

TM МОСКОВСКИЙ ТЕАТР МЮЗИКЛА

МИХАИЛ ШВЫДКОЙ ДАВИД СМЕЛЯНСКИЙ АЛЕКСАНДР НОВИКОВ
ПРЕДСТАВЛЯЮТ



ПРИНЦЕССА ЦИРКА

МЮЗИКЛ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

МУЗЫКА ИМРЕ КАЛЬМАН

ЛИБРЕТТО СЕБАСТЬЯН СОЛДЕВИЛЬЯ (ФРАНЦИЯ/КАНАДА),
МАРИНА ШВЫДКАЯ, АЛЕКСЕЙ ИВАЩЕНКО

СТИХИ И ДИАЛОГИ АЛЕКСЕЙ ИВАЩЕНКО

РЕЖИССЁРЫ-ПОСТАНОВЩИКИ
СЕБАСТЬЯН СОЛДЕВИЛЬЯ (ФРАНЦИЯ/КАНАДА),
МАРИНА ШВЫДКАЯ

с 6 МАРТА ПО 30 АПРЕЛЯ

ПРИ УЧАСТИИ

THE 7 Fingers
(КАНАДА)

Генеральный партнер
ГАЗПРОМБАНК

НОВАТЭК

(495) 797 63 00 ■ WWW.МЮЗИКЛ.РФ 6+

МОСКОВСКИЙ ТЕАТР МЮЗИКЛА
АКТИВНО СОТРУДНИЧАЕТ
С ТУРИСТИЧЕСКИМИ КОМПАНИЯМИ,
КОТОРЫМ ПРЕДОСТАВЛЯЕТ **ОСОБЫЕ
УСЛОВИЯ** ПОКУПКИ БИЛЕТОВ:

- специальные цены и скидки;
- приоритетное бронирование мест;
- пригласительные билеты для сопровождающих групп от 20 человек;
- возможность организации экскурсий за кулисы театра;
- бесплатные рекламные материалы.

ТЕХНИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ТЕАТРА
МЮЗИКЛА ПОЗВОЛЯЮТ ПРОВЕСТИ
**КОРПОРАТИВНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ
ЛЮБОГО УРОВНЯ СЛОЖНОСТИ
ИЛИ ЦЕЛЕВОЙ СПЕКТАКЛЬ ДЛЯ
ВАШЕЙ КОМПАНИИ.**

В вашем распоряжении:

- современный зрительный зал на 1200 мест;
- вместительная парковка на 200 машиномест;
- просторные фойе и гардеробы;
- современное техническое оснащение;
- транспортная доступность (7 минут пешком от м. Багратионовская, выезд на ТТК и Кутузовский проспект);
- бесплатные маршрутные такси до 7 станций метро после спектакля;
- три отдельные банкетные зоны на 60, 250, 450 человек, общая фуршетная зона на 1200 человек, составление индивидуального меню.

Подробности по телефону:

8 495 797 63 00, доб. 121

Любовь Фомина

www.bt-magazine.ru

2017I №1—2 | январь—февраль

BUSINESS TRAVEL

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ
ВСТРЕЧИ ■ ИНСЕНТИВ ■ КОНФЕРЕНЦИИ ■ ВЫСТАВКИ

12+



Дарья САЛАМАТОВА.
Мастерство масштабных мероприятий

8-я ежегодная профессиональная награда в области бизнес-туризма и MICE

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD 2017

16 номинаций
Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

www.mice-award.ru

Номинирование
с 1 апреля 2017 г.

Церемония награждения
5 октября 2017 г.

Дополнительная информация:

Ирина Ильина
тел. (495) 723-72-72 / award@tourbus.ru



УЧРЕДИТЕЛИ



ОРГАНИЗАТОР



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ



BUSINESS TRAVEL
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ
ВСТРЕЧИ ■ ИНСЕНТИВ ■ КОНФЕРЕНЦИИ ■ ВЫСТАВКИ
ЯНВАРЬ-ФЕВРАЛЬ 2017 #1-2 (92)

Главный редактор: Александра Загер
a.zager@tourbus.ru
Бильд-редактор: Юлия Калашникова
Корреспонденты: Элеонора Арефьева
Татьяна Белоножкина
Ирина Клименко
Светлана Коновалова
Анна Назарова
Александра Полянская
Александр Попов
Владимир Сергачев
Анна Юрьева
Художник: Владислав Суворегин

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.

Турбизнес
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Учредитель: ООО «Турбизнес»
Издатель: ООО ИД «Турбизнес»
www.idtourbus.ru

Генеральный директор ИД «Турбизнес»:
Иван Калашников
i.kalashnikov@tourbus.ru

Исполнительный директор:
Ольга Мальцева
o.maltseva@tourbus.ru

Заместитель генерального директора:
Александр Попов
a.porov@tourbus.ru
Ольга Гришина
o.grishina@tourbus.ru

Директор по рекламе
Анастасия Пшеничная
reclama@tourbus.ru

Менеджер по рекламе
Лариса Тарасюк
l.tarasyuk@tourbus.ru
Лариса Лаврова
l.lavrova@tourbus.ru

Отдел информации и распространения:
Людмила Сивова
l.sivova@tourbus.ru
Елена Архипова
Виктория Перова
Илья Плюсунов
Кристина Сивова
workshop@tourbus.ru

Отдел event: Ирина Ильина
i.ilina@tourbus.ru

Турбизнес
Travel Trade Russia

Главный редактор: Софья Константинова
s.konstantinova@tourbus.ru

destination
ТУРБИЗНЕС

Главный редактор: Александр Попов
a.porov@tourbus.ru

Пять звезд

Главный редактор: Элеонора Арефьева
e.arefyeva@tourbus.ru

Турбизнес
на Северо-Западе

Главный редактор: Ирина Смирнова
tourbus.ru@westcall.net

©ООО ИД «Турбизнес»

СОДЕРЖАНИЕ

2 НОВОСТИ

Вопрос месяца
В наших интересах
Свистать всех
Россия входит в пятерку лидеров по турпотоку
в княжество Монако
Япония становится ближе
Что? Когда? Где?

