пожелания. Всё это, разумеется, учитывается. Сейчас для участников крупных мероприятий мы внедряем еще одну систему – гостю выдается специальный браслет, где будет вся информация о том, что он заказывал, какими услугами пользовался. Таким образом, персоналу будет проще предугадывать желания гостей. Чуть позже мы внедрим эту систему для всех постояльцев.

Если гость посетил отель более пяти раз, ему выдается дисконтная карта со скидкой 10% на все услуги.

Всем памятно успешное проведение Олимпийских игр в Сочи. А какие «олимпийские» мероприятия и каких официальных гостей принимала гостиница?

«Гранд Отель «Жемчужина» входил в программу Олимпийских игр, мы были принимающей стороной Олимпиады и олимпийским объектом под номером 197.

«В «Гранд Отеле «Жемчужина» порядка 60% деловых гостей, и, думаю, их число будет только расти».



Отель располагает достаточным количеством конференц-площадок, чтобы принять практически любое мероприятие. На фото зал «Бордовый», способный вместить до 40 человек с рассадкой и до 100 человек на фуршет или кофе-брейк

На нашей территории располагался Китайский национальный олимпийский дом. Во время проведения Олимпиады нас посещал президент РФ В.В. Путин, премьер-министр Китая Ли Кэцян, президент Международного олимпийского комитета (МОК) Томас Бах, другие официальные лица. У нас жил президент Греции Каролос Папуляс, от которого мы потом получили очень теплое благодарственное письмо. Кроме того, мы принимали более 100 делегаций из разных стран мира, в том числе и семьи игроков НХЛ.

Среди корпоративных клиентов сейчас набирает популярность проведение «постолимпийских» мероприятий в Сочи. Чувствуете ли вы такой интерес?

Интерес, безусловно, есть, причем не только у наших туристов, но и у иностранных. В экскурсионные программы нашего отеля уже включены показы олимпийских объектов. Более того, если человек приезжает более чем на неделю, показ олимпийских объектов – бесплатный. Все олимпийские объекты превосходят ожидания. Шикарное новейшее оборудование, протяженные – 1,5–2 км, трассы, горные рестораны на высоте 2300 м, большой номерной фонд – только в Красной Поляне он составляет около 10 тыс. мест, где еще такое есть?

Кроме того, сделали огромный порт, куда могут заходить океанские лайнеры, чего раньше нельзя было делать – для них было слишком мелко. В летний период на стоянку в Сочи будут заходить по три-четыре огромных лайнера в неделю, то есть туристический поток в Сочи заметно увеличится.

Сейчас часто говорят о wow-эффекте в деловом туризме и MICE. Насколько популярны необычные форматы мероприятий в отеле?

Когда человек удивляется? Когда превышены его ожидания. Вот этим мы в отеле и занимаемся. Все привыкли к тому, что «Жемчужина» – старый «уставший» отель, а мы за год переделали всё так, что гости заходят и говорят

wow при виде белых мраморных полов в холле, лобби-бара с огромными хрустальными люстрами, зеркальными колоннами, барной стойки длиной 25 м с разноцветной подсветкой. И, получив коктейль, гость говорит wow снова, потому что на дне обнаруживает светящийся кусочек сухого льда.

В отеле есть дизайнерские номера с цветной мебелью, люксы, сделанные в итальянском стиле, с известными картинами в виде панно, с прозрачными стенами в ванну, а ванные комнаты выполнены из мрамора Emperor. В день рождения гостя мы утром поздравляем его шариками и праздничным тортом, к ужину дарим бутылку вина, а в течение дня поздравляем по внутреннему радио.

У нас появился бар-пиццерия «Тропикана» у бассейна, которого не было раньше, у него соломенная крыша, а официанты одеты в фирменную одежду. В этом году мы готовим новый проект Zhemt beach – музыкальные вечеринки с развлечениями у бассейна. Мы ничего не придумываем – просто перенимаем опыт, добавляя своего колорита. В этом сезоне на пляже мы открываем три новых ресторана, причем два из них будут работать еще и зимой. Представьте себе: шторм, а ты сидишь в ресторане, в тепле и уютно, и смотришь на настоящую стихию. Чем не wow-эффект?!

На нашем пляже прямо на берегу стоит корабль, старый фрегат, называется «Флибустьер». В этом году мы его полностью восстанавливаем. Из Санкт-Петербурга пригласили команду, которая перетягивает весь такелаж. Делаем реконструкцию, внутри будет винный ресторан с минимумом еды и максимумом вин.

В прошлом году «Гранд Отель «Жемчужина» был удостоен награды Russian Business Travel & MICE Award-2013 как «Лучшая региональная конгрессная гостиница». В этом году вы снова выдвинуты на соискание этой премии. Расскажите, пожалуйста, о конгрессных возможностях отеля.

В этом году мы делаем полное техническое переоснащение наших залов. Вскоре у нас появятся два зала-трансформера по 250 мест. Специально к «Кинотавру» полностью переоборудовали наш самый большой 500-местный зал, новым стало всё – стулья, сцена, оборудование, в том числе такое, с помощью которого можно смотреть цифровое кино. Остальные 10 залов, вместимостью от 40 до 100 человек каждый, также подвергнутся реконструкции, она должна завершиться к августу-сентябрю, высокому сезону для организаторов мероприятий. **Как отель представлен в популярных системах онлайн-бронирования и социальных сетях?**

Мы есть во всех существующих системах бронирования. Их эффективность очевидна, за год у нас 45% гостей пришли именно таким путем. Тем, кто самостоятельно забронировал у нас номер через Интернет, мы даем скидку в 7%. По всей территории отеля у нас работает бесплатный Wi-Fi, 460 точек, это дорого, конечно, но комфорт гостей дороже. Мы все живем и работаем в интернет-пространстве, все с гаджетами, и человек не должен думать, куда бежать в поисках сети, какой пароль вводить и тем более за это платить.

Мы очень внимательно отслеживаем отзывы гостей, ведь многие потенциальные клиенты на них ориентируются. Все, даже самые чудные, выписываем, обсуждаем, ошибки устраняем, пожелания принимаем к сведению.

В чем главные секреты успешного проведения мероприятий?

В превышении ожиданий гостя, радушии, внимании и гостеприимстве. Мы должны дарить людям радость, влюблять в отель так, чтобы гостю было здесь хорошо, комфортно и спокойно, вне зависимости от того, работать он приехал или отдыхать.

Как-то у нас в отеле остановилась пожилая пара, мы случайно узнали, что у них 65-летний юбилей свадьбы. Взяли и организовали для них торжество – накры-

ли стол, заказали музыку, поздравили. Вы бы видели глаза этих любящих людей. Для нас это нормально, несмотря на то, что отель большой, внимание стараемся уделять каждому гостю.

Есть планы по дальнейшему развитию?

Планы грандиозные, под стать отелю! Через год на 20-м этаже «Гранд Отеля «Жемчужина» появятся прекрасные рестораны с шикарными панорамными видами на город. В Сочи ресторанов такого уровня пока нет.

Планируется к открытию фитнес-клуб площадью 1500 кв. м с видом на море, банный комплекс, где будут представлены все бани мира.

Ко Дню Победы мы открыли в холле отеля Мемориал Боевой Славы, посвященный погибшим на войне сочинцам. На нем представлены раритеты времен Великой Отечественной войны, личные вещи и фронтовые документы ветеранов, личные истории участников событий. Это постоянная экспозиция, со временем она будет только пополняться.

У отеля богатая история, у нас останавливались многие знаменитые артисты, мы гордимся этим и надеемся поделиться этим с гостями.

Мы предоставляем полный спектр услуг гостю, чтобы он мог и поработать, и расслабиться, и оздоровиться. Например, SPA-зона пользуется большим спросом как раз во время конференций – все женщины там. Есть уникальная для Сочи имидж-студия La Pteris, открытая как раз к прошлому «Кинотавру». Несмотря на то, что «Гранд Отель «Жемчужина» имеет категорию «4 звезды», косметика в нашей студии уровня пятизвездочных отелей, такая как, например, Maria Galland или Face to Face. Вскоре планируем открыть медицинский реабилитационный центр, где можно бесплатно пройти первичное обследование, а при желании – восстановить свой организм: жемчужными ваннами, обертыванием водорослями, соляными и ледяными процедурами и т.д.



На территории «Гранд Отеля «Жемчужина» располагался Китайский национальный олимпийский дом

В отеле есть большой киноконцертный зал на **500** мест, а также **10** конгресс-залов. Скоро откроются еще два зала-трансформера по **250** мест в каждом.

Справка



Сочи – крупнейший экономический, политический и культурный центр юга России. «Гранд Отель «Жемчужина» расположен в центре города Сочи на первой береговой линии Черного моря. Расстояние до аэропорта – 25 км, до железнодорожного вокзала – 3 км, до морского порта – 1 км. Отель представляет собой современное 19-этажное здание, из окон которого открывается прекрасная панорама Кавказских гор и Черного моря. Отель окружен уникальной парковой зоной с тропическими растениями, рядом с ним находятся зимний театр, цирк, концертный зал «Фестивальный», ботанический парк «Дендрарий», музеи и театры.

Отель имеет собственный круглогодичный бассейн с морской водой, прекрасно оборудованный галечный пляж, рассчитанный на одновременное присутствие 2000 человек. Территория водно-спортивного комплекса оснащена душевыми кабинками, лежаками, шезлонгами и зонтами, туалетами и кабинками для переодевания, собственным малогабаритным флотом, доступны все виды водных развлечений. www.Zhem.ru

Справка

Виктор ТАБАЧКОВ, генеральный директор «Гранд Отеля «Жемчужина», первый заместитель председателя Всероссийской общественной организации «Тайфун», учредитель и главный редактор журнала «Морской пехотинец», «Служба и служение», член экспертно-консультативного совета при комитете Законодательного собрания Краснодарского края по вопросам санаторно-курортного комплекса и туризма. Родился в городе Красноармейске Донецкой области, окончил Севастопольское военно-морское училище и Высшую школу КГБ СССР. Офицер морской пехоты, полковник. Участник боевых операций. Мастер спорта международного класса по рукопашному бою, имеет III дан по карате. Имеет боевые и государственные награды. Одна из последних – медаль ордена «За заслуги перед Отечеством» II степени, врученная после зимних Олимпийских игр в Сочи.

Активно сотрудничает с кинодокументалистами, которые снимают фильмы про морскую пехоту. Является соавтором многих документальных фильмов: «Севастополь – морская пехота», «Черные береты», «Полундра». В 2011 г. был окончен совместный проект телеканала «Россия» и WEIT MEDIA по созданию художественного сериала «Морпехи», основанного на реальных событиях (премьерный показ на канале «Россия» состоялся в 2012 г.).

Девиз морской пехоты «Где мы, там победа!» считает залогом успеха своей жизни.





©SWISS-image.ch

Мероприятия под стук колес

Конференция или торжество на корабле давно стали привычным делом. Речные и морские круизы часто совмещают с разными корпоративными программами, это удобно и интересно. Однако в поездах такие вещи практикуются куда реже, хотя и тут можно организовать яркое, интересное и уж точно нестандартное мероприятие.

Подготовила Александра ЗАГЕР

Поездом по стране гор и озер

Большой опыт в организации различных мероприятий есть у Швейцарского бюро деловых и инсентив-поездов. Организовать гала-ужин в престижном европейском экспрессе или семинар по дороге к отелю не является в Швейцарии проблемой. «Маршруты чартерных поездов определяются потребностями конкретной группы, в принципе, они могут курсировать по любому маршруту, – говорит менеджер по маркетингу Швейцарского бюро деловых и инсентив-поездов **Наталья Сизова**. – Такие вагоны просто присоединяются к рейсовым составам и переключаются от состава к составу в зависимости от выбранного маршрута. Специальные вагоны, то есть вагоны со специальным дизайном или техническим оснащением, тоже могут курсировать по всей Швейцарии, например «Красная стрела Черчилль», а поезда Ретийской железной дороги сообщаются только по кантону Граубюнден», – рассказывает она. По словам Натальи Сизовой, для пре- и посттуров можно воспользоваться регулярными панорамными поездами и сделать бронирование для своей корпоративной группы. При необходимости в поезде можно организовать обед или ужин, накрыть чай или устроить кофе-паузу.

Брифинг в формате презентации, завтрак или обед, семинары или групповая работа в поезде, возможности неформального общения (например, вагон-салон с диванчиками и пианино) – по большому счету, поезд – фактически универсальная деловая площадка. Всё необходимое техническое оборудование или предустановлено, или комплектуется в соответствии с потребностями группы. Наталья Сизова подчеркнула, что заказ чартерных вагонов подразумевает долгосрочное планирование поездки. Если нужен специальный маршрут, то на согласование с Федеральными железными дорогами (SBB) уходит до двух месяцев. Также определенное время требуется на расчет стоимости вагона для группы в зависимости от необходимого технического оснащения. Кроме того, это продукт премиум-класса: стандартная поездка для группы из 20–22 человек на три часа может стоить около 7000 швейцарских франков. Если программа «с изюминками» должна быть подготовлена за сутки, то предлагать чартерные тематические поезда невозможно. «Путешествие в поезде должно представляться увлекательным времяпровождением, чтобы клиент был готов инвестировать средства. Очень любят такие поездки клиенты из Японии, Великобритании и стран Западной Европы. Наши агентства пока мало знакомы с этим продуктом и предлагают его корпоративному заказчику неохотно», – рассказала Наталья.