4 ТЕМА НОМЕРА

Всё – по науке

9 БИЗНЕС-ПАРТНЕР

Мастерство масштабных мероприятий

12 СОБЫТИЯ

ANTOR MICE workshop быть!
Что MICE грядущий нам готовит?

15 ВЕСТНИК АБТ-АСТЕ RUSSIA

16 ОТЕЛЬ

MICE у аэропорта: национальные особенности
Кофе-брейк с изюминкой
Жить стало лучше

24 ТИМБИЛДИНГ

Нестандартно не значит дорого

28 ИНСЕНТИВ

Севастополь. Город войны и мира

31 РЕГИОН

Сибирь делает ставку на инфраструктуру

34 ТРАНСПОРТ

Ничего личного

37 НАПРАВЛЕНИЕ

Оазис среди песчаных дюн
Мальта. Встречаемся под открытым небом
Германия. MICE-триумф

47 ПАУЗА

Мюнхен. Пауза в баварском стиле



В НАШИХ ИНТЕРЕСАХ



На заседании Наблюдательного совета Ассоциации «Объединение туроператоров в сфере выездного туризма «ТУРПОМОЩЬ», которое прошло 3 февраля в Москве под председательством **Александра Осауленико**, принято единогласное решение о

создании Рабочей группы по вопросам защиты интересов компаний, предоставляющих услуги на рынке корпоративного и делового туризма.

Напомним, что с 1 января 2017 г. вступил в действие Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях совершенствования законодательства, регулирующего туристскую деятельность», положения которого в очередной раз не учли вопросы нормативно-правового регулирования деятельности компаний, предоставляющих услуги корпоративным клиентам.

Группа представителей бизнеса вышла с инициативой о создании на базе Ассоциации «Объединение туроператоров в сфере выездного туризма «ТУРПОМОЩЬ» рабочей группы по вопросам защиты интересов компаний, предоставляющих услуги на рынке делового туризма. Председателем группы был избран **Павел Васин**, генеральный директор компании BTM – (Business Travel Management) (на фото).

«Это первый и важный шаг по регламентированию нашей деятельности на законодательном уровне. Ведь многие аспекты нашей работы до сих пор не учтены в законе: субъекты и объект правоотношений, взаиморасчеты с заказчиками, финансовые гарантии business travel компаний и многое другое. Мы рады, что нас услышали и что государство готово к диалогу с бизнесом», – говорит он.

В состав рабочей группы вошли руководители и топ-менеджеры ведущих игроков российского делового туризма: **Арам Антонян** (ООО «Болеро тур»), **Александр Бузуков** (ООО «Альянс Авиа»), **Глеб Барон** (ООО «Фест»), **Оксана Сгибнева** (ООО «Аэрос Трэвел»), **Анна Обручкова** (ООО «Эй Си Трэвел Солюшенз»), **Дмитрий Горин** (АО «В.И.П. Сервис»), **Петр Шевелько** (ООО «Академсервис»).

СВИСТАТЬ ВСЕХ!

Открыта регистрация на «Фестиваль круизов».



ДЕРЖИМ ПРАВИЛЬНЫЙ КУРС!

Придуманный и организованный ИД «Турбизнес» в прошлом году «Фестиваль круизов» был настолько успешным, что в этот раз он пройдет уже в двух городах – Москве и Санкт-Петербурге.

В Москве «Фестиваль круизов» состоится 4 апреля в гостинице «Президент-отель», в Санкт-Петербурге – 6 апреля 2017 г. в отеле «Эмеральд». Партнером выступает компания «Инфлот – круизы и путешествия».

Свое участие уже подтвердили компании «Инфлот-круизы и путешествия», «Виа Марис», «Мостурфлот», Круизный дом «МК», Клуб путешествий Special, «Инфофлот», «Бриз Лайн», «ВодоходЪ», «Истлэнд», Круизная компания «ГАМА», «ВолгаWolga», «Нептун», «Тартус Тур», Cruise Line («Болеро Интур»), Booking Flot, «Ганце Вельт Рус», «НИКА», «Карлсон Туризм», PAC Group.

Программа «Фестиваля круизов» по традиции будет включать workshop, мастер-классы, панельные дискуссии. В частности, планируется дискуссия «Корпоративные круизы», к участию в которой приглашаются представители ТМС и корпоративные клиенты.

Подробная информация о мероприятии размещена на сайте festival-cruise.ru.