«Восточный экспресс»

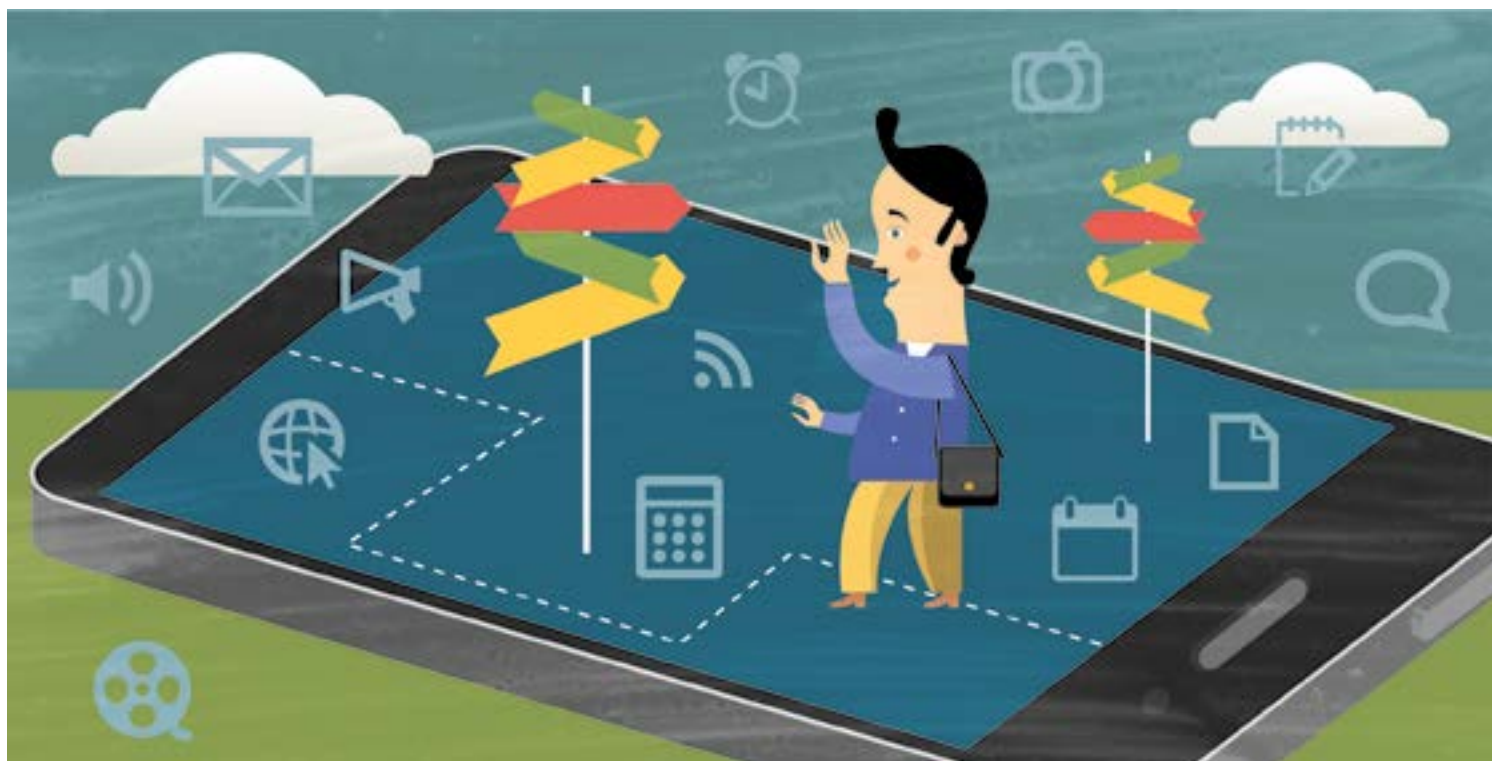
Почувствовать себя героем детектива Агаты Кристи или книги Сидни Шелдона совсем не сложно, достаточно однажды сесть в поезд «Восточный экспресс» (Orient-Express). В позапрошлом веке этот поезд придумал бельгиец Жорж Нагельмакерс, в те времена маршрут поезда пролегал от Парижа до Стамбула, а путь занимал 67 часов. Потом «Восточным экспрессом» стали называть поезда-люкс, курсирующие по Европе. Как правило, такие составы состоят из одноместных или двухместных купе, оформленных в стиле арт-деко. Литературно-детективный шлейф, тянущийся за такими поездами, сам собой диктует идеи инсентива – хоть по Агате Кристи, хоть по Сидни Шелдону, хоть по собственному сценарию. В таких поездках можно устраивать фуршеты, встречи, презентации для групп от 12 до 180 человек. Можно также совмещать их с экскурсиями или организовать гала-ужин прямо в поезде. Групповой заказ предполагает эксклюзивное использование бара и ресторана, специальные меню и напитки, при необходимости – специально сделанные к мероприятию таблички в пунктах отправления и прибытия и многое другое.

А как у нас?

Поездов и направлений у нас в стране хватает. Расстояния у нас немаленькие, а деловые люди привыкли экономить свое время, поэтому идея совмещения поездки и делового мероприятия в России вполне прижилась.

Компания «РЖД Тур» разрабатывает полностью всю программу «под ключ», маршруты любой сложности по территории России, странам СНГ, Балтии, Европы, Китая, Монголии. «Мы подстраиваемся под клиента, его запросы и можем организовать отправление поезда практически по любому маршруту. Большой популярностью пользуются маршруты по Золотому кольцу России. Мы специально разработали эксклюзивные туры в Париж, Ниццу», – говорит пресс-секретарь компании «РЖД Тур» **Диана Лаврикова**. «РЖД Тур» предоставляет разные типы вагонов: от купейных вагонов до вагонов класса люкс. По ее словам, вагоны цепляются к поездам регулярного сообщения согласно выбранному клиентом маршруту. Также можно организовать специальный чартерный поезд для клиента. Вагон-ресторан или вагон-бар могут служить удобной площадкой для проведения конференций, праздников, семинаров. «Мы можем обеспечить клиента всем необходимым оборудованием для того, чтобы сделать конференцию максимально эффективной. В вагоне-ресторане организуем приветственный ужин», – отмечает Диана Лаврикова. Для особых случаев можно использовать vip-вагоны, которые часто называют пятизвездочными отелями на колесах. Так, например, можно провести мероприятие на ретро-поезде, который курсирует по Москве и Подмосковью, минимальный срок аренды – от трех часов. Помимо обычных вагонов здесь есть вагон-бар вместимостью до 20 человек, вагон-ресторан на 44 человека и вагон-конференц-зал более чем на 60 мест.

Брифинг в формате презентации, завтрак или обед, семинары или групповая работа в поезде, возможности неформального общения (например, вагон-салон с диванчиками и пианино) – по большому счету, поезд – фактически универсальная деловая площадка.



Российский бизнес-трэвел ждет бум «мобильности»

Западные аналитики полагают, что в ближайшие годы объем продаж мобильных устройств в мире вырастет настолько, что вытеснит с рынка традиционные компьютеры и ноутбуки. Действительно, число пользователей смартфонов и планшетов постоянно растет, одновременно с этим возрастает и объем задач, которые при помощи этих устройств можно решить.

Подготовила Анна ЮРЬЕВА

Пользователи мобильных устройств отвечают на письма, совершают покупки и бронируют авиабилеты при помощи мобильных приложений. Такая высокотехнологичная сфера, как деловой туризм, не могла оставить эту тенденцию без внимания, ведь вскоре клиент будет воспринимать возможность взаимодействия с ТМС при помощи приложения как нечто естественное, и те, кто не сумеет вовремя распознать эту тенденцию, окажутся в проигрыше.

Предложение ограничено

Если говорить о специальных приложениях для организации деловых поездок, то пока редкая компания в России может себе такое позволить. В работе с такими приложениями есть два подхода, рассказал генеральный директор ATH Business Travel Solutions **Андрей Воронин**.

Первый подход заключается в том, чтобы использовать для создания приложений платформы внешних поставщиков, таких как GDS (Global distribution system), и брендировать их под себя для того, чтобы клиенты воспринимали их как собственный продукт

ТМС. «Это самый легкий путь с ограниченным функционалом, поскольку далеко не весь российский контент есть в этих системах. Например, 80% российских отелей не представлены ни в одной системе бронирования», – поясняет эксперт.

Более сложный путь – разработать свои собственные системы, в которых были бы интегрированы все системы бронирования и доступны все возможные авиа- и ж/д билеты, отели и которые позволяли бы компаниям осуществлять контроль расходов на деловые поездки. «Такой путь достаточно долгий и затратный, его могут позволить себе только крупнейшие ТМС», – отмечает Воронин. По его словам, в ATH Business Travel Solutions разработали собственную ИТ-платформу SMARQT (security, mobility, automation, reporting, quality, transparency), которая позволит клиентам автоматизировать все бизнес-процессы, связанные с деловыми поездками, и иметь возможность контролировать расходы в режиме реального времени. На базе этой платформы планируется к концу этого финансового года запустить мобильное приложение.

«Функционал приложения также будет развиваться от базового к более сложному, – рассказал Андрей

Воронин. – Помимо функций, доступных в компьютере, приложение будет использовать такие возможности мобильных устройств, как геолокация. Например, путешественник будет получать сообщения в аэропорту о том, каким такси лучше воспользоваться, а в отеле – о том, что завтрак включен в стоимость и где лучше поужинать. Можно будет сфотографировать счет на телефон, и он сразу прикрепится к отчету о командировке».

Ряд компаний предлагают клиентам возможность пользоваться своими услугами в любой точке света при помощи минимизированных версий сайтов. «В основном данные ресурсы строго ограничены функционалом и предоставляют клиентам возможность пользоваться услугами компании в любой точке мира, что очень удобно», – рассказала директор по развитию ООО «Мегаполис Групп» **Ольга Евстратова**. Она отмечает, что таким образом не весь функционал возможно реализовать в рамках онлайн-режима. «Частично данный запрос обрабатывается персоналом компании, и у клиента только создается иллюзия того, что это сервис онлайн. Но разработки активно ведутся, и данные вопросы, я уверена, будут решены в самое ближайшее время», – полагает эксперт.

В целом большинство опрошенных ВТ компаний заявили, что не используют в работе с клиентами специальные приложения для организации деловых поездок. Однако многие считают, что это будет необходимо уже в самом ближайшем будущем.

«Запрос на эту услугу, безусловно, есть, большинство деловых путешественников пользуются смартфонами и мобильными приложениями. А ограниченность предложения на данный момент связана с тем, что создание таких инструментов требует времени и инвестиций. Но несколько ведущих ТМС уже работают над этим, и в ближайшие годы мы увидим бум «мобильности» в российском бизнес-трэвел», – полагает Андрей Воронин.

Каждой встрече по приложению

Несравненно большее число ТМС и event-агентств предлагает своим клиентам услугу создания мобильного приложения под конкретное мероприятие. Как правило, для их создания компании используют готовые платформы.

«Мы не разрабатываем мобильные приложения сами, а используем их на готовых платформах, пока в основном для квестов или других тимбилдингов в рамках MICE-мероприятий для наших клиентов», – рассказала директор департамента въездного туризма компании «Демлинк» **Светлана Белова**.

Пользуются популярностью различные квесты, когда участникам раздаются планшеты с программой, картами, заданиями, подсказками – и тимбилдинг



превращается в оригинальный микс реального и виртуального миров, отмечает генеральный директор компании RCS-Russian Corporate Services **Сергей Шаньгин**. По его словам, это практически перенос классического квеста с бумажных носителей в мобильное приложение, что выводит весь интерактив на совершенно другой технический уровень, добавляя увлекательности происходящему и требуя минимального подготовительного инструктажа. «Стоимость таких квестов различная, она зависит от числа участников и начинается от 100 тысяч рублей», – отмечает эксперт. По его словам, мобильные технологии помогают вовлечь в мероприятие максимальное число присутствующих. «Основная сложность и проблема всех масштабных корпоративов – вовлеченность и участие каждого из сотен и тысяч участников, – говорит он. – Как этого достичь? С помощью несложного мобильного приложения. В зале устанавливается большой экран с мощным проектором, на котором в онлайн-режиме участники обмениваются своими эмоциями, пожеланиями, поздравлениями и т.д. Здесь же можно транслировать фотографии участников вечеринки, устраивать общее голосование за тот или иной номер программы. Несложность реализации данного приложения делает его достаточно популярным и востребованным на корпоративах с большим числом участников».

Действительно, мобильные приложения часто позволяют каждому участнику почувствовать свою причастность, что особенно важно. «Клиенты ощущают особую атмосферу мероприятия», – уверена Ольга Евстратова.

80%

российских отелей
не представлены
ни в одной системе
бронирования

Пользуются популярностью различные квесты, когда участникам раздаются планшеты с программой, картами, заданиями, подсказками, – и тимбилдинг превращается в оригинальный микс реального и виртуального миров.

В то же время для руководства компании появляется возможность реализовывать несколько задач сразу: проводить мониторинг активности, опросы, анализировать промежуточные и итоговые результаты, а также решать задачу по сплочению коллектива, что всегда актуально.

От квестов и других игровых приложений компании переходят к более сложным технологиям. «Сначала мы использовали мобильные приложения только для программ командообразования, это были квесты с КПК, теперь – с iPad.

Но, как известно, прогресс не стоит на месте, и сегодня мы предлагаем клиентам комплексные интерактивные онлайн-решения: разработку сайта-визитки и приложений для мобильных устройств на платформах Android и iOS, а также программ, позволяющих составлять списки участников на расселение и перелет в режиме онлайн», – рассказала руководитель event-направления Continent Express **Татьяна Дубская**. По ее словам, данная услуга пользуется особенной популярностью при организации крупных выездных конференций у фармацевтических компаний.

Эксперты отмечают ряд преимуществ использования подобных приложений при проведении мероприятий. «Мобильные приложения стопроцентно оправдывают себя при организации важных имиджевых, масштабных и логистически сложных ивентов, особенно при участии гостей из разных стран мира, значительно оптимизируют временные затраты обеих сторон и делают процесс коммуникации более современным и эффективным. Значительным достоинством мобильных приложений является их компактность, любая информация всегда под рукой. Более того, это экономит большое количество бумаги и, следовательно, является более экологичной альтернативой», – полагает управляющий партнер ивент-агентства BtG Event Solutions **Татьяна Бакланова**.

Мобильные приложения экономят не только бумагу, но и упрощают работу ТМС. «В апреле 2014 года мы реализовали проект для одного из лидеров отрасли автомобилестроения», – рассказала Татьяна Дубская. По ее словам, весь проект был построен на онлайн-активностях, начиная от набора и регистрации участников, их информирования о деталях проекта, проведения курсов в Instagram, заканчивая проведением интерактивной игры с iPad и оценкой компетенции кандидатов с помощью специально разработанного мобильного приложения. «Использование онлайн-инструментов значительно упростило процесс обработки результатов на всех этапах проекта», – подводит итог эксперт.



Татьяна БАКЛАНОВА, управляющий партнер ивент-агентства BtG Event Solutions:

У команды ивент-агентства BtG Event Solutions есть неоднократный опыт создания мобильных приложений, в том числе в рамках организации инсентив-поездки с насыщенной культурно-развлекательной программой для иностранных гостей из 80 стран мира.

Во многих случаях данные приложения создаются с целью установить более эффективную коммуникацию с гостями по организационным вопросам. Устройство с мобильным приложением сообщает о каждом следующем этапе программы, любезно напоминая гостям о встречах, запланированных мероприятиях, месте и времени их проведения, а также о редких изменениях, которые иногда имеют место быть даже при качественном планировании каждого этапа.

В основном данные предложения востребованы при проведении особо крупных, многодневных и логистически сложных мероприятий, где необходимо в сжатые сроки донести нескольким десяткам, сотням и тысячам гостей информацию о предстоящих событиях. Также услуга пользуется популярностью при организации важных мероприятий, в рамках которых компания желает сконцентрировать внимание на тех новинках, которые существуют на рынке, и удивить своих гостей новшествами индустрии.

Мобильные приложения берут на себя большую информативную функцию, что для гостей города, особенно иностранцев, является весьма актуальной опцией. Можно посмотреть карту с навигатором, сориентироваться в незнакомом городе, узнать о достопримечательностях и интересных местах, о курсе валюты и погоде, также представлены полезные телефоны, в том числе контакты организаторов и телефоны для различных ситуаций.