РОССИЯ ВХОДИТ В ПЯТЕРКУ ЛИДЕРОВ ПО ТУРПОТОКУ В КНЯЖЕСТВО МОНАКО



Согласно данным отдела статистики управления по туризму и конгрессам Монако, количество забронированных ночей туристами из России в четвертом квартале 2016 г. составило 5 810, что на 9% больше, чем за аналогичный период 2015 г. Статистика въездного потока демонстрирует положительную динамику в целом для Княжества. В 2016 г. Монако посетило 890 706 туристов со всего мира, по сравнению с 886 580 путешественниками в 2015 г. Лидирующую позицию продолжает держать Франция – 151 157 туристов, на втором месте Великобритания – 112 613 человек и замыкает пятерку Россия – 46 411. Примечательно, что количество туристов из Украины увеличилось до 11 991 по сравнению с 11 284 в 2015 г. Также положительная динамика наблюдается в посещении Монако туристами из Казахстана и Беларуси: количество забронированных ночей в 2016 г. по сравнению с 2015 г. увеличилось на 3% и 7% соответственно. Самым посещаемым месяцем для россиян традиционно является август. В 2016 г. 12 714 путешественников из России встречали последний месяц лета в Монако. Президент управления по туризму и конгрессам Монако **Гийом Роз** заявил: «Мы очень гордимся достигнутыми в 2016 г. результатами. Этот год можно назвать одним из пяти самых успешных за последние 16 лет. Российский рынок и другие страны СНГ остаются приоритетными для Монако, как туристического направления. В 2017 г. Монако принимает участие в EXPO-2017 в Астане, и мы приглашаем всех посетить наш стенд».

ЯПОНИЯ СТАНОВИТСЯ БЛИЖЕ



Официальная церемония открытия первого в России офиса Японской национальной туристической организации (JNTO) прошла в Москве в посольстве Японии 16 февраля 2017 г.

Президент JNTO **Рёити Мацуяма** назвал 4 ключевых преимущества Японии для туристов – разнообразный, но мягкий климат, красивая природа, обширный культурный диапазон и гастрономическое разнообразие. Глава московского туристического офиса JNTO **Айри Мотокура** отметила, что 2018 г. будет годом Японии в России и в связи с этим запланировано много мероприятий, рассказывающих о Японии.

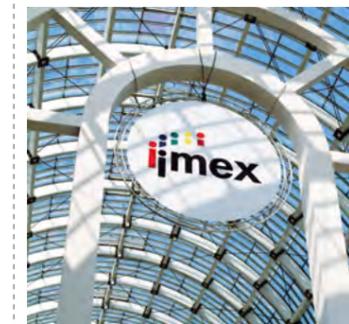
Чрезвычайный и Полномочный посол Японии в России **Тоёхиса Кодзуки** отметил, что после упрощения визового режима количество выданных виз увеличилось на 56%. Он также выразил надежду, что 2018 г.,

который является перекрестным годом Японии в России и России в Японии поможет еще увеличить турпотоки в обе страны.

Глава Ростуризма **Олег Сафонов** отметил, что на прошедшей накануне первой российско-японской конференции по туризму был подписан план совместных действий. Согласно этому плану ожидается, что количество взаимных поездок в скором времени достигнет 250 тыс. человек. «Убежден, что открытие туристического офиса будет способствовать укреплению российско-японских связей. Кроме того, в рамках долгосрочной программы Visit Russia в конце 2017-го или начале 2018 г. мы намерены открыть офис в Японии», – подчеркнул Олег Сафонов.

Росту туропотоков будет способствовать как упрощение визового режима – россияне могут получать многократные визы сроком до 5 лет так и при самостоятельной оплате поездки теперь не нужно предоставлять документы от гаранта. Так и увеличение количества авиарейсов между двумя странами. Так, Japan Airlines с 26 марта будет летать в Москву пять раз в неделю, а с начала июля по конец октября полеты станут ежедневными. Также появился новый рейс авиакомпании «Аврора» из Владивостока до Токио. Завершил церемонию открытия нового офиса JNTO старинный ритуал кагамибираки – открытие деревянной бочки с саэк молотком кидзути. Эта красивая японская традиция символизирует начало нового большого дела.

ЧТО? КОГДА? ГДЕ?



ЧТО: IMEX Frankfurt
IMEX – один из самых крупных выставочных форумов делового туризма в мире, который проходит под эгидой стратегического партнера IMEX – Германского Конвеншн Бюро (German Convention Bureau – GCB).
ГДЕ: Германия, Франкфурт, Messe Frankfurt
КОГДА: 16–18 мая 2017 г.
WEB: www.imex-frankfurt.com



ЧТО: AIBTM
AIBTM (Americas Incentive, Business Travel & Meetings Exhibition) – международная выставка делового туризма, прошедшая впервые в прошлом году. Выставка ориентирована на представителей ТМС- и DMC-компаний.
ГДЕ: США, Южная Флорида
КОГДА: 14–16 июня 2017 г.
WEB: www.aibtm.com



ЧТО: ОТДУКН MICE 2017
ОТДУКН MICE – это международная выставка и конференция по деловому туризму и корпоративным мероприятиям.
ГДЕ: Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»
КОГДА: 19–21 сентября 2017 г.
WEB: www.tourismexpo.ru/mice

ВОПРОС МЕСЯЦА

Повлияет ли упрощение визового режима с ОАЭ на спрос со стороны корпоративных клиентов?

54%

Да, безусловно, повлияет в сторону увеличения спроса

16%

Спрос увеличится, но не сильно

23%

Вырастет спрос на кратковременные поездки

7%

Это никак не повлияет на спрос

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



Всё – по науке

Применимы ли подходы к организации делового мероприятия к организации научного? Что принципиально отличает организацию научной конференции от обычной? Какие площадки в Москве лучше всего подходят для этого и какие крупные научные конгрессы город примет в ближайшем будущем. Всё это мы обсудили с ведущими экспертами отрасли.