Вторым самым распространенным блоком, а по совместительству и функцией мобильных приложений, разрабатываемых под конкретное мероприятие, является информация о самом событии, а именно подробный график-календарь мероприятия с указанием времени и места. Если речь идет о конференции, симпозиуме или другом деловом ивенте, приложение содержит программу докладов, информацию о спикерах и описание основной концепции мероприятия, фотоотчеты с прошедших событий и встреч.

Однако интерфейс и функционал подобных приложений индивидуальны, так как у каждого мероприятия свои задачи и предпочтительные способы контакта с гостями, которые в первую очередь учитываются при разработке мобильных приложений.

Не так страшно приложение клиенту

В целом мобильные приложения в индустрии деловых путешествий и мероприятий можно рассматривать как новшество, услугу, набирающую популярность.

«Услуга достаточно новая, она еще не стала рядовой практикой, но эволюция технологий идет вперед, я считаю, она скоро станет востребованной. В нашей стране новые технологии воспринимаются очень быстро», – полагает Светлана Белова. По ее словам, преимущество мобильных приложений по сравнению с другими технологическими новшествами в том, что с ними легко и приятно работать. «Интерфейс мобильного устройства доступен для любого пользователя, и даже у обычного компьютера он сложнее», – говорит она. Как отмечает эксперт, при внедрении подобных технологий могут возникнуть опасения по поводу защиты данных: «Хотя существует множество инструментов, которые способны гарантировать корпоративную информационную безопасность».

«Интерес к продукту, безусловно, существует и будет только расти и развиваться. Продукт на данный момент уже не является новым, и всё больше компаний вовлечены во внедрение мобильных приложений как в рядовой практике, так и при проведении мероприятий», – подтверждает Ольга Евстратова, директор по развитию ООО «Мегаполис Групп».

Многие эксперты подтверждают, что если некоторое время назад инициатива использовать приложение исходила от компаний, то теперь всё чаще эту услугу запрашивают клиенты.

«О консерватизме российских клиентов можно было говорить два года назад, когда инициатива использования подобных решений исходила от нас. Сегодня мы всё чаще получаем запросы на подобные услуги уже от самих клиентов. Нам лишь остается реализовать их идеи», – рассказала Татьяна Дубская.

В то же время отмечается и тот факт, что заказы на разработку мобильных приложений чаще поступают от иностранных заказчиков.

«У нашей компании гораздо больше заказов на разработку мобильных приложений под мероприятие от иностранных заказчиков, которые организуют имиджевые и важные для компании ивенты в России с участием топ-менеджеров и президентов компаний», – рассказала Татьяна Бакланова.

По ее словам, использование подобных технологий компаниями с чисто российскими корнями – редкий случай.

«Необходимо учитывать и тот факт, что разработка мобильного приложения под мероприятие для многих компаний является дорогим удовольствием и не всегда вписывается в рамки бюджета», – отмечает эксперт. По словам г-жи Баклановой, стоимость такого приложения варьируется в зависимости от сложности разрабатываемого формата.

«Дороговизна и исходящее из этого фактора желание компаний-заказчиков сэкономить являются, на наш взгляд, основными проблемами в развитии и выведении мобильных приложений на массовый рынок», – подводит итог эксперт.

Мобильные приложения стопроцентно оправдывают себя при организации важных имиджевых, масштабных и логистически сложных ивентов, особенно при участии гостей из разных стран мира, значительно оптимизируют временные затраты обеих сторон и делают процесс коммуникации более современным и эффективным.

Роман ГОРОХОВ, генеральный директор Nicko Travel Group:

Мы занимаемся обеспечением различных мероприятий по всему комплексу организационных вопросов: предварительная работа, регистрация, логистика, финансы, отчетность. И для полной автоматизации данного процесса нами была создана специальная программа, позволяющая в разы поднять эффективность работы как организаторов, так и исполнителей.

Как это работает: на сайте мероприятия размещается вся необходимая информация программного и организационного характера. Там же размещаются специальные формы, которые заполняются самими участниками, и информация из этих форм попадает в соответствующие блоки и отчеты, которые позволяют организовать работу по бронированию услуг и обеспечить контроль за подготовкой, проведением и полным документарным завершением любого события. Есть личный кабинет и довольно широкий набор необходимых отчетов. Здесь же печатаются бэйджи, счета и программы, идет автоматическое уведомление участников обо всех новостях и изменениях, программа является основным инструментом коммуникации между участниками и организаторами.

Данная программа – это больше чем просто мобильное приложение: она позволяет работать с большими объемами данных одновременно и работает по принципу многозадачности, т.е. одновременно может выполняться целый ряд различных операций по мероприятиям. Она не требует каких бы то ни было дополнительных загрузок и установок – нужен просто доступ в Интернет, причем с любого устройства: компьютера, планшета, телефона. Программа внешне брендируется под заказчика. Использование программы ведет к повышению эффективности работы оргкомитета за счет снижения расходов на персонал и четкого планирования действий и как следствие – к уменьшению сумм штрафов от поставщиков.





1



2



3

На самом интересном месте

Креатив давно стал одной из важных составляющих любого, даже самого важного мероприятия. Конференции, презентации, семинары и тренинги организаторы стремятся сделать не только полезными, но и яркими. Зачастую тон мероприятию задает место его проведения. Безусловно, лидеры в этом смысле – конгресс-отели и специализированные центры, однако в Москве появляется всё больше достаточно нестандартных мест, которые служат площадками для самых разных мероприятий.

Подготовила Александра ЗАГЕР

С 2003 г. Центр дизайна ARTPLAY, занимающий целый квартал площадью 75 тыс. кв. м, известен как один из первых творческих кластеров Москвы. Выставочные пространства Центра дизайна ARTPLAY – это три экспозиционных зала, где можно организовать фестивали видеоарта, концерты альтернативной музыки, спектакли, кинопоказы, лекции, мастер-классы. Дизайн-завод «Флакон» призван развивать самый широкий круг проектов в области актуальных форм творчества, образования и гражданских активностей. На территории «Флакона» создана полноценная инфраструктура для проведения публичных мероприятий. На площади в 25 тыс. кв. м расположено несколько пространств для проведения мероприятий, которые можно моделировать под самые разные форматы и концепции. Большая площадка Loft, трехэтажное пространство-трансформер The Cube и площадка под открытым небом Action Park, на которой летом работает бассейн, а зимой – каток. На «Флаконе» есть всё необходимое для бизнеса. Здесь можно арендовать офис и стать полноправным «жителем» дизайн-завода, а можно просто прийти и поработать один день. Для этого на дизайн-заводе есть три коворкинга – пространства с полностью оборудованными рабочими местами и переговорными, которые можно арендовать на небольшой срок. Креативную атмосферу на «Флаконе» создают мастерские и издательства,

детские студии и шоурумы дизайнерских товаров, рекламные и event-агентства, арт-кафе и рестораны. На территории «Флакона» действуют уникальные для Москвы ремесленные мастерские, включающие производство, обучение, коворкинг и шоурумы. Мастерские построены по принципу Do it yourself, в каждой из них разработана система мастер-классов и воркшопов, рассчитанных на самый разный уровень подготовки. В основное время это реальное производство, работающее под индивидуальный заказ. Останкинская телебашня, знакомый с детства символ города, – теперь еще и современный культурно-экскурсионный центр, куда входят концертный зал «Королевский» на 750 мест, банкетно-фуршетный комплекс, конференц-залы, ресторан на 180 персон, открытая летняя площадка у подножия для проведения мероприятий до 10 тыс. человек, а также смотровые площадки. Здесь помимо open-air территории для любого мероприятия могут быть скомбинированы прочие площадки: банкетно-фуршетный комплекс, включающий концертный и ресторанные залы, конференц-комнаты и смотровые площадки. А также – профессиональный кейтеринг, охраняемая парковка, современное световое, звуковое и видеопроекционное оборудование, VIP-экскурсии на телебашню. Комплекс украшает фонтан с возможностью светового сопровождения, который, несомненно, станет

«изюминкой» любого события. На открытой площадке есть возможность монтажа сцены, банкетной зоны и всей необходимой застройки к событию. Также к вашим услугам профессиональный технический персонал – администратор, звукорежиссер и художник по свету. Личный помощник разработает концепцию мероприятия и продумает до мелочей все его детали, а также от начала и до конца будет курировать любой событийный проект. На территории комплекса расположено кафе, где всегда в свободном доступе можно пользоваться Wi-Fi. Развита транспортная инфраструктура: метро, наземный транспорт, электропоезда, морельсовая система. Несомненный плюс площадки – близость к Всероссийскому выставочному центру.

Московский индустриальный и коммерческий центр интеграции и развития Coworking 2.0 Nagatino Club также может быть площадкой для мероприятий. Он включает в себя более 17 тыс. кв. м выставочных и офисных площадей, расположенных недалеко от метро «Нагатинская» в реконструированном здании фабрики. В составе Coworking 2.0 Nagatino Club – три выставочных зала различной вместимости, где можно проводить выставки, банкеты, корпоративные мероприятия, тренинги и семинары.

Бизнес-центр Digital October ориентирован на два основных направления: новые технологии и технологическое предпринимательство.

Он удобен, в том числе, и для проведения международных профессиональных конференций и презентации новых технологических продуктов. Кроме того, он является еще и площадкой, где проходят образовательные курсы

с участием преподавателей и экспертов со всего мира. В центре доступно любое технологическое оборудование – от HD-панелей до высокоскоростного Интернета, выдерживающего до 500 подключений одновременно, и всего необходимого для проведения современных презентаций. Также здесь возможна интернет-трансляция мероприятия и съемка ТВ-качества с режиссурой, монтажом и синхронным переводом.

В составе центра есть два конференц-зала, пресс-центр, пять аудиторий и ресторан, способные вместить практически любое мероприятие: от небольшой презентации до крупного международного форума, поскольку все залы трансформируются и оборудуются под конкретный формат и аудиторию. Кроме того, центр предлагает широкий набор опций для брендинга и различные проморешения, вплоть до создания компьютерной графики. Digital October удобно расположен – практически в центре Москвы, на «Красном Октябре», неподалеку от станций метро «Кропоткинская» и «Полянка».

Центр современного искусства «ВИНЗАВОД» находится на территории комплекса из старинных цехов, дегустационных лабораторий и винных подвалов. В его составе три крупных выставочных зала, художественные и фотогалереи, театральные площадки и многое другое. Это один из самых посещаемых и популярных культурных центров Москвы.

Центральный дом литераторов (ЦДЛ) – это одно из легендарных мест Москвы, здесь любили бывать знаменитые и талантливые люди, писатели, художники, поэты. Центральный дом литераторов всегда был

Использование нестандартных площадок – один из трендов современного рынка индустрии встреч. Город является крупнейшим культурным центром, в котором небоскребы соседствуют с особняками XIX в. Москва готова предложить инициаторам встреч большое разнообразие нестандартных площадок.



1. Дизайн-завод «Флакон» – это 25 тыс. кв. м пространств для проведения мероприятий, которые можно моделировать под самые разные форматы и концепции.
2. Останкинская телебашня может стать прекрасным местом проведения торжества
3. В «Бункере 42» на Таганке можно проводить как конференции, презентации и шоу, так и интерактивные игры, квесты и тимбилдинги
4. Знаменитый клуб-ресторан Центрального дома литераторов с русской и европейской кухней

местом притяжения культурной жизни Москвы. Расположенный в самом сердце столицы, дом выходит фасадами двух своих зданий на Поварскую и Большую Никитскую (бывшую Герцена) улицы. Киноконцертный зал прекрасно подойдет для конференций, семинаров, презентаций, торжественных церемоний, гала-ужинов, кинопоказов, концертов, корпоративных спектаклей, другими словами – практически для любого делового или праздничного события.

Также площадкой для проведения мероприятий и сопутствующих фуршетов и банкетов может служить знаменитый клуб-ресторан ЦДЛ с русской и европейской кухней. Кроме того, здесь есть сигарная комната-библиотека, столы для игры в бильярд, шахматы и нарды. **Центральный дом художников (ЦДХ)** – одна из самых известных выставочных площадок в России, именно здесь проходят крупные ежегодные выставки, посвященные искусству, архитектуре, дизайну. Кроме того, здесь можно проводить и нестандартные, экспериментальные выставки. Общая выставочная площадь ЦДХ – 10 тыс. кв. м. Так, конгресс-зал DNA прекрасно подойдет для проведения корпоративных мероприятий, концертов, перформансов, мастер-классов, презентаций и видеороликов. Пространство конгресс-зала DNA трансформируется в зависимости от нужд организаторов и тематики мероприятия, при необходимости его можно сделать разноуровневым. **Кремль в Измайлово** – культурно-развлекательный центр, созданный на базе известного «Вернисажа». Здесь проходят веселые праздники, познавательные экскурсии, мастер-классы по русским ремеслам, свадьбы, банкеты и даже конференции. И всё это в интерьерах и колорите допетровской эпохи. В составе комплекса два больших конференц-зала, ретрокафе, а также залы Дворянский, Трапезный, Боярский и Царский для банкетов и фуршетов.

Московский государственный театр Эстрады открылся в 1954 г. Художественный руководитель театра – народный артист России, лауреат Государственной премии Геннадий Хазанов. Более полувека театр радует спектаклями и концертами поклонников эстрадного искусства. Сотрудники театра готовы предоставить весь спектр услуг по организации и проведению мероприятий в уютном красивом зале в самом центре Москвы. Праздник можно провести с участием российских и зарубежных артистов театра, кино, балета, цирка. Возможно проведение фуршета на 1000 человек до или после мероприятия.

Царицыно – уникальный культурно-исторический комплекс, памятник архитектуры России, имеющий многофункциональные Баженовский и Казаковский залы Большого дворца, а также Парадный зал Оперного дома и атриум Хлебного дома, где можно проводить приемы, конференции, презентации, тренинги и другие корпоративные мероприятия на высоком уровне. В музее есть световое и сценическое оборудование и Wi-Fi.

Российская государственная библиотека, знаменитая «Ленинка», расположенная в самом центре города, также может быть местом проведения мероприятий. Их можно проводить в КВК «Дом Пашкова», в зале заседаний и конференц-зале.

«Бункер 42» на Таганке. На глубине 60 м в районе Таганки расположен настоящий подземный город. «Бункер 42» был построен когда-то как убежище от возможного ядерного взрыва. Общая площадь всех его туннелей, площадок и галерей составляет порядка 7 тыс. кв. м, и практически все они могут стать местами для проведения мероприятий. Здесь можно проводить как конференции, презентации и шоу, так и интерактивные игры, квесты и тимбилдинги.



Ксения Бойкова, генеральный директор АНО «Конгресс-бюро г. Москвы»:

Использование нестандартных площадок – один из трендов современного рынка индустрии встреч. Это не означает, что спрос на специализированные многофункциональные комплексы снижается, такие центры будут всегда востребованы крупными конгрессно-выставочными мероприятиями. Однако всё чаще планировщики мероприятий, особенно рассчитанных на небольшое количество людей, останавливают свой выбор на старинных дворцах, музеях, библиотеках или, скажем, модных центрах в стиле хай-тек. Москва в данном случае обладает огромным потенциалом. Город является крупнейшим культурным центром, в котором небоскребы соседствуют с особняками XIX в., а старинные усадьбы – с суперсовременными лофтами. Москва готова предложить инициаторам встреч большое разнообразие нестандартных площадок. Среди них и современные пространства Digital October или Art Play, и усадьбы Архангельское, Коломенское, Царицыно, и наследие советского времени «Бункер Сталина» и Кремлевский дворец съездов, и даже «визитные карточки города» Большой театр, храм Христа Спасителя и комплекс Московского Кремля.

Нельзя забывать, что при выборе нестандартной площадки необходимо учитывать множество факторов: специфику и тематику мероприятия, количество участников и предполагаемых посетителей, расположение, вместительность и технические возможности того или иного зала. Грамотный выбор площадки с учетом всех этих нюансов – залог успеха любого мероприятия.

Анна САМОЙЛОВА: «Альфа» умеет удивлять

О конгрессных возможностях отеля, а также о том, как успешно пройти аттестацию и получить статус «бизнес-отель», как учитывать пожелания гостей и удивлять их, рассказывает директор Департамента продаж и маркетинга ТГК «Альфа» Анна САМОЙЛОВА.



Деловой туризм и MICE становятся важным сегментом гостиничной отрасли. Насколько такие услуги востребованы в вашем отеле? Каковы его конгрессные возможности?

Конференц-услуги очень востребованы. Наш гостиничный комплекс интересен организаторам больших и малых деловых мероприятий. В отеле «Альфа» девять кондиционированных оборудованных по последнему слову техники конференц-залов, часть из залов – трансформеры, что позволяет разместить в одном зале до 500 человек одновременно. Наш конгресс-центр – это 1500 кв. м выставочной площади и специально оборудованных площадок для экспозиционных целей с бесплатным Wi-Fi на всей территории, а также возможностью подключения выделенной линии Интернет для проведения видеоконференций.

В отеле восемь ресторанов, среди которых есть и тематические – итальянский IlCanto, кафе «Хинкальная», пивной бар «У Дана», спорт-бар, суши-бар, кафе «Шоколадница», а также vip-ресторан, для гостей vip-этажа здесь сервируется завтрак с икрой и шампанским под звуки арфы. У нас большая территория, которую мы используем максимально эффективно, в отеле можно организовать нестандартные мероприятия – выставки, показы, вечеринки.

Чем можно привлечь деловых гостей в отель?

Наш отель давно на рынке, в 2015-м будем праздновать 35-летие. У нас 962 номера от однокомнатных номеров первой категории до двухуровневых апартаментов на vip-этаже, и каждому гостю мы стараемся уделить максимум внимания. Так заведено нашим генеральным директором Октаем Юнисовичем Сафар-Заде, для которого гостиница «Альфа» – родной дом, а гости отеля – его гости. Мы стараемся, чтобы гостям было комфортно, и предоставляем широкий спектр услуг: от химчистки и рум-сервиса до стоматолога и оперативной полиграфии. Помимо сервис-бюро, где можно сделать копии документов, отправить факс или что-то заламинировать, у нас есть своя типография, которая предоставляет широкий спектр услуг.

На разных этажах отеля есть 12 саун, а на 30-м этаже – большая сауна с мини-бассейном, где можно снять напряжение после трудового дня. Любители активного отдыха могут пойти в ночной клуб «Адмирал».

Для заказчиков мероприятий существует ряд бонусов, включая скидки на залы и номера, а также специальные меню обедов и кофе-брейков.

Как вы изучаете мнения гостей об отеле?

Мы стараемся собрать все возможные мнения, как из анкет, которые есть в номерах, так и из отзывов на всех доступных интернет-площадках, так что в год получаем порядка 2 тысяч отзывов наших гостей. Помимо того что мы получаем результаты анкетирования, отзывы, размещаемые в системах бронирования, мы запустили еще и систему электронного анкетирования. После выезда отправляем гостю по электронной почте письмо, в котором благодарим за визит и просим заполнить небольшую анкету. Такие отзывы мы получаем на ежедневной основе и можем отследить, какие оценки у нас растут, а какие, наоборот, снижаются, на что с точки зрения сервиса и оснащения стоит обратить первоочередное внимание. На booking.com мы достигли оценки 8, а год назад было 7,1, по версии TripAdvisor мы вошли в 50 лучших отелей Москвы и поднялись в рейтинге более чем на 30 пунктов. В феврале этого года наш отель получил награду «TOP CHOICE 2014» от китайского портала Lianorg, который прислал нам уведомление, что мы вошли в 15 лучших отелей Москвы по отзывам китайских туристов. **Что необходимо отелю, чтобы успешно участвовать в программе аттестации Бизнес- и Конференц-отелей АБТ?**

19 мая мы получили сертификат, официально подтверждающий наш статус бизнес- и конференц-отеля. Этот процесс шел у нас параллельно с подтверждением стандарта «4 звезды». Специально мы не готовились, однако провели небольшой аудит и выполнили полученные рекомендации. Например, расширили ассорти-

мент зарядных устройств для популярных моделей телефонов. У наших консьержей всегда есть запас на случай, если гостям понадобится. Нам важно заявить о себе как о площадке для MICE-мероприятий – хорошей, качественной, удобно расположенной. Многие MICE-компании не привыкли думать об «Альфе» как о конференц-отеле, хотя у нас есть все основания называться таковым, мы хотим сломать этот стереотип. Хотим создать новый имидж бизнес- и конгресс-отеля, ведь мы можем и умеем принимать любые группы, организовывать как масштабные, так и камерные мероприятия и будем делать всё возможное, чтобы рынок MICE и делового туризма обращал на нас больше внимания.

Что изменилось в отеле за последнее время?

В 2012 г. мы перешли в сегмент «4 звезды», полностью и капитально реконструировали отель, так, в холле появилось множество ресторанных кафе, дизайн стал более современным и функциональным. Номерной фонд тоже обновился, все этажи подверглись капитальному ремонту, появился vip-этаж, где 24 номера, среди которых двухэтажные апартаменты с инфраструктурой сауны, и в каждом из них помимо прочего оснащения есть ноутбук и свежая пресса.

Считаете ли вы важной работу в Интернете?

Безусловно. Мы представлены во всех основных онлайн-каналах продаж, в том числе и в GDS-системах. Сейчас мы увеличиваем свое присутствие в Интернете, ведем переговоры с новыми партнерами. В социальных сетях мы тоже есть, более того, на facebook у нас встроен модуль онлайн-бронирования. Я считаю, что будущее за продажами в интернет-пространстве, ведь онлайн-сегмент растет в разы. По статистике, от общего объема продаж в 2011 г. наши онлайн-продажи составляли порядка 2,5%, в 2013 г. – 17%, а сейчас, за неполные пять месяцев 2014 г. – уже 35%. У нас есть и мобильная версия сайта, так как все больше растет популярность использования мобильных гаджетов для бронирования отелей.



Питерский MICE живет будущим

На рынке международного делового туризма Петербург по-прежнему смотрится как прекрасно выглядящий, образованный и перспективный «жених». Но, несмотря на его очевидные плюсы, из-за ряда черт «характера» выходить за него «замуж» особенно не торопятся. Однако в ближайшем будущем он обещает стать еще более привлекательным.

Подготовил Владимир СЕРГАЧЕВ

Как заявил заместитель председателя Комитета по развитию туризма Петербурга **Александр Шапкин** в рамках состоявшегося в Северной столице Евразийского ивент-форума – 2014, задача поставлена вполне определенная: к 2020 г. город намерен войти в число двадцати лучших. «Для этого мы готовы действовать сразу в нескольких направлениях, одновременно развивая как необходимую для сферы MICE инфраструктуру, так и предпринимая усилия для продвижения дестинации на рынке», – подчеркнул он. Чтобы достичь этой цели, Петербургу придется изрядно поработать локтями, расталкивая многочисленных конкурентов. Ведь пока, несмотря на его привлекательность, успехи в сфере делового туризма у Северной российской столицы даже ниже, чем в туризме в целом. И показать это возможно на конкретных цифрах.

Своя игра

Как выглядит туристический Петербург в общих показателях? Въездной турпоток в него, по мировым мер-

кам, невелик (по данным за 2013 г. – 6,3 млн человек, в то время как в Париже – 32 млн, в Берлине – 25 млн). Однако, согласно рейтингу TripAdvisor начала 2014 г., Северная столица России в очередной раз названа одним из наиболее привлекательных мировых направлений для туризма: Петербург занял 16-е место среди 25-ти городов мира, расположившись между Барселоной и Дубаем. При этом город на Неве является единственным в России, систематически попадающим в Топ-25 TripAdvisor, а в Европе, по мнению пользователей портала, уверенно входит в десятку лучших. Причем, по данным интернет-рейтинга, на мировом рынке Петербург по туристической привлекательности обходит и Берлин, и Париж...

Плюсы и минусы

«Сегодня выбор направления для делового мероприятия осуществляется не столько по отелям, сколько по духу страны: активностям, впечатлениям, возможностям для экскурсий», – заявила, выступая на одной

из недавних встреч АНТОР, **Кристина Ионицкая**, заместитель директора Управления по туризму Каталонии в странах СНГ и Восточной Европы.

Вряд ли кто будет спорить, что по этому параметру Петербург может дать фору кому угодно. Ведь кроме записных Петергофа, «Эрмитажа», Екатерининского дворца и Русского музея в нем есть сотни «интересностей». На земле (и под ней), в воде и в воздухе. Из прошлого, настоящего и будущего. Таких, которых больше в мире нигде нет. Поэтому возможности организации любых типов деловых туров (в том числе инсентива), как правило, в Питере ограничиваются либо бюджетом заказчика, либо фантазией и опытом организаторов.

«Петербург является вторым по популярности MICE-направлением в России, уступая лишь Москве и при этом значительно обогнав Казань и Екатеринбург, – считает **Татьяна Бакланова**, управляющий партнер ивент-агентства BtG Event Solutions. – В связи с проведением Олимпиады в Сочи в ближайшие годы активность по проведению MICE-мероприятий для российских заказчиков, возможно, переместится туда, однако Петербург вряд ли уступит свое место: Сочи сможет войти в Топ-3 MICE-дестинаций в России (наряду с Москвой и Петербургом) лишь через три – пять лет. Научная среда, строительство заводов, развитие фарм- и автокластеров, перевод головных офисов ряда федеральных компаний в Северную столицу способствуют динамичному продвижению MICE-индустрии именно в Петербурге».

«По нашему опыту, в Петербурге проходит наибольшее количество научных и деловых мероприятий по таким направлениям, как медицина и естественные науки (физика, химия), высокие технологии, а также космические исследования, – говорит руководитель службы маркетинга и PR группы компаний «Мономакс» **Александр Юркова**. – Безусловно, экономические и социальные науки также занимают одно из ведущих мест».

Как считают в BtG Event Solutions, в городе на Неве у заказчиков есть возможность выбора из большого количества эксклюзивных площадок для проведения мероприятий различного уровня и масштаба. Креативные пространства, лофты, галереи и музеи современного искусства. Императорские театры, старинные дворцовые ансамбли и музеи. Разнообразная и уникальная экскурсионная программа. Прогулки на водном транспорте и множество других изысканных активностей как культурной, так и спортивной направленности – всё это повышает его привлекательность. Может быть, Северной столице не хватает площадок и номерного фонда? Если в Петербурге и не достает мест для проведения деловых мероприятий, то в дефиците только большие, вместимостью свыше 1 тыс. человек. Остальных, которых не менее 100, даже на

перспективу достаточно. Причем любых, от крупных современных спортивных комплексов (Ледовый дворец) до уникальных дворцов прошлых веков, поражающих гостей своим величием. «Мы занимаемся организацией деловых мероприятий с численностью участников до 500 человек и поэтому никаких проблем с поиском площадок не испытываем», – отмечает исполнительный директор компании Via Hansa DMC&PCO Ltd **Наталья Виноградова**.

По сведениям Агентства развития и исследований в недвижимости (АРИН), важной характеристикой рынка Петербурга является то, что спросом у заказчиков пользуются три категории залов. Это конференц-залы, расположенные в бизнес-центрах и гостиницах (площадью от 50 до 200 кв. м), современные конференц-площадки размером в 300–500 кв. м, а также большие конгресс-залы вместимостью в 1 тыс. человек. Однако этот рынок в Северной столице характеризуется ярко выраженной сезонностью: среднегодовая заполняемость конференц-залов составляет всего 20–40%, и если в «высокий» сезон (май – август) она доходит до 80%, то в «низкий» нередко опускается до 15%. «Для конгрессов и конференций масштаба в 300–500 делегатов Петербург обладает практически всеми ресурсами, – уверена руководитель службы маркетинга и PR группы компаний «Мономакс» **Александра Юркова**. – Для мероприятий с числом участников 500–1000 человек возникают некоторые сложности. А если их больше 1 тыс., уже более серьезные затруднения касательно площадок, питания, транспортной логистики и т.д.».



Уже в октябре 2014 г. первых гостей примет конгрессно-выставочный центр «ЭкспоФорум», который состоит из конгресс-центра вместимостью до 10 тыс. человек (с основным залом на 4,2 тыс. мест и залом для гала-мероприятий на 2 тыс. мест), двух бизнес-центров, трех выставочных павильонов, складов и таможенного терминала.



1
2
В Санкт-Петербурге много отелей с хорошими конгрессными возможностями, например «Коринтия Отель Санкт-Петербург» (фото 1), причем некоторые из них имеют свои концепции их проведения, такие, как концепция «смарт-мероприятия» от компании Carlson Rezidor (фото 2)

Что касается номерного фонда, то и здесь при существующем турпотоке проблемы если и возникают, то лишь в высокий сезон: 73 действующих крупных (свыше 50 номеров) качественных отелей на почти 16 тыс. номеров вполне способны закрыть потребность. Самой популярной пятизвездочной площадкой, к примеру, обладает отель «Коринтия Невский Палас» – на протяжении ряда лет именно он получает звание лучшего в России отеля для конференций по версии World Travel Award. А «Парк Инн Прибалтийская», обладающая залом на тысячу мест, почти не имеет конкурентов благодаря возможности под одной крышей обеспечить многочисленных деловых гостей всеми необходимыми им услугами.

Есть ли в MICE-туризме Петербурга «узкие» места? Как не быть... Действительно, в настоящее время принять крупное деловое мероприятие с числом участников больше тысячи человек город на Неве не может. Негде. Единственная площадка в городе, на которой возможно организовать широкомасштабное мероприятие, совмещающее выставочный и деловой формат, – ВК «Ленэкспо». Но «Ленэкспо» не может предоставить всю необходимую инфраструктуру для проведения качественного мероприятия. В результате организаторы знакового в мире недвижимости 63-го Всемирного конгресса FIABCI, например, столкнулись с серьезными трудностями, поскольку обилие секционных заседаний и высокий социальный статус участников требовали проведения мероприятия в конгресс-центре VIP-уровня.

Примерно в такой же ситуации каждый год оказываются и организаторы Петербургского международного экономического форума (ПМЭФ): в нем участвуют первые лица государств и компаний с мировым статусом, а кроме одного из павильонов «Ленэкспо» подходящего зала пока нет.