Подготовила Александра ЗАГЕР

В АКТОВОМ ЗАЛЕ

С одной стороны, проводить научную конференцию проще и логичнее всего в профильном исследовательском институте. И действительно зачастую научные конгрессы проходят в помещениях вузов или академий, ставших их инициаторами. Но это – отнюдь не единственный вариант площадки. Ведь совсем не везде есть соответствующие мощности, возможности и помещения. Особенно если речь идет о многолюдных международных мероприятиях.

«В России количество подобных мероприятий заметно возросло, и их посещение сейчас более доступно. Во многих регионах страны уже есть хорошо оборудованные площадки для проведения подобных мероприятий, но пока сохраняются сложности технического характера. Например, не всегда в регионах можно найти все необходимое техническое оборудование и приходится его доставлять из Москвы или Санкт-Петербурга», – рассказывает руководитель отдела продаж и развития бизнеса MICE-департамента Continent Express Наталья Андреева.

По ее словам, есть сложности с онлайн-ресурсами: на многие конгрессы внутри РФ нет возможности групповой регистрации участников, необходимо ре-

гистрировать по одному человеку, при этом каждого из участников необходимо заводить под отдельным электронным адресом. Как правило, на зарубежные конгрессы всегда есть возможность регистрации людей группой с возможностью загрузки списка участников. Также спикер отмечает слабую информационную поддержку участников во время конгресса.

В случае с такого рода мероприятиями выбор места проведения напрямую зависит от его содержания. Если в программе заявлены разного рода опыты, демонстрации научных достижений, требующие лабораторных условий, имеет смысл действительно встречаться на территории научного института.

Если же программа предполагает просто обсуждение, доклады и презентации, конгресс вполне можно провести на привычных площадках. Зачастую в дополнение к собственно конференции организаторам требуется дополнительное пространство, чтобы сделать там выставку и провести отдельные тематические сессии.

«Традиционно площадки для форума требуют наличия большого зала для пленарных заседаний, желательно амфитеатром и с встроенными столиками для работы. Таких немного, это залы Конгресс-центра ЦМТ, ВЦ «Крокус Экспо», «Президент-отеля». В последнее время есть возможность использовать под конгрессы площадки

технопарков, расположенных на территориях бывших заводов (Технополис «Москва», «Слава», ВТИ), а также Гиперкуб в Сколково», – рассказывает директор департамента маркетинга ГК «Конкорд» Марина Васильева.

Разумеется, площадка зависит и от масштаба мероприятия, и от темы, и даже от заказчика. По словам экспертов, в случае, если инициатором конференции является фармацевтическая компания, то, как правило, регионом ее проведения выбирается тот, где больше всего представителей.

Если это медицинский конгресс, то с большой долей вероятности он будет многолюдным. Стало быть, под него нужна площадка, способная вместить большое количество участников без ущерба для их комфорта. Наличие в них качественной современной аудио- и видеоаппаратуры само собой разумеется.

Еще один важный аспект, кстати, не только для научных, а в целом для всех крупных мероприятий, наличие внятной, удобной и понятной всем участникам логистики как по площадке, так и до нее.

«Конгрессы все чаще проводятся в специализированных конгрессно-выставочных центрах либо отелях, так как эти площадки максимально комфортны для таких мероприятий: есть много отдельных помещений, возможность установки любого технического оборудования и организации кейтерингового обслуживания. Есть практика проведения конгрессов в специализированных учреждениях, таких как больницы и научные центры, но это чаще всего обусловлено необходимостью презентации стационарного оборудования», – отмечает Наталья Андреева.

НА ГРАНИ ФАНТАСТИКИ

Помимо стандартного набора оборудования – света, звука, интернета, флип-чартов, видеопроекторов, научные конгрессы часто требуют дополнительной техники. А как иначе продемонстрировать инновационные решения или научные открытия?

Техническое оснащение зала должно быть таким, чтобы без проблем и сбоев продемонстрировать и звук, и картинку, и спецэффекты. Оборудование для синхронного перевода и 3D-проекторы требуются очень часто.

Например, если речь идет о медицинском конгрессе, то в программе с большой долей вероятности будет наглядный разбор клинических случаев на экране, онлайн-консультации, лекции, трансляции из операционных в конференц-залы.

По словам Марины Васильевой, за последние два года уменьшились запросы на большие, многочисленные мероприятия, более популярный формат – конференции с видеотрансляцией для тех, кто не может приехать. Наталья Андреева отмечает, что требования к площадкам, на которых будут проходить, например, фармацевтические конгрессы, постоянно растут, это

обусловлено активным развитием рынка фармацевтической индустрии. Фокус мероприятия на инновациях и новых технологиях поднимает планку требований к технической оснащенности площадки. Сейчас востребован 3D mapping, который позволяет провести презентацию в новом виде и формате, а также всевозможные IT-технологии для проведения регистрации, анкетирования, сбора и анализа данных.

ГЛАВНОЕ – ЛЮДИ

Место встречи, его оснащение, логистика, снабжение – вещи, безусловно, важные, но все теряет смысл, если в конгрессе нет главного – научной программы. Причем такой, которая бы отвечала последним научным трендам. И, разумеется, докладчики.

Как правило, их отбором и приглашением занимаются научный и программный комитеты конгресса. Также в их обязанности входит распределение докладов на сессии, сбор тезисов всех выступлений. Такая работа требует тщательного и заблаговременного планирования, а тезисы отобранных докладов обычно публикуются на сайте мероприятия.

«Особенность научных форумов для оператора в том, что подготовка их требует тесного взаимодействия с научным или программным комитетом форума. Требуется согласование программ пленарных заседаний, секций, панельных дискуссий, семинаров. Необходимы профессиональные профильные эксперты для отбора докладов на секции и в сборник публикаций», – рассказывает Марина Васильева.

Кстати, о сайте. Он должен быть сделан таким образом, чтобы каждый желающий мог зарегистрироваться на конгресс, получить всю необходимую информацию о нем, познакомиться с новостями отрасли, которой будет посвящено мероприятие, а также воспользоваться дополнительными услугами, например, забронировать билет или отель. Не менее важна функция приема платежей по кредитным картам или получения счета с сайта регистрации. Учитывая количество людей, выходящих в интернет с помощью мобильных устройств, желательно, чтобы сайт имел адекватную мобильную версию.

Решающее значение в успехе мероприятия имеет пул спикеров, приглашенный к выступлению. Чем авторитетнее спикер, тем большую аудиторию он соберет. В любой отрасли есть свои «звезды», и если в и без того интересную программу включен один или несколько таких спикеров, особенно если они редко принимают участие в крупных отраслевых мероприятиях, – успех практически гарантирован.

Особенность программ такого рода мероприятий еще и в том, что разные интересные доклады включены в параллельные сессии. Для организатора это означает необходимость бронировать много залов





ЦВК «Экспоцентр»

с оборудованием на одно и то же время. А также организацию постерной сессии в холлах. Это нужно для того, чтобы участники во время перерывов выступили с презентациями своих докладов. Обычно для постерных сессий требуется дополнительное мультимедийное оборудование.

ЭФФЕКТ ДЛЯ ГОРОДА

Научные мероприятия дают как имиджевый, так и экономический эффект.

Выбор города в качестве площадки для статусного международного события с большой долей вероятности ве-

«Если говорить об инновациях, то в августе 2016 г. конгрессно-выставочное бюро г. Москвы участвовало в организации проведения Всемирной конференции Международной ассоциации научных парков и зон инновационного развития, которая впервые прошла в Москве и приехала к нам в том числе из-за политики развития инновационных территорий в городе. Поэтому, конечно, проведение крупных отраслевых конференций – следствие развития профильных отраслей в самой дестинации».

Качественно организовать конгресс, опираясь только на регистрационные взносы, крайне сложно. Тем более сложно на эти самые взносы привести на мероприятие «звезд». Иногда крупные международные научные мероприятия имеют государственное бюджетное финансирование. Иногда необходимо привлечение дополнительных средств помимо бюджета основной организации, и тогда без поддержки партнеров не обойтись.

В МОСКВУ, В МОСКВУ – РАБОТАТЬ, РАБОТАТЬ И ЕЩЕ РАЗ РАБОТАТЬ!

Привлечение крупных научных конгрессов – одна из задач, стоящих перед конгрессно-выставочного бюро г. Москвы, нашему журналу рассказывает его генеральный директор **Татьяна Анисимова**.

дет к увеличению количества мероприятий в будущем. Помимо этого, у проведения значимых научных мероприятий есть отложенный эффект и для бизнеса, и для экономики в целом. Доступность информации о мировых достижениях для российских специалистов при проведении конференций высокого уровня в Москве – это колоссальная ценность для науки, так как научные разработки в перспективе трех, пяти или десяти лет будут интегрированы в бизнес, в развитие российской экономики, промышленности, медицины, технологий. Это стратегически важно.

Понимая необходимость расчета экономического эффекта от проведения конгрессных мероприятий, в том числе доходов города, конгрессно-выставочное бюро г. Москвы провело исследование по оценке материального эффекта от проведения пяти крупных конгрессов в Москве. Были подсчитаны расходы делегатов, произведенные в период проведения конгрес-



Конгресс-парк отеля Radisson Royal Moscow

сов. Оказалось, что в среднем российский участник в сутки тратит 15 862 руб., иностранный – 22 715 руб.

Таким образом, привлеченный в Москву Европейский психологический конгресс 2019 г., при условии прогнозируемой посещаемости в 5000 делегатов, способен принести городу более 385 млн руб. в качестве расходов делегатов. Очевидно, что влияние мероприятий на экономику колоссальное. А если рассматривать контракты, которые заключаются по итогам проведения мероприятий, то, конечно, общий экономический эффект от проведения конгрессных мероприятий будет еще значительнее. Как известно, в рамках крупных научных конгрессов проходят профильные выставки, которые во многом способствуют заключению реальных контрактов на поставку медицинского оборудования или на проведение различных исследований. Более того, если говорить о ротируемых международных научных мероприятиях, т. е. о таких, которые каждый год проводятся в различных городах, то они приносят дестинации значительный доход, так как бюджет только одного такого конгрессного события, собирающего порядка 3000 делегатов, по правилам многих международных ассоциаций должен составлять не менее 5 млн евро. Этим фактором во многом объясняется наличие конкурса городов на право проведения таких мероприятий, в которых совместно с профильными деловыми или научными сообществами участвуют конгрессно-бюро различных дестинаций. У Москвы есть преимущества в том, что касается привлечения конгрессов, – это, конечно, ценовой фактор, ведь Москва очень долгое время имела имидж дорогой площадки, а сегодня падение курса рубля играет в нашу пользу. И, конечно, имеет большое значение фактор новизны, который даже для научных международных ассоциаций играет немалую роль.

Сейчас у Москвы огромный потенциальный рынок конгрессных мероприятий, но они должны быть привлечены в город. Так, более 11 000 деловых ротиру-

емых конгрессов еще не были в России и, соответственно, в Москве. Большинство из них – это конгрессы по различным научным направлениям.