Много претензий в последнее время вызывает и пилтерская логистика: большие группы подчас просто застревают в дорожных пробках, ломая напряженный график встреч и заседаний. Или не могут комфортно сделать пересадку, подъехать к музею – вопрос с парковками туристических автобусов так до конца и не решен. Да и сам качественный транспорт в дефиците. «Хороших современных автобусов в сезон не хватает, – сетует Наталья Виноградова. – Они в основном заняты обслуживанием пассажиров круизных лайнеров, а оставшиеся порой предлагают по неподъемной цене».

Порой бывают жалобы и на организацию мероприятий, и на качество сервиса. Однако основным «тормозом» делового туризма, особенно на международном рынке, эксперты без сомнений называют слабое продвижение Петербурга в качестве MICE-дестинации.

С видом на будущее

Вместе с тем в ближайшем будущем ситуация хотя бы в некоторых аспектах может заметно измениться. Первой лакуной, которая будет устранена, станет нехватка крупных современных конгресс-центров.

Уже в октябре 2014 г. первых гостей примет конгрессно-выставочный центр «ЭкспоФорум», который состоит из конгресс-центра вместимостью до 10 тыс. человек (с основным залом на 4,2 тыс. мест и залом для гала-мероприятий на 2 тыс. мест), двух бизнес-центров, трех выставочных павильонов, складов и таможенного терминала. В нем предусмотрены все необходимые условия для комфортного пребывания посетителей: большая парковка на 5,2 тыс. мест, крытые переходы между павильонами, кафе и рестораны. А с 2015 г. гости города смогут разместиться в двух отелях – Hilton Hotels & Resorts и Hampton by Hilton, которые суммарно предложат 446 номеров. Важно то, что организаторам и участникам мероприятий на базе нового комплекса будут оказывать полный спектр сопутствующих услуг, включая выставочную застройку, кейтеринговое, транспортное и туристическое сопровождение. Строительством первой очереди «ЭкспоФорума» дело не ограничится: его вторая очередь, которая должна появиться в 2018 г., включает еще три павильона площадью на 40 тыс. кв. м и подземный паркинг на 5 тыс. машино-мест. Поскольку этот комплекс расположен неподалеку от аэропорта Пулково и способен предоставить все MICE-услуги в одном месте, одновременно будет решена и транспортная проблема: в Петергоф или Пушкин гости смогут легко попасть, избежав пробок в центре города. Как считает генеральный директор «ЭкспоФорум-Интернэшнл» **Сергей Воронков**, «площадка дает новые возможности – наличие в Петербурге современного специализированного комплекса мирового уровня позволяет укрупнять выставочные проекты и проводить больше сопутствующих мероприятий».

По его мнению, одновременное проведение на одной площадке мероприятий, у которых есть частичное пересечение по целевой аудитории, удобно как участникам выставок, так и их посетителям.

Известно, что сейчас Смольный взял курс на организацию в Петербурге нового экономического кластера – конгрессно-выставочного. При этом «ЭкспоФорум» обещает стать своеобразным фундаментом для его строительства, поскольку власть и бизнес намерены создавать кластер сообща. «Компания «ЭкспоФорум-

Интернэшнл» активно участвует в процессе консолидации усилий участников MICE-индустрии и органов власти с целью позиционирования Северной столицы как крупного делового центра международного уровня, – говорит генеральный директор «ЭкспоФорум-Интернэшнл» **Сергей Воронков**. – Открытие в Петербурге современного конгрессно-выставочного центра «ЭкспоФорум» поможет сделать это на качественно новом уровне и привлечь в город больше мероприятий мирового масштаба. К тому же новый комплекс готов предоставить помещения для деятельности конгресс-бюро».

Однако у «ЭкспоФорума» будут и конкуренты: на состоявшейся весной в Каннах международной выставке коммерческой недвижимости MIPIM-2014 правительство Петербурга заключило с инвесторами четыре соглашения о реализации нескольких проектов в Северной столице, в числе которых и новые конгресс-центры. В частности, глава Комитета по инвестициям Ирина Бабюк подписала соглашение с ООО «Международная инвестиционная компания «Хуа Бао», в котором китайская компания закрепила намерения построить в Петербурге конгрессно-выставочный комплекс и производственный технологический парк с общим объемом инвестиций в 16 млрд рублей. Еще раньше в рамках проходившего в Петербурге Евразийского ивент-форума – 2014 заместитель председателя Комитета по развитию туризма Александр Шапкин заявил, что город намерен строить и другие конгрессно-выставочные комплексы. «В ближайшие шесть лет в Петербурге кроме «ЭкспоФорума» должны появиться еще три крупных объекта аналогичного профиля», – констатировал он. В свою очередь **Сергей Иванов**, руководитель департамента регионального развития Выставочного научно-исследовательского центра R&C, подтвердил, что китайские инвесторы проявляют большой интерес как минимум к двум проектам, предусматривающим появление в Петербурге крупных конгрессных центров.

Решать в комплексе

В компании BtG Event Solutions, к примеру, считают, что усилить интерес к Петербургу как деловой туристической дестинации могут создание более конкурентоспособного по цене продукта для российских корпоративных клиентов и активное продвижение данной информации в корпоративную среду. А также массовое информирование о возможности организации эксклюзивных культурно-развлекательных программ для всех сезонов в Петербурге в рамках MICE-проектов и улучшение транспортного сообщения до Петербурга.

В свою очередь в компании «Мономакс» считают, что помочь Петербургу может создание и функционирование полноценного (с точки зрения функционала, персонала и бюджета) конгрессного бюро в его классическом понимании. «Оно обязательно должно заниматься вопросами формирования и реализации грамотного комплексного подхода к продвижению города, продаж конгрессного продукта города в целом и стимулирования развития конгрессной отрасли, – говорит **Александра Юркова**. – И, конечно, способствовать возникновению регулярного, актуального и конструктивного диалога между бизнесом, властью и наукой».

Увы, но пока приходится констатировать, что MICE-туризм в Петербурге – как дитя у семи нянек. Все хотят, чтобы оно росло и приносило пользу, но «воспитывать» его всё как-то руки не доходят. И понятно, что даже крупные компании, специализирующиеся на деловом туризме, самостоятельно не могут продвигать весь город как дестинацию – силенок не хватает.

А на уровне городского правительства внимание ему уделяют больше на словах, поэтому это весьма выгодное направление туризма пока успешно «растет» на чужих «огородах».

Ведь 81-е место для Петербурга, с его-то возможностями, подобающим назвать трудно...



КВЦ «Петроконгресс» – востребованная и удобная площадка для проведения крупных конгрессов и конференций. На фото – один из залов центра

64%

деловых мероприятий предполагают участие до 150 человек

27% –

от 150 до 500 человек

9% –

от 500 до 1,2 тыс. человек

По данным администрации Санкт-Петербурга

К 2020 г. Санкт-Петербург намерен войти в число двадцати лучших городов мира для проведения мероприятий. Для этого будет развита как необходимая для сферы MICE-инфраструктура, так и предприняты усилия для продвижения дестинации на международном рынке.



Статистика

По данным официальных отчетов Международной ассоциации конгрессов и съездов (ICCA), в рейтинге городов мира Петербург в 2011 г. занимал 82-е место (26 мероприятий), а в 2012-м – 64-е с показателем в 38 проведенных мероприятий. В европейском раскладе этой же авторитетной международной организации Питер в 2012 г. был 33-м. Однако, по данным все той же ICCA, в 2013 г. занимал только 81-е место в мире с 32 мероприятиями в год. Среди европейских стран он занял 44 место, то есть фактически вернулся к показателям 2011 года.



В ближайшие годы столица Азербайджана намерена заметно увеличить число принимаемых ею деловых путешественников за счет дальнейшего развития современной инфраструктуры туризма. А продвижение страны за рубежом и появление более дешевой авиаперевозки будут этому только способствовать.

Подготовил Владимир СЕРГАЧЕВ

Баку настроился на деловую волну

Экономика прогрессирует

Давно известно, что деловой туризм активно развивается там, где находится на подъеме экономика и реализуют крупные проекты. И в этом отношении Азербайджану сейчас могут позавидовать многие государства мира. Как отметил на заседании, подводившем итоги 2013 г., президент Азербайджана **Ильхам Алиев**, «если бы мы не создали мощной экономики, то, уверен, не смогли бы добиться успехов ни на международной арене, ни в регионе». Его слова вполне подтверждают цифры. В 2013 г., несмотря на неблагоприятные макроэкономические условия, экономика Азербайджана продемонстрировала дальнейший рост: ВВП страны увеличился почти на 6%. Причем нефтегазовый сектор, к которому как раз и относится местный туризм, вырос еще значительно – на 9,8%. Есть и другие положительные показатели, в числе которых рост денежных доходов населения на 8% (при уровне инфляции в 2,4%) и объем инвестиций в \$28 млрд, из которых \$17,5 млрд – внутренние. «Это рекордный показатель: никогда прежде в течение года в нашу экономику столько не вкладывалось, – под-

черкнул Ильхам Алиев. – Это говорит о том, что и внешне, и внутренние инвесторы верят в ее стабильность и готовы вкладывать деньги и в дальнейшем». Еще одним аргументом в пользу качества азербайджанской экономики является величина валютных резервов страны: по оценке президента, несмотря на реализацию массы крупных инвестиционных проектов за государственный счет, они не снижаются, а растут. В настоящее время валютные резервы Азербайджана достигли уровня в \$50 млрд, что составляет 70% его ВВП. В результате, по данным Давосского экономического форума, по уровню конкурентоспособности азербайджанская экономика занимает 39-е место в мире и вполне может себе позволить делать упор на развитие нефтегазового сектора. Как считает генеральный менеджер отеля Jumeirah Bilgah Beach Hotel **Мете Атакуман**, если сохранится благоприятный экономический климат, то доверие инвесторов и к сфере туризма будет расти. «Инвестиции в туризм влекут за собой развитие многих других сфер, обеспечивают рост и помогают успешно диверсифицировать экономику Азербайджана, – уверен он. – Мы считаем Баку воротами в страны СНГ и Россию».

В столице и регионах

Стараясь развивать туризм в целом, власти Азербайджана делают акцент на нескольких его направлениях. В том числе и на MICE-туризме, который получил наибольшее распространение в Баку.

Активное развитие Баку как центра делового туризма Азербайджана подтверждают и сведения о проходящих в городе мероприятиях профильной направленности. Ежегодно здесь проводят около 30 крупных международных форумов и конференций, частично финансируемых из бюджета, а также примерно столько же крупнейших на Кавказе выставок. Если учесть, что большие деловые мероприятия организует и частный бизнес, общее количество значимых бизнес-событий составляет в городе не менее сотни в год. Сколько проводят деловых встреч с числом участников в 10–20 человек, неизвестно. Однако их количество явно на порядок выше: только Азербайджанский фонд поощрения экспорта и инвестиций (AZPROMO) ежегодно организует около 200 мероприятий.

Сейчас Баку с его развитой транспортной и туристической инфраструктурой не без оснований претендует на роль главного центра делового туризма в регионе Каспийского моря. Однако и вне его границ, приезжающим с деловыми целями, могут предложить многое. Например, круглогодичный туристический комплекс «Шахдаг» постепенно превращается в курорт мирового класса, способный предложить весь комплекс услуг и деловым туристам. По словам Клайва Смита, генерального менеджера уже открытого здесь отеля Pik Palace, помимо гостиниц и ресторанов в туристическом комплексе «Шахдаг» будут построены аквапарк, площадка для гольфа и виллы для туристов, после чего он будет способен удовлетворять самые разные запросы деловых людей.

Всё есть

В Баку деловой путешественник вряд ли столкнется с какими-либо сложностями при организации бизнес-тура: столица Азербайджана гарантирует максимум возможного. Практически все бакинские отели категории 4 и 5* предлагают услуги для бизнес-туристов:

в них можно арендовать конференц-залы, аудитории и переговорные комнаты. При этом крупные сетевые отели международного класса (Hilton, Marriott, Jumeirah, Park Inn и др.) располагают как большими залами в 1 тыс. и более квадратных метров, так и выбором небольших помещений площадью 20–40 кв. м, предназначенных для организации переговоров, круглых столов и тренингов. Кроме них, на местном рынке делового туризма активно действуют и бизнес-центры, располагающие всеми возможностями для проведения деловых встреч. В таких комплексах, как Çirag Plaza, Landmark, Isr Plaza, Bridge Plaza и других, деловой человек также может получить практически все нужные ему услуги.

Наличие таких грандиозных комплексов, как Культурный центр Гейдара Алиева, «Баку Экспо Центр» или спортивно-концертный комплекс Baku Crystal Hall, позволяют столице Азербайджана принимать деловые мероприятия с числом участников несколько тысяч человек. Первый из них, к примеру, недавно был назван лучшим из 15 самых красивых концертных залов мира по версии авторитетной компании Emporis: сооружение, которое включает в себя конгресс-центр, музей, библиотеку и парк площадью 9 га, обошло массу маститых конкурентов.

Не без проблем

Вместе с тем сложности, которые и ранее отмечались в развитии делового туризма Баку, по-прежнему сохраняются. И связаны они в первую очередь вовсе не с недостатком инфраструктуры.

Да, нехватки качественного номерного фонда в Баку нет. Напротив, местные сетевые гостиницы практически всегда могут предложить свободные номера: какие-либо сложности могут быть только в периоды больших международных выставок и крупных деловых мероприятий. Объясняется это просто: стоимость размещения в качественных объектах Баку продолжает оставаться высокой.

Проверить это очень просто с помощью любого сайта бронирования. Здесь выясняется, что стандартный двухместный номер в отеле уровня 5* в Баку «кусается»: если в Hilton Baku или Hyatt Regency Baku такой

В 2013 г. экономика Азербайджана продемонстрировала активный рост: ВВП страны увеличился почти на **6%**. Причем нефтегазовый сектор, к которому как раз и относится местный туризм, вырос еще значительно – на **9,8%**.

Планы у Министерства культуры и туризма Азербайджана амбициозные: согласно разработанной совместно с Азербайджанским институтом туризма программе «Азербайджанский туризм в 2023 году: цели и поставленные задачи», если в 2013 г. страну посетили около 2,5 млн человек, то через 10 лет их планируют принять не менее 5 млн. При этом доля туризма в ВВП Азербайджана должна возрасти с нынешних 0,9 до 2,5%, а основной проблемой при столь быстром росте станет даже не вопрос инфраструктуры – наибольшие сложности ожидаются в связи с нехваткой квалифицированных кадров.





© Marriott International LLC

© Jumeirah International LLC

1. Лобби отеля JW Marriott Absheron Baku
2. Бальный зал Mardakan Jumeirah Bilgah Beach Hotel

Крупные сетевые отели международного класса располагают как большими залами в **1 тыс.** и более кв. м, так и выбором небольших помещений площадью **20–40 кв. м**, предназначенных для организации переговоров, круглых столов и тренингов.