Несомненно, огромную роль при участии города в конкурсах международных ассоциаций играет академическое сообщество, которое привлекает конгресс. От представленной научной программы мероприятия, а также авторитета национального научного сообщества в мире во многом зависит успех подаваемой заявки.

Поэтому одной из задач конгрессно-бюро является тесное взаимодействие с научным сообществом Москвы, представители которого уже завоевали авторитет в различных областях науки и участвуют в значимых международных конгрессах с докладами. Многие из них до настоящего момента даже не задумывались о возможности провести данные профильные международные конгрессы в Москве.

Однако зачастую в рамках привлечения в Москву небольших научных мероприятий конгрессно-бюро напрямую работает с международными ассоциациями. У многих из них существуют целые подразделения внутри организации, которые занимаются поиском новых дестинаций для проведения конгрессных мероприятий.

Еще один способ привлечения мероприятий в Москву – это работа с агентствами, у которых есть собственный пул научных ассоциаций. Глобальные PCO, такие как Kenes Group или MCI Global, предоставляют международным ассоциациям комплексные услуги по организации конгрессов и конференций.

Сегодня Москва, принимая на своей территории топовые научные мероприятия и события по инновационной тематике, формирует свой имидж как центра науки и высоких технологий. По данным конгрессно-бюро, около 25% всех конгрессов в Москве – конгрессы по различным научным темам, немалая доля из них – мероприятия по информационным технологиям.



Татьяна АНИСИМОВА,
генеральный директор
Конгрессно-выставочного бюро
города Москвы

«Для Конгрессно-бюро Москвы как для института развития конгрессно-выставочной отрасли города очень важно и то, что при привлечении подобных конгрессов мы развиваем индустрию встреч столицы, по сути, давая ей возможность вести бизнес по высоким стандартам проведения конгрессных мероприятий международных ассоциаций, союзов или федераций».

«Требования к площадкам, на которых будут проходить, например, фармацевтические конгрессы, постоянно растут, это обусловлено активным развитием рынка фармацевтической индустрии. Фокус мероприятия на инновациях и новых технологиях поднимает планку требований к технической оснащенности площадки. Сейчас востребован 3D mapping, который позволяет провести презентацию в новом виде и формате, а также всевозможные IT-технологии для проведения регистрации, анкетирования, сбора и анализа данных».



АНАЛИЗ ОТЧЕТА EUROPEAN CITIES MARKETING

На основании анализа последнего статистического отчета Ассоциации маркетинга европейских городов (European Cities Marketing), выполненного Конгрессно-выставочным бюро г. Москвы, можно утверждать, что основными тематиками некорпоративных конгрессных мероприятий Европы в 2015 г. были медицинские и экономические науки, а также ряд более частных научных направлений. Большая часть таких мероприятий – это национальные события (**72%**), тогда как международные мероприятия составляют чуть меньше трети всех проводимых событий (**28%**). Однако сравнительно скромное количество международных мероприятий компенсируется их масштабностью: 75% таких событий собирает более **500** участников.

Большая часть мероприятий в Европе по-прежнему проводится в конгресс-отелях, однако в целом можно наблюдать постепенный отток событий из гостиниц. Это объясняется тем, что конгресс-отели уже не вмещают мегасобытия, роль которых в современном конгрессном научном мире постепенно возрастает (более **5000** участников). Пик некорпоративных мероприятий приходится на май.

Москве удалось удивить международное отраслевое сообщество: по официальной статистике, собранной Конгресс-бюро Москвы за 2015 г. и поданной в ЕСМ в 2016 г., в российской столице прошло более **600** мероприятий, т. е. можно констатировать рост количества некорпоративных конгрессных мероприятий на **39%** (при подсчете учитывались события с количеством участников не менее **50**).

По оценке Конгрессно-выставочного бюро г. Москвы общее количество участников конгрессных мероприятий (большинство из которых – научные) за 2015 г. в Москве составило более **1 200 000** человек.

Мастерство масштабных мероприятий

Конгресс-центр Центра международной торговли, пожалуй, самый знаменитый в Москве. О том, как он работает, в чем секрет организации уникальных мероприятий, и как он будет меняться в будущем, рассказывает директор Департамента конгрессной деятельности и развития новых видов бизнеса ЦМТ Дарья САЛАМАТОВА.



□ **Как давно вы начали заниматься конгрессной деятельностью? На ваш взгляд, каковы особенности работы руководителя крупнейшего Конгресс-центра в стране?**

С конгрессной деятельностью я столкнулась еще в студенческие годы, когда работала в агентстве. Мне приходилось работать на площадке и решать вопросы, связанные с размещением гостей. Через несколько лет после этого я выступала организатором международного медицинского конгресса, и объем задач серьезно вырос: к размещению гостей добавилось проведение конференции, организация экскурсионно-туристической программы, гала-ужина, всей логистики проекта, работа со спонсорами. Я уже отвечала за целый проект и команду, которая над ним работала. Теперь, когда я возглавляю Конгресс-центр ЦМТ, опыт прошлых лет мне пригодился. И когда в сентябре 2016 г. мы стали соорганизатором большого события – 33-й конференции технопарков, и потом организатором «Примаковских чтений» – у меня были уверенность и готовность провести их на высоком уровне. Крупнейший Конгресс-центр подразумевает стабильный объем крупных международных ивентов. К сожалению, в связи с геополитической ситуацией таких мероприятий не так много, и приходится постоянно искать новые решения и пути развития. Поэтому главной особенностью я бы назвала сочетание системности и креативности в подходах. Без первого не будет отлаженной как часы работы на площадке, без второго начнется стагнация.

□ **Каковы преимущества Конгресс-центра ЦМТ перед другими московскими площадками?**

Прежде всего, это площадка с богатой историей. Когда строили комплекс, архитектурные решения были поистине прорывным, практически все материалы были импортными, так как не то что их аналогов в СССР на тот момент

не существовало, не было технологий, которые могли бы обеспечить реализацию данного проекта. Возможно, именно поэтому здесь получили прописку такие популярнейшие телепередачи, как «Что? Где? Когда?» и «Голубой огонек», здесь разместился магазин «Березка». В нашем Конгресс-центре выступали: Маргарет Тэтчер, Генри Киссинджер, Хуан Антонио Самаранч, Жак Роге, принц Майкл Кентский, принцесса Анна, главы зарубежных государств и правительств. И сегодня проведение мероприятия в ЦМТ – это статусно и престижно. Именно поэтому нашу площадку выбирают для проведения таких событий, как: Всемирный конгресс соотечественников, ежегодный Форум государств – участников СНГ, серия форумов Российского экспортного центра, презентация нового сезона телеканала НТВ и многих других.

Многие сотрудники работают здесь со дня основания и до сих пор любят и ценят это место, бережно хранят воспоминания и опыт. Так что здесь «история» – это сохранение традиций и стремление к высокому качеству.

С годами логистика организации мероприятий стала даже лучше. Москва разрастается, и в масштабах новых границ города Конгресс-центр все ближе к сердцу Москвы – Кремлю. Он находится рядом с основными трассами, что дает возможность быстро попасть отсюда в любую точку, будь то центр города или аэропорт. У нас отличная большая охраняемая парковка и совмещенная с городским парком территория. Помимо этого, большой опыт организации управления потоками гостей: начиная от регулировки движения и помощи в парковке во время крупных мероприятий и заканчивая возможностью направить разные потоки гостей в один и тот же зал, чтобы они при этом не пересеклись. Отдельно хочу отметить, что мы уделяем очень большое внимание вопросам комфорта и безопасности наших клиентов. Уровень безопасности таков, что нам полностью доверяют проведение мероприятий государственного уровня.



Пресс-конференция Владимира ПУТИНА



«Примаковские чтения»

ЦМТ обладает очень развитой инфраструктурой «под одной крышей», что удобно как для организаторов, так и для гостей: мы предлагаем собственный кейтеринг, в нашем комплексе отель Crowne Plaza Moscow World Trade Centre 5* вместимостью 749 номеров, гостиница «Международная», в которой есть многокомнатные номера с кухней, что очень часто используют организаторы, 12 ресторанов с самым разнообразным меню, фитнес-центры, магазины.

Мы позиционируем себя как универсальный многофункциональный комплекс и поэтому принимаем мероприятия различного формата: международные и национальные конгрессы, конференции, форумы, специализированные выставки, семинары, презентации, собрания, съезды, тренинги, показы мод, банкеты и свадебные торжества. Другими словами, мы можем организовать и провести любое мероприятие или даже несколько одновременно.

У нас большие конференц-возможности. Мы размещаем у себя мероприятия с числом участников более 500 человек, формат которых предусматривает проведение пленарных и нескольких секционных заседаний, возможность организации выставочной экспозиции, питания участников и размещения организаторов мероприятия.

Это, прежде всего, многофункциональный Конгресс-зал площадью 1350 кв. м, способный принять пленарное заседание до 1500 человек, а также еще 31 зал для работы по группам.

□ Как менялся спрос и масштаб мероприятий в последние два года?

Нельзя однозначно ответить на вопрос роста или спада количества мероприятий. В целом на рынке заметны кризисные тенденции – бюджеты мероприятий и их масштаб сокращаются. При этом нам, наоборот, удалось в прошедшем году провести несколько значительных событий, как регулярно проходящих в ЦМТ (например, ежегодная пресс-конференция Президента РФ В.В. Путина и Инвестиционный Форум ВТБ Капитал «РОССИЯ ЗОВЕТ!»), так и новых (33-я всемирная конференция Международной ассоциации научных парков IASP-2016, «Примаковские чтения» в масштабном формате).

Специфика нашего бизнеса определяет и характер мероприятий, которые мы проводим. Их большую часть составляют деловые мероприятия – около 80% из более чем 700 в течение 2015–2016 гг.

Однако мы не являемся исключительно деловой площадкой. Активно развивается наш свадебный проект, мы регулярно проводим и планируем и далее развивать недельные форматы – танцевальные фестивали, гала-ужины, банкеты и т.д.

□ Расскажите, пожалуйста, про техническое оснащение ЦМТ.

В настоящее время мы серьезно занимаемся модернизацией парка аудио-визуального оборудования. Обновляем мультимедийные проекторы в залах, системы звукоусиления, микрофонный парк. Работаем над проектом создания цифровой коммутационной среды для передачи контента при проведении мероприятий.

□ Повлияла ли текущая политическая ситуация на календарь мероприятий, которые проводятся в ЦМТ?

Безусловно, повлияла. Ввиду сохранения действия экономических санкций количество мероприятий, где заказчиками выступают иностранные клиенты, сократилось. Как следствие, большая часть мероприятий сейчас – для внутреннего клиента. Несмотря на это интерес к России и Москве как международному направлению для проведения конгрессов и конференций по-прежнему есть, о чем свидетельствует тот факт, что в нашем портфеле на 2018–2023 гг. есть ряд крупных международных проектов. И мы продолжаем активно над этим работать.