номер на начало апреля 2014 г. еще можно забронировать за сумму немногим больше 10 тыс. рублей, то в Four Seasons или Fairmont Baku at the Flame Towers ничего дешевле, чем за 16 тыс. рублей, нет. Да, открытый только в 2013 г. в знаменитом комплексе «Огненные башни» Fairmont Baku at the Flame Towers великолепен и способен предложить деловым путешественникам практически любые нужные им услуги, но цена... По оценке генерального директора компании «Жарков-тур» **Андрея Жаркова**, бакинские отельеры крайне редко идут на снижение цен и «держат» их даже в том случае, если отель не заполнен, несмотря на то что среднегодовая загрузка местных гостиниц высокого класса колеблется около 50%, цены в них продолжают расти. В этой связи операторы, занимающиеся MICE-туризмом, предпочитают размещать своих клиентов в небольших частных отелях в центре города: в сетевых, особенно если речь идет о группе специалистов, это обходится чересчур дорого. Еще одно слабое звено в системе бакинского делового туризма – высокая стоимость авиаперевозки. Проблем с доставкой, например, гостей из России нет: только в марте 2014 г. авиакомпания UTair запустила новый международный рейс, связывающий Баку с Казанью. Однако стоимость билета в один конец начинается от €129. А из Москвы добраться в Баку «на крыльях» «Аэрофлота» или азербайджанской авиакомпании AZAL обойдется еще дороже – в оба конца в случае прямого рейса в начале апреля 2014 г. билет стоил не менее чем 20 тыс. рублей. Да и «кривой» (с пересадкой) рейс недешев – больше 15 тыс. рублей. За эти деньги из Москвы вполне можно

слетать практически в любую из столиц Европы, где и размещение группы деловых туристов, кстати, обойдется заметно дешевле...

Привлекать выставками

Вместе с тем Баку продолжает ориентироваться на крупные деловые мероприятия, способные привлечь значительное число бизнес-туристов. Как считает министр культуры и туризма Азербайджана **Абульфаз Гараев**, серьезным подспорьем в развитии делового туризма страны должен стать и конференц-центр Азербайджана, который появился в середине 2013 г. «Мы рассчитываем, что уже к 2020 году Азербайджан будут посещать 5 миллионов туристов ежегодно, что позволит нашей туристической промышленности работать полномасштабно, – подчеркнул он. – Немалую долю среди них будут составлять гости, приезжающие в нашу страну и по делам бизнеса, поскольку Азербайджан становится местом проведения всё большего числа крупных международных культурных, экономических и спортивных мероприятий». Как отметил министр во время выступления на Азербайджанском инвестиционном саммите «2020 и далее: ускорение экономического развития», доходы от туризма в Азербайджане за 10 лет выросли в 56 раз, в то время как среднемировые показатели составили лишь 10–12%. «Азербайджан имеет потенциал для развития различных видов туризма: от пляжного до организации встреч, конференций и выставок», – резюмирует Абульфаз Гараев.



МАЛЬТА – задумана для встреч

- > Более 5000 лет КУЛЬТУРЫ КОММУНИКАЦИЙ и встреч
- > Современные КОНГРЕССНЫЕ ЦЕНТРЫ – вплоть до 10 000 делегатов
- > Разнообразие ПЛОЩАДОК под мероприятия
- > 3 500 мест в ОТЕЛЯХ категории 5 звезд
- > Тематические ИНСЕНТИВ программы
- > Инновационные агентства по наземному обслуживанию (DMC) – гарантия качества



www.visitmalta.com/mice



1. Город-крепость Валлетта, столица Мальты, построен в XVI в. Его называют бриллиантом в мальтийской короне мест исторического наследия. Престиж города недавно был еще раз подтвержден на международном уровне, когда Валлетта была выбрана Культурной столицей Европы 2018 г. Город, «построенный джентльменами для джентльменов», входит также в список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО.

Подготовил Александр ПОПОВ

Бизнес-Валлетта

Валлетта – деловой центр архипелага. Здесь сосредоточено большинство правительственных учреждений, включая канцелярию премьер-министра, канцелярию президента, Торгово-промышленную палату, Центральный банк Мальты, Мальтийскую фондовую биржу и ряд других штаб-квартир частных компаний. В Валлетте также заседает мальтийский парламент.

Обретение нового лица

В столице реализуется крупный проект по обновлению ее облика, разработанный всемирно известным итальянским архитектором Ренцо Пиано. Проект включает в себя строительство нового здания парламента на площади Свободы у въезда в Валлетту, восстановление городских въездных ворот в их первоначальном виде образца 1633 г., перестройку

бывшего оперного театра в театр под открытым небом, реконструкцию автостанции у городских ворот и строительство нового лифта, связывающего бастион у городских ворот и защитный ров, который будет превращен в городской сад. Завершение проекта ожидается в 2014 г.

Город редкой красоты

Валлетта – город, очень гостеприимный для бизнесменов, радуют глаз его дворцы с богато украшенными резьбой фасадами из золотистого известняка. Широкие площади, исторические церкви и потрясающие виды на Большую гавань впечатляют даже бывалых путешественников.

«Я никогда не видел подобной красоты, – говорил Вальтер Скотт о ко-кафедральном соборе Св. Иоанна

(St. John's Co-Cathedral), суровом снаружи и роскошном внутри. Частичка «ко» указывает на то, что в соборе проводит службы архиепископ. Главный храм Мальты находится в ее старой столице Мдине. В музее собора представлены две прославленные картины Караваджо: «Усекновение главы Иоанна Крестителя», это главное художественное достояние Мальты, и «Святой Иероним».

Невероятной красоты панорама Большой гавани открывается из парка Верхние сады Барракка (Аппер Барракка Гарденс / Upper Barrakka Gardens), который может стать одним из мест проведения мероприятий на открытом воздухе в Валлетте. И это лишь одно из целого ряда неповторимых мест для проведения мероприятий в Валлетте. Внизу, вдоль берега, разместился комплекс «Набережная Валлетты» (Valletta Waterfront) длиной 275 м с множеством мест для развлечений и украшенный восстановленными зданиями в стиле барокко.

Одним из самых очаровательных дворцов столицы называют дом Рокка Пиккола (Каса-Рокка-Пиккола / Casa Rocca Piccola), принадлежащий одной из старейших мальтийских аристократических семей (1560), которая до сих пор живет здесь. Но часть помещений дворца можно арендовать для проведения особых мероприятий с количеством участников до 40 человек.

В столице изрядное количество кафе и ресторанов, во многих хорошо представлена местная кухня. Еще одним персонажем на гастрономической сцене Валлетты стала ручная пекарня «Неню» (Nenu), где свято блюдают традиции мальтийского хлебопечения. В этой уникальной пекарне (она же и ресторан) пекут мальтийский пресный хлеб «фтира», а также другие традиционные местные блюда, такие как, например, росс иль-форн (запеченный рис). Даже кофе подается в пекарне в мальтийском стиле. Туристические группы могут попробовать в «Неню» испечь свой собственный хлеб.

Роскошные отели

В Валлетте есть две роскошные пятизвездные гостиницы – недавно построенный Grand Hotel Excelsior с отличным Wi-Fi на всей территории гостиницы, и отель в стиле арт-деко Phoenicia Hotel Malta. Оба – недалеко от городских ворот. Другие отели острова категории 5* группируются в Сент-Джулиансе (St. Julian's) и вокруг него, что всего в 20 минутах езды от Валлетты на автомобиле.



1. Город-крепость Валлетта
2. Собор Св. Иоанна
3. Один из залов Средиземноморского конференц-центра



Вторая жизнь госпиталя



В столице находится крупнейший на архипелаге Средиземноморский конференц-центр (Mediterranean Conference Centre) – одно из наиболее импозантных зданий в Валлетте, когда-то оно было госпиталем «Сакра Инфермериа» (в пер. «Священная лечебница»), который построил орден рыцарей Св. Иоанна. Когда Мальта находилась под британским правлением, в Сакра-Инфермерии также размещался госпиталь. Это самый известный конференц-центр Мальты, где проводятся крупные международные конференции, выставки, банкеты, концерты и театральные представления. Центр входит в ассоциацию «Исторические конференц-центры Европы» (HCSE).

Общая площадь: 7000 кв. м.

Количество конференц-залов: 10 больших конференц-залов и несколько помещений-выгородок.

Крупнейший конференц-зал – «Сакра Инфермериа» (1700 кв. м), где на фуршет могут разместиться 2500 человек.

www.mcc.com.mt



Остров больших возможностей

Поездки в Великобританию по делам и за корпоративным духом давно уже стали привычными для бизнес-туристов и корпоративных групп. Благодаря географическому положению Великобритании удобно для проведения международных встреч и конгрессов, имеет развитую как гостиничную, так и деловую инфраструктуру, может позволить себе принять мероприятие любого масштаба, включая Олимпийские игры.

Подготовила Александра ЗАГЕР

М.И.С.Е. – буквы разные нужны, буквы разные важны

MICE – достаточно широкое понятие, и вычленив, какая же именно из его составляющих доминирует при заказе поездок в Великобританию, довольно сложно. Главным образом потому, что всё популярнее становятся комбинированные поездки, где конференции и конгрессы сопрягаются с ин센тивами, а участие в выставках предполагает еще и тимбилдинг. «Здесь трудно обозначить процентный баланс, а тем более выделить какую-то одну составляющую, – говорит директор отдела корпоративных мероприятий Continent Express **Ольга Гулибина**. – Если рассматривать отдельно Великобританию, то, конечно, клиенты предпочитают Conferences and Incentive, поскольку эта страна выделяется среди прочих европейских уникальным и разнообразным наследием, которое невозможно не показать в рамках деловых и развлекательных мероприятий. Если говорить о MICE-направлении в целом, то однозначно во многом на выбор клиентов оказывает

влияние экономический фактор. При формировании бюджета на корпоративные мероприятия в первую очередь приоритет отдается Meetings and Conferences, так как эти мероприятия являются своего рода инструментом продаж и донесения информации о продукте для клиентов и партнеров», – подчеркивает эксперт. По мнению директора компании Travel Boutique DMC **Анны Гиллеспи**, наибольшей популярностью пользуются I – Incentives и C – Conferences. «Сейчас всё больше и больше компаний отправляют лучших и достигнувших определенных результатов сотрудников в поощрительные поездки, так как это дает хорошую возможность сплотить команду, посмотреть новые места и, конечно же, набраться сил для успешной работы над новыми проектами компании», – рассказывает она. Анна Гиллеспи подчеркивает, что Ирландия пользуется большим спросом как ин센зив-направление, чем Англия, так как ценовой аспект здесь наиболее выигрышный. По ее словам, конференции как составляющая MICE всегда пользуются спросом, так как Лондон – это мировая

площадка для крупнейших форумов в разных областях – медицине, туризме, IT и др. Специалисты со всего мира съезжаются и встречаются здесь, чтобы узнать о новинках рынка и познакомиться с новейшими разработками и технологиями. Кроме того, Анна Гиллеспи отметила рост спроса на E-Events. «Очень много компаний отправляют своих сотрудников на тематические мероприятия, проходящие на территории Англии, например регату, авиашоу, конные скачки и другие», – рассказала эксперт. Согласно с ней и руководитель отдела MICE FCm Travel Solutions **Наталья Захарова**: «Наибольшим спросом пользуется I-инсентив. Из-за сложностей с процессом оформления виз и высокой ценовой категорией направления большие группы, как правило, не рассматривают Великобританию в качестве места для проведения конференций. А вот для инсентива Соединенное Королевство – беспроигрышный вариант, и для тех, кто там уже много раз был, и для тех, кто не был ни разу».

В Лондон!

Лондон уже не первый век считается одной из деловых столиц мира. Развитая инфраструктура города складывается из хорошо оборудованных мест для проведения деловых мероприятий, выставочных центров, отелей, театров и стадионов, которые также часто используются как MICE-площадки. Кто не знает Королевский Альберт-холл, галерею «Тейт Модерн», собор Св. Павла или Британский музей? Эти красивейшие и знаменитые во всем мире здания также иногда используются для проведения деловых и торжественных мероприятий самого высокого уровня. Однако город на этом не останавливается, здесь постоянно появляются новые места для проведения мероприятий, оснащенные по последнему слову техники. Они удивительным образом вписываются



Уэльс – одно из не очень знакомых, но весьма интересных направлений для российских туристов. На фото: озеро Вирнви, расположенное в Северном Уэльсе

в историю и архитектуру города, дополняя собой его символы, такие как Биг-Бен или Вестминстерское аббатство, постепенно тоже становясь неотъемлемой частью городского и делового пейзажа. К ним относятся, например, башня-небоскреб 30 St Mary Axe (так называемый «Лондонский огурец» – the Gherkin) и колесо обозрения «Лондонский глаз» (EDF Energy London Eye). К ним можно отнести и развлекательный комплекс O2, Музей дизайна (Design Museum), аквариум SEA LIFE London Aquarium и стадион «Уэмбли». Среди последних городских новинок серии must see – небоскреб «Осколок» (The Shard). Гигантская башня высотой 309 м считается самым высоким строением в Западной Европе. Она сделана в виде осколка стекла, устремленного острой частью в небо. В небоскребе 72 этажа, есть смотровые площадки с телескопами (с информацией в том числе и на русском языке). Увидеть Лондон таким, каким он видится с верхней смотровой площадки здания, раньше можно было только с вертолета.

Встречи по пути



В ситуации, когда времени на встречу мало, участников много и все они из разных стран, выручают конгресс-возможности крупных аэропортов, таких, например, как лондонский Хитроу. И сам аэропорт, и его окрестности приобретают всё большую популярность у организаторов деловых мероприятий, тем более что для проведения конференции или встречи площадки находятся практически в шаговой доступности от аэропорта, что позволяет их участникам экономить массу времени на переездах. В зоне аэропорта Хитроу работает ряд сетевых отелей мировых брендов, имеющих широкие конференц-возможности. Среди них Radisson Blu Edwardian Heathrow, Hilton London Heathrow Airport, Hilton London Heathrow Airport Terminal 5 и Sofitel Heathrow Terminal 5. Кроме того, здесь есть и более бюджетные средства размещения.

В самом здании помимо смотровых площадок расположены офисы, квартиры и технические помещения. Есть даже палисадники. Архитектор Ренцо Пиано знал, о чем говорил, называя «Осколок» вертикальным городом. Международный конгрессный центр – International Convention Centre (ICC) – хорошо знаком участникам рынка MICE и делового туризма со всего мира. ICC London ExCeL предлагает аудиторию на 5 тыс. посадочных мест, а также 17 выходящих окнами на набережную конференц-помещений, широкий выбор отелей в близости и отличное транспортное сообщение.

За инсентивом в Шотландию, за тимбилдингом – в Ирландию

Деловые возможности Великобритании как MICE-направления, разумеется, не исчерпываются Лондоном. Среди других интересных регионов эксперты называют прежде всего Шотландию и Ирландию.

«В Шотландии хорошая инфраструктура, большие возможности интересного размещения (частные замки, виллы и т.д.) или частной аренды замков эксклюзивно для группы, большое количество площадок для мероприятий», – говорит Наталья Захарова.

«Чаще всего наши клиенты едут в Шотландию. На бескрайних зеленых лужайках под звуки волынки уставшие после напряженной работы топ-менеджеры на несколько дней забывают про биржевые индексы и полностью расслабляются. Разнообразие необычных развлечений, среди которых соколиная охота, посещение вискикурен с возможностью изготовления именных бутылок и даже мастер-классы правильного ношения килта – это далеко не всё, чем можно заняться в Шотландии», – рассказывает руководитель отдела по работе с корпоративными клиентами компании PAC Group Светлана Наумова.

«Для бизнес-целей выросло направление Глазго (Шотландия), так как в Scottish Exhibition and Conference Centre стало проводиться множество медицинских конгрессов и мероприятий. Ирландия и остров Джерси популярны для инсентив-программ, где можно организовать множество водных активностей и всевозможных командных мероприятий на природе (игра в гольф, веревочные курсы, развлечения на ферме – от загона овец в стойло до сбора винных бочек), а также насладиться прекрасной гастрономией и напитками, посетить вискикурни, пивоварни и винные заводы», – рассказывает Анна Гиллеспи.

Согласна с ней и Ольга Гулибина. По ее словам, если говорить о Великобритании в целом, то на второе место после Лондона можно поставить, конечно же, Шотландию и Ирландию, которые становятся всё популярнее среди корпоративных клиентов. Эти регионы уже зарекомендовали себя как серьезные конкуренты Англии, поскольку инсентив-

программы там можно провести не менее, а скорее более интересно и необычно с точки зрения наполнения. «В Лондоне программы зачастую базируются в самом городе, тогда как в Шотландии и Ирландии можно продемонстрировать настоящий средневековый country-side: замки-музеи и замки-отели, замечательные фермы, например та, которая поставляет молоко для компании Baileys, кельтские игры и старинные вискикурни. Это самобытная и увлекательная культура, которая способна заинтересовать даже самых взыскательных клиентов», – отмечает она. Ольга Гулибина считает, что в самой Англии стоит обратить внимание на Ливерпуль, Манчестер, Кембридж, Бат, но всё же в привязке к Лондону, который сейчас является средоточием спортивных и развлекательных мероприятий, и посещение других регионов без столицы рискует оказаться скучным. «Мы бы рекомендовали «облечь» поездку в некую концепцию, как бы придать ей красок. В юбилейный год Шекспира почему бы не сделать программу в этой тематике?», – говорит она.

Откройте для себя Британию

Несмотря на то, что Великобритания – достаточно популярное и, на первый взгляд, хорошо изученное направление, здесь еще достаточно мест, которые стоит для себя открыть.

По мнению Анны Гиллеспи, стоит обратить внимание на Уэльс. «Это тот регион, который заслуживает особого внимания и пока, к сожалению, не очень популярен среди российских путешественников. Это край великолепных пейзажей и величественных средневековых замков. На каждый квадратный километр их здесь приходится больше, чем где-либо в мире. Трех районам Уэльса присвоен официальный статус «Область исключительной природной красоты». Это побережье острова Англии со скалистыми бухточками и известняковыми утесами. Помимо красивых природных пейзажей в Уэльсе есть оживленные улицы современных городов, традиционные валлийские деревушки и масса интереснейших туристических объектов. Регион богат и на интересные достопримечательности, которые стоит посетить: стадион «Миллениум», замки Кардифф и Кох, Лландафский собор и старинные церкви в Кардиффе, неприступный замок, ратуша и башенные часы в Бомарисе. Непременно нужно увидеть самый крупный и значимый замок Старого света Карнарвон и загадочный замок Харлек – драгоценный камень в «Железном кольце короля Эдуарда», – рассказывает она.

Кроме того, Уэльс – настоящий рай для гурманов. Каждый уголок страны может похвастаться вкуснейшими местными деликатесами: свежие моллюски и блины из морских водорослей с беконом лавербред (laverbread), черная уэльская говядина – вот лишь некоторые из блюд, которые рекомендуем попробовать.

«Данный регион подходит для проведения инсентив-программ, внутренних конференций, семинаров и других мероприятий», – отмечает Анна Гиллеспи.

Наталья Захарова считает, что для мероприятий можно было бы начать осваивать такие города, как Ливерпуль с вечной темой «Битлз», и Манчестер – с уклоном в футбол. «Из регионов южные графства Девон и Корнуолл определенно заслуживают внимания, это совсем другая Англия, а в живописном Уэльсе замков не меньше, чем в Шотландии», – говорит она.

Согласна с ней и Светлана Наумова. Она отмечает, что несправедливо обделены вниманием Манчестер и Ливерпуль. Не все знают о существовании прямых рейсов до Манчестера, которые позволяют лучше исследовать центральную и северную Англию, а именно соседние Лидс, Йорк и, конечно, родину самой знаменитой в мире четверки – Ливерпуль.

Как это делается

История, культура и литература Великобритании настолько богаты, что сюжеты, скажем, для тематических инсентивов и тимбилдингов практически неиссякаемы. Более того, современная культура подбрасывает всё новые идеи для них.

Сериал телекомпании BBC Sherlock, состоящий пока всего-то из девяти серий, приобрел небывалую армию поклонников, многие из которых специально приезжают в Лондон, чтобы побродить по тем же улицам, что и гений сыска XXI века.

Даже тем, кто не является ярким поклонником сериала, наверняка интересно будет взглянуть на места, где его

снимали. Маршрут можно построить или по сериям, перемещаясь последовательно по тем местам, где бывали герои, или просто обойти самые знаковые для них места. Без сомнения, самым популярным местом является вход в знаменитую квартиру с табличкой «221b». На самом деле снимают дом по адресу 187 North Gower Street, табличку на котором на время съемок заменяют на «221b». Для того чтобы туда попасть, надо проехать до станции метро «Юстон сквер» и пройти квартал вперед и повернуть налево.

По соседству расположено и любимое кафе героев – Speedy café, это настоящее кафе, для съемок там обновили интерьер, так что, попав туда, можно почувствовать себя героем фильма.

New Scotland Yard – самое что ни на есть настоящее полицейское управление, посмотреть на него можно по адресу: 10 Broadway Westminster, станция метро «Ст-Джеймс Парк». Полицейское управление находится ровно напротив выхода из метро.

И в книге Артура Конан Дойля, и в сериале главные герои впервые встречаются в стенах старейшего английского госпиталя St Bartholomew's Hospital. Он пережил два крупнейших лондонских пожара и уцелел при бомбежках во время Второй мировой войны. При нем есть научно-исследовательская лаборатория, где иногда проводит свои исследования современный Шерлок. Ближайшая станция метро – «Сейнт-Поль», из метро нужно повернуть налево и пройти до Кинг-Эдуард стрит. Адрес: St Bartholomew's Hospital – West Smithfield, London, EC1A 7BE.

Составить свой маршрут по сериалу Sherlock можно, воспользовавшись сайтом www.sherlockology.com.



У компании **Continent Express** в числе прочих есть программа «По местам Агаты Кристи и героев ее детективов», которая включает в себя экскурсию по местам «королевы детектива» и ее героев. Дома, которые приобретала писательница, этапы ее биографии и места, связанные с Эркулем Пуаро и мисс Марпл, поездка в графство Беркшир, где писательница прожила большую часть жизни, – всё можно увидеть в рамках этой программы. А по дороге будут еще великолепные пляжи, заповедник дюн, 700-летняя история производства керамики, коллекция экипажей, которые можно нанять и покататься, уютные пивные и атмосфера доброй старой викторианской Англии.



PAC Group создала инсентив-программу специально для поклонников Агаты Кристи. Поездка начинается с обзорной экскурсии по Лондону. На следующий день гости посещают Бат и Стоунхендж. Спустя несколько дней отдыха и шопинга в столице следует экскурсия в Беркшир – на родину Агаты Кристи, и после нее гости уезжают на целый день с ночевкой на Английскую Ривьеру в Торки (на фото), где проходят по «тропе памяти» знаменитой на весь мир писательницы.



Агентство FCM Travel Solutions организовало программу в Шотландии для крупной алкогольной компании. Группа размещалась в замке MayersCastle, там же проходил тренинг, а в качестве мотивационной программы были организованы соколиная охота, посещение завода по производству виски с дегустацией и мастер-классом.



Компания **Travel Boutique DMC** организовала для группы из 60 человек программу «Лорды безупречного вкуса» в рамках ежегодного съезда дистрибуторов международного концерна по производству печенья, шоколада и сэндов. Программа проходила в апреле в Абердине (Шотландия).

Для того чтобы гости почувствовали себя в настоящей Британии, один из кофе-брейков был организован как Afternoon tea, который включает в себя чай из обширной коллекции, набор из пяти-шести маленьких сэндвичей, различные десерты и обязательные булочки (scones) со сливками и джемом. После долгого рабочего дня конференции всем гостям была предложена экскурсия по городу с последующим гала-ужином в замке Glamis. Замок известен на всю Шотландию как здание с самым большим количеством привидений на квадратный сантиметр. Гостей в замке встретил волыжник и провел в комнату для приемов для дегустации шотландского виски и тура по замку. Во время ужина гостей развлекали девушки из традиционного шотландского танцевального коллектива Highland Dancers.

На следующий день гости отправились на знакомство с загородной Шотландией и посетили одну из самых знаменитых вискикурен Glenfiddich Distillery и Balvenie Distillery. После подробного тура по обоим заводам и дегустации виски участники могут по праву считаться экспертами в этой области! По окончании тура гостям были подарены именные бутылки виски в память о визите. Окончание съезда было отмечено гольф-турниром в элитном гольф-клубе Trump International Golf Links с последующим ужином в ресторане клуба с видом на Северное море. Всем участникам мероприятия были вручены дипломы «Лорд безупречного вкуса».



Встречи по-мадьярски

Самобытная культура, богатая история и насыщенная современная жизнь, прекрасная природа и развитая городская инфраструктура – это всё можно сказать о Венгрии. Здесь можно найти самую вкусную пищу для ума, глаз и желудка, плодотворно поработать и хорошо отдохнуть.

Подготовила Александра ЗАГЕР

Почему в Венгрию?

Ответ на вопрос «зачем ехать в Венгрию?» у каждого свой. Термальные курорты, прекрасные озера, в том числе знаменитый Балатон, города «с историей», колорит, вкусная еда – всё это привлекает обычных туристов. Деловых же путешественников в большей степени радует разнообразие, вместимость и функциональная наполненность конференц-залов, которых в стране изобилие, а также гостиничная база, включающая в себя не только дорогие, но и бюджетные гостиницы.

Так, например, будапештский выставочный центр Hungexpo, расположенный практически в центре города и одновременно в 20 минутах езды на машине от международного аэропорта, является самым крупным конгрессным центром страны. В нем 16 конференц-залов, самый большой из которых может принять до 15 тыс. человек при рассадке «театр».

Международное признание

Согласно исследованию ICCA (Международной ассоциации конгрессов и конференций), Будапешт занимает 17 место в мире среди самых популярных городов для проведения мероприятий в 2013 г. По сравнению с 2012 г. город улучшил свои позиции на три пункта, поднявшись с 20 места. Это и неудивительно, потому что Будапешт сочетает в себе красоту и уют старого европейского города и прекрасную деловую инфраструктуру, куда входят и конгресс-центры, и отели, и уникальные площадки, такие, например, как Парламент. Вместе с тем Венгрия занимает 32 место в мире среди стран, наиболее предпочитаемых как направление для делового туризма в 2013 г.

С 2001 г. Национальный туристический офис Венгрии ведет статистику, учитывающую количество мероприятий и их участников. Согласно этим данным, в 2013 г. Венгрия приняла 1017 международных конгрессов.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Количество международных конференций	531	356	537	602	505	1017
Количество участников	119 500	82 000	125 600	125 818	135 340	237 801



ВЕНГРИЯ больше чем ожидаешь



1. Мероприятия в Венгрии можно проводить не только в отелях и конгресс-центрах, но и в прекрасных дворцовых комплексах
2. Знаменитая кофейня «Жербо» в Будапеште познакомит с национальными венгерскими десертами
3. Конференц-центр и культурный центр имени Ференца Листа – одно из самых значительных общественных зданий Шопрона

Среднее число участников проводимых в стране конференций составило 234 человека, таким образом, за 2013 г. страна приняла более 230 тыс. деловых посетителей. Средняя продолжительность конференций составила три-четыре дня (см. таблицу).

Встречи на лету

Всё чаще аэропорт становится местом проведения мероприятий. Так, в терминале 1 международного аэропорта Будапешта им. Ференца Листа работает Событийный центр, где можно провести выставку, презентацию, гала-ужин с видом на взлетно-посадочную полосу. Терминал построен в форме самолета и охраняется государством как архитектурный памятник. На площади в 2000 кв. м расположились три зала (на первом этаже), мезонин и просторная терраса. Терминал полностью оборудован для людей с ограниченными физическими возможностями. Парковка вмещает 400 автомобилей. Согласно концепции, терминал будет служить в первую очередь местом проведения крупных эксклюзивных событий: конгрессов, партнерских конференций, автосалонов. И киносьемок: то, что терминал пребывает в работоспособном состоянии (отремонтирован в 2005 г.) и при этом в нем нет пассажиров, делает его просто находкой для режиссеров.

Аэропорт Будапешта им. Ференца Листа был недавно удостоен награды Skytrax World Airport Awards как лучший аэропорт в Восточной Европе. Победителя в каждой из номинаций этой премии выбирают с учетом отзывов пассажиров из 160 стран и уровня их удовлетворенности услугами того или иного хаба.

Этим летом в аэропорту добавилось восемь новых маршрутов и четыре авиакомпании. Так, норвежский бюджетный перевозчик Norwegian добавил пятый маршрут и теперь летает трижды в неделю в лондонский Гатвик. Air Serbia поставила ежедневный рейс, связывающий Белград и Будапешт.

Будапешт онлайн

Для того чтобы гостям удобнее было ориентироваться, столичный Four Seasons Hotel Gresham Palace Budapest создал онлайн-гид под названием «Будапешт глазами Four Seasons» (The Budapest Through Four Seasons Eyes). Это инструмент для планирования своего времени в Будапеште таким образом, чтобы не упустить ничего интересного и посмотреть максимум всего пусть даже в сжатые сроки. Гид состоит из 146 страниц, разбитых на семь категорий, куда входят районы города, исторические факты, поездки за город, развлечения для детей, гастрономические путешествия по городу, галереи, культурные центры и многое другое. Кроме того, туда включен календарь событий на 2014 год.

Гид доступен на английском языке, пользоваться им можно бесплатно, и он совместим с большинством портативных электронных устройств.

Жилье на любой вкус

В Венгрии, без преувеличения, тысячи отелей – большие и маленькие, сетевые и самостоятельные, провинциальные и столичные, в природной тиши и в столичной суете, словом, главное – выбрать. Вот лишь несколько отелей Будапешта разной направленности, которые могли бы быть интересны деловым путешественникам благодаря своим конференц-возможностям, истории или кухне.

Buddha-Bar Hotel Budapest Klotild Palace 5* в историческом здании Klotild Palace прямо на торговой улице Ваца. В отеле 102 номера и три переговорных комнаты (Zen, Karma и Nirvana) вместимостью 30 человек каждая (объединяются в помещение площадью 90 кв. м), многофункциональный зал площадью 160 кв. м для проведения презентаций и показов мод. В отеле можно провести коктейльный или VIP-прием. Sangha Room площадью 65 кв. м вмещает до 75 гостей. Ресторан с доминирующей над залом статуей Будды, что традиционно для Buddha-Bar, может принять до 600 гостей одновременно.

Здесь же, на ул. Ваца, расположен и Estilo Fashion Hotel Budapest 4*, полная противоположность предыдущему, – функциональный городской дизайн-отель XXI века. Здесь 70 номеров, есть специальные пакеты для организаторов мероприятий. Этот отель хорош для небольших групп, поскольку переговорная комната вмещает до 50 человек и прекрасно подойдет для корпоративных встреч, семинаров, тренингов, частных приемов.

При организации гастрономического тура стоит обратить внимание на Zenit Budapest Palace Hotel 4*, что на площади Вёрёшмарти. Ведь отель предлагает «высокую кухню» от известного будапештского ресторатора в ресторане и нескольких барах. В отеле 97 номеров и пять многофункциональных помещений площадью 20–80 м максимальной вместимостью 75 человек.

Ар-нуво, эклектика, рококо и штрихи современного искусства соединились в интерьерах отеля MGallery Hotel Nemzeti Budapest 4*. Это отель с давней историей, в прошлом веке он был точкой притяжения для поклонников искусства, а сейчас его сюжеты названы по именам актеров, выступавших в Национальном театре и остановившихся здесь.

Park Inn by Radisson Budapest 4* находится в деловом районе Будапешта в нескольких минутах от станции метро. До международного аэропорта им. Ференца Листа 30 минут езды на автомобиле. Отель может разместить 450 участников конференции, бальный зал площадью 400 кв. м рассчитан на прием до 500 человек. При необходимости зал разделяют на три секции в дополнение к трем переговорным площадью 30–50 кв. м с естественным освещением.



Забытая достопримечательность

После распада группы The Beatles на рубеже 1960–1970 гг. городские власти весьма равнодушно относились к тому, что было связано с ней. Понадобилось определенное время, чтобы понять, какой притягательной силой для города может быть имя знаменитой рок-группы. В 1990 г. в подвалах бывшего дока Альберта открылся музей Beatles Story. В городе активно предлагаются автобусные и пешеходные туры по местам «боевой славы» The Beatles с посещением домов, где они жили. В Фонд британского наследия включен дом Джона Леннона. The Beatles стали туристическим брендом города. Этим и интересен Ливерпуль как MICE-направление, особенно для представителей старшего поколения, которые могут прикоснуться здесь к истокам музыки, с которой у многих прошла молодость.

Музей Beatles Story

Это уникальное место. Его декорации, экспонаты и разнообразные средства мультимедиа дают возможность окунуться в удивительную атмосферу эпохи рождения европейского рок-н-ролла. Весь комплекс состоит из 18 залов. В его экспозициях прослеживается путь великого ансамбля со времен группы The Quarrymen (с нее начинались Beatles) и концертов в Гамбурге до распада коллектива и последовавших затем событий.

Отдельный зал посвящен клубу «Касба» – первой концертной площадке группы, где Quarrymen превратились в Beatles. В декорациях воспроизведена часть улицы Mathew str., где в клубе Cavern («Пещера») началось восхождение The Beatles к всемирной славе. В музее создана копия сцены клуба, есть и небольшой зрительный зал. Aus verkauft – «Все продано», такая

табличка стоит у «дверей» в Star Club в Гамбурге, где состоялись первые зарубежные концерты группы. В музее возможно проведение корпоративных мероприятий в стиле 1960-х гг. с музыкой того времени и в атмосфере тех лет. Почти дверь в дверь с музеем Beatles расположен отель Premier Travel Inn с плотными английскими завтраками. В помещениях бывшего дока есть несколько кафе, баров, Морской музей, сувенирный магазин. Здесь также разместился филиал знаменитой лондонской галереи современного искусства Tate.

Прогулка по Mathew Street

Чтобы увидеть основные достопримечательности этой короткой (около ста метров) улицы, понадобится не менее двух часов. Но по большому счету нужен день, так много здесь интересного для тех, кто хочет соприкоснуться с легендарной эпохой рок-н-рольной революции. Начать лучше с т-образного перекрестка Mathew st./North John st., поскольку рядом с ним находится знаменитый клуб Cavern. Сюда тянутся исторические нити других достопримечательностей этой улицы и ее окрестностей, образующих вместе The Cavern Quarter. Новейшая местная достопримечательность – Hard Day's Night Hotel 4* (1). Он расположен в историческом здании XIX в. на North John st., в которую упирается Mathew st. Отель назван в честь выпущенного в 1964 г. альбома группы Hard Day's Night. Здесь 110 номеров (категории не ниже luxury), два зала для проведения банкетов и конференций, рестораны, бары, художественная галерея, сувенирный магазин и свадебная часовня The Two of Us (есть такая песня у The Beatles). В коридорах на стенах – фотографии участников

Недавно один из британских туристических деятелей назвал Ливерпуль забытой достопримечательностью. И это сказано о городе, чья новейшая биография неразрывно связана с легендарными The Beatles! Сегодня ежегодно более 600 тыс. человек приезжают в Ливерпуль, чтобы посетить «святые места», где зародилась европейская рок-культура.

Подготовил Александр ПОПОВ



В 2013 г. Венгрия приняла **1017** международных конгрессов



1. Легендарная Мэтью-стрит
2. Отель Hard Day's Night
3. Элеонора Ригби, пожалуй, самый известный персонаж песен The Beatles
4. Скульптура Джона Леннона у паба Cavern
5. Боже, как давно это было!

ансамбля, картины и другие произведения искусства, подаренные гостинице Полом и Ринго. Каждый этаж посвящен какому-либо из альбомов Великой четверки, каждый номер отеля (luxury и deluxe) оформлен по-своему. Два шикарных пентхаус-сьюты посвящены Леннону и Маккартни. Первый – с белым роялем, второй украшают доспехи – напоминание о том, что сэр Пол Маккартни – еще и рыцарь.

Стоимость проживания в отеле – от 95 до 950 фунтов. От гостиницы несколько шагов до знаменитой «Пещеры» (2), что стоит на Mathew St. В клуб также можно пройти по подземному коридору прямо из гостиницы. Над дверью красным неоновым светится надпись The Cavern Club. До открытия «Пещеры» 16 января 1957 г. в подвале был винный погреб, во время Второй мировой войны помещение использовалось как бомбоубежище. Весь клуб или его отдельные залы можно арендовать под частное мероприятие (кроме пятницы и субботы). Внимание! В те годы, когда всё начиналось, вход в клуб находился в паре десятков метров дальше по улице.

Несколько этажей над клубом занимает торгово-развлекательный комплекс Cavern Walks (3). Здесь стоит посетить магазин From Me To You, поименованный по названию песни группы. Он переполнен сувенирами, одеждой и другими товарами с битловской тематикой. Можно купить за 25 фунтов кепку – такую же, как та, в которой Леннон снимался в фильме Hard Day's Night. Удобная и качественная кепка, чистая шерсть! Напротив Cavern в полуподвальном помещении разместился паб Cavern (4). В нескольких метрах от входа облокотилась на стену скульптурная фигура Леннона. В пабе есть немало интересного, связанного с The Beatles. Например, под стеклом выставлены три «именитые» электрогитары: бас-гитара Hoffner Пола Маккартни с его автографом, Rickenbacker Джона Леннона, Gretsch Джорджа Харрисона, усилитель VOX, которым пользовались The Beatles...

Стену за спиной Леннона называют Стеной славы (5) (Wall of Fame). На ее темных кирпичиках начертаны названия и имена групп и исполнителей, выступавших в «Каверн» с 1957 по 1973 г. Всего тысяча восемьсот одна запись: The Rolling Stones, The Who, Kinks, Jimi Hendrix, Status Quo, Rod Stewart, Elton John...

Справа от паба «Каверн» – Стена хитов (6) (Wall of Hits). Ее образуют 56 позолоченных дисков, символизирующих 56 песен местных ансамблей и исполнителей, которые поднимались на первые места в хит-парадах с 1953 по 2005 г., включая 17 хитов The Beatles. Под «стеной» – скамья с четырьмя спинками. На каждой графическое фото одного из «битлов» в половину лица. Прекрасное место, чтобы сфотографироваться. Немного дальше на стене одного из домов необычная скульптурная группа «Четверо парней», которые потрясли мир» (7) (The Dooley Statue): странное существо в монашеском облачении с тремя младенцами на руках.

Сверху надпись Beatles Street. Сначала младенцев было четверо, но один из них таинственно исчез. По бокам – четыре буквы: J, P, G, R. Коричневой краской закрашена P – намек на то, что исчезла именно фигурка Пола, а значит, и на то, что Пол, которого мы знаем сейчас, – не настоящий, а настоящий погиб много лет назад, как об этом говорит легенда. Рядом барельеф – кукла с гитарой и надписью в виде нимба «Леннон жив».

Часть стены в двадцати метрах слева от входа в Cavern закрывает большой черно-белый фотоплакат, где изображен средних лет мужчина, облокотившийся на стену. Сверху надпись: You are here. Original entrance to the Cavern club. Так отмечено место, где раньше был вход в клуб, а мужчина – его легендарный охранник Падди Делэйни. Немного дальше по улице – не приметная черная дверь. Это бывший служебный вход в клуб. Им частенько пользовались The Beatles и другие группы, игравшие в Cavern, чтобы в перерывах проскочить в расположенный через улицу паб «Грэйпс» (8) (Grapes). Тогда он был единственным пабом на Mathew st., и лишь здесь продавалось спиртное. Молодые «битлы» нередко приходили в паб и до выступления. В пабе с удовольствием покажут стол, где обычно сидели музыканты. Стена рядом с ним увешана фотографиями ансамбля, включая и ту, на которой «битлы» сидят в баре на любимом месте. На него указывает закрепленный на стене указатель с надписью: This photograph was taken here.

Под углом от «Грэйпс» на другой стороне улицы стоит электроподстанция (9). Это тоже местная достопримечательность. С наступлением темноты здесь можно полюбоваться световым шоу. Проектора, проекторы, стробоскопы и прочее установлены между трансформаторами и управляются с помощью компьютеров. Экранами служат стены зданий, окружающих подстанцию. Любопытное зрелище.

От паба Grapes несколько десятков метров до магазина The Beatles Shop (10). Над дверью – скульптурная группа, изображающая The Beatles, работы местного художника Дэвида Хьюза. Это первое скульптурное изображение ансамбля в городе.

Здесь есть еще одно культовое место. Скульптура Элеоноры Ригби (11) – воплощенная в бронзе память об Eleanor Rigby, знаменитой песне The Beatles, посвященной трагедии одиночества. Персонаж песни сидит на скамейке на Stanley st., куда выходит Mathew st. Элеонора Ригби – старушка с секретом. Внутри ее фигуры вложено несколько предметов «со смыслом»: «четыре листочка клевера на удачу, страничка Библии для веры, текст любовного сонета на счастье, комикс для хорошего настроения и пара футбольных бутс как символ движения». Песню Eleanor Rigby кто-то назвал печальным гимном Клуба одиноких сердец. Каждый пятый британский школьник считает Уинстона Черчилля выдуманным персонажем, но думает, что Элеонора Ригби была реальной фигурой.

T6 workshop

ТУРБИЗНЕС

ПРИГЛАШАЕМ К УЧАСТИЮ В ОСЕННЕЙ СЕРИИ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» В 2014 ГОДУ

8-9 сентября

11-12 сентября

22-26 сентября

29 сентября - 3 октября

7-10 октября

13-17 октября

20-21 октября

21 октября

28-30 октября

Сочи – Анапа (Новороссийск)

Впервые! Туристические workshop в городах-курортах Черного моря

Воронеж – Саратов

Эффективные деловые встречи в Центральной России

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

Лучшее профессиональное roadshow на Юге России

Пермь – Уфа – Самара – Казань – Н.Новгород

С Урала в Поволжье. Более 1000 региональных агентств-посетителей

Магнитогорск – Челябинск – Тюмень – Сургут

Традиционные деловые встречи на Урале и в Западной Сибири

Омск – Новосибирск – Красноярск – Иркутск

Самое главное осеннее деловое мероприятие в Сибири

Мурманск – Архангельск

Расширяем бизнес на Северо-западе России

Минск

Профессиональный workshop в столице Белоруссии

Астана – Алма-Ата – Ташкент

Единственный b2b workshop в Казахстане и Узбекистане

Стоимость участия в workshop:

Россия – 16 тыс. руб. (за один город).

СНГ – 19 тыс. руб. (за один город)

В стоимость участия входит: предоставление рабочего места, рекламная кампания в журнале «Турбизнес», приглашение профессиональных посетителей, организация подъездных трансферов для посетителей из соседних городов (в некоторых городах), размещение информации в объединенном каталоге workshop и на сайте «Турбизнес», экскурсионное обслуживание (цены указаны без учета НДС 18%)

Стоимость проведения мастер-классов:

30 мин. – 7 тыс. руб.

40 мин. – 9 тыс. руб.

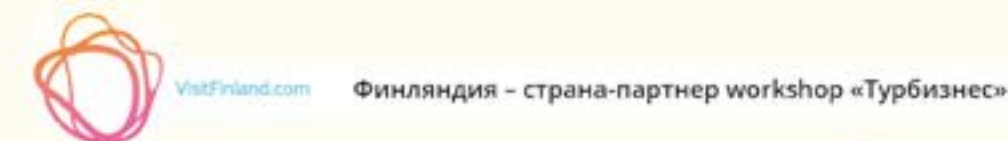
Дополнительно предлагаем:

- доставку материалов в города России проведения workshop к рабочему месту (46 руб./кг). СНГ – стоимость уточняется
 - пакеты обслуживания (Россия – от 6 тыс. руб. в одном городе, включая трансферы по программе, обеды и проживание); СНГ – от 8 тыс. руб. в одном городе);
 - размещение рекламы в каталогах workshop (от 5 тыс. руб.);
 - заочное участие в workshop (7,5 тыс. руб.);
 - индивидуальные презентации для компаний в городах России и СНГ.
- В пакет обслуживания не входят авиа- и ж/д билеты.

Отдел workshop «Турбизнес»:

Кристина Сивова k.sivova@tourbus.ru, Евгения Шуманская e.shumanskaya@tourbus.ru

Дополнительная информация по тел.: (495) 723-72-72 www.tb-workshop.ru, www.tourbus.ru



WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» – БОЛЕЕ 350 МЕРОПРИЯТИЙ В 47 ГОРОДАХ РОССИИ И СНГ С 1998 ГОДА