□ В ЦМТ проходит одно из крупнейших общественно-политических событий в стране – пресс-конференция Президента России. Расскажите, пожалуйста, о подготовке к ней и об особенностях проведения такого мероприятия.

Пресс-конференция Президента России проходит в ЦМТ на протяжении последних пяти лет. И каждый год это новые вводные, новые задачи и колоссальная степень ответственности. Этому предшествует значительный подготовительный период, в котором задействовано большое количество наших специалистов в разных областях. Мы высоко ценим доверие, оказанное нам при проведении этого мероприятия.

□ Помимо этой пресс-конференции у вас проходят и другие крупные общественно-политические встречи. Каков механизм организации такого рода мероприятий. Есть ли здесь существенные отличия от крупной деловой конференции?

Общественно-политические мероприятия имеют свои особенности. В первую очередь это касается не технологии организации мероприятия, а коммуникации. Когда соорганизаторами выступают несколько организаций, тут самое главное – прийти к консенсусу, согласовать роли и зоны ответственности, что не всегда получается с первого раза. Иногда решение, которое ты ждешь от партнеров по проекту, долго не принимается, и это создает определенные сложности и риски просто не успеть что-то сделать, так как существуют технологические процессы, на которые требуется определенное количество времени, – ни больше и не меньше.

Самому принять решение тоже сложно, потому что ты не знаешь всех обстоятельств, которые влияют на его принятие. Так, например, во время «Примаковских чтений» мы готовили зал для проведения двусторонних встреч Президента с иностранными гостями (подбирали стол определенного размера и формы, дорабатывали дизайн интерьера, застраивали в соответствии со стилистикой мероприятия помещение), а накануне, когда все уже было готово, принимается решение, что встречи в таком формате не будет, и все, что мы сделали, уже неактуально. Но могло быть и иначе, поэтому мы почти всегда готовим план Б и план С.

□ В сентябре в Москве проходила 33-я Всемирная конференция технопарков и зон инновационного развития IASP, основная часть событий которой была в ЦМТ. Какой алгоритм действий при подготовке событий такого масштаба?

Это действительно было масштабное мероприятие, которое практически полностью заняло все помещения Конгресс-центра. 33-я Всемирная конференция технопарков и зон инновационного развития IASP собрала свыше 700 участников из более чем 70 стран мира, почетными гостями конференции стали Председатель Правительства Российской Федерации Дмитрий Медведев, заместитель Председателя Правительства Аркадий Дворкович, мэр Москвы Сергей Собянин.

Подготовка началась задолго до проведения мероприятия – о том, что Москва выиграла конкурс, было объявлено еще в 2014 году на Конференции в Дохе, и практически сразу была начата активная разработка деловой и культурной программ, фирменного стиля и дизайна конференции. Над этими вопросами трудились сразу несколько структур и организаций: Правительство Москвы, ОА «РВК», Инновационный центр «Сколково», Фонд содействия инновациям и многие другие. ЦМТ выступил одним из аккредитованных подрядчиков и официальной площадкой мероприятия. С учетом того, что наш город известен своим сложным трафиком, основной задачей было максимально упростить логистику мероприятия, чтобы сохранить больше времени для деловой и культурной программ. В итоге гости располагались в трех отелях: нашем Crowne Plaza Moscow WTC 5*, Radisson Royal Moscow 5* (пять минут на автомобиле через мост) и «Экспотель» 3*, который находится в шаговой доступности, также был задействован и наш апартотель «Международная», где проживали организаторы, включая и наших сотрудников. Таким образом, все спикеры и делегаты могли добраться до ЦМТ в течение максимум 10 минут. По этой же причине для неформального ужина организаторы выбрали парк «Красная Пресня», примыкающий к Центру международной торговли. И даже несмотря на то, что не очень повезло с погодой, лил дождь, считаю, что нетворкинг удался. Более того – благодаря дождю гости собрались в шатрах и очень активно общались. А потом дождь закончился, и начались танцы. Гости могли прийти на ужин, вернуться в отель и снова прийти в парк. Было весело. Несмотря на то что проект готовили долго, самая активная и самая сложная фаза наступила в последний месяц перед началом конференции. Очень помогло, что команда организаторов уже успела сработаться. Когда настал период неизбежного для мероприятий такого масштаба цейтнота, и многие вопросы приходилось решать, как говорится, на ходу, все оперативно реагировали и помогали друг другу, находились на связи в прямом смысле слова круглосуточно. Только застройка мероприятия длилась несколько дней и ночей – в конференции были задействованы все основные залы и переговорные комнаты Конгресс-центра, и нашей задачей было преобразить пространство каждого из них. Еще одна непростая задача была связана с гала-ужином. Он должен был проходить в Конгресс-зале ЦМТ. Это решение повлекло за собой необ-



Гала-ужин «Зимняя симфония» в рамках 33-й Всемирной конференции технопарков

ходимость перераспределить на этот день все заседания из этого зала в другие – нам требовалось не менее 20 часов на застройку. Концепцией гала-ужина была «Зимняя симфония», и зал мы превратили в зимний лес: у нас появились настоящие деревья, запорошенные снегом, мостик и ворота, а также каток и большой экран в обрамлении стилизованного льда. Подводя итог, могу сказать, что мероприятие получилось очень интересным и о нем можно рассказывать еще очень много и долго.

□ Что бы вы хотели изменить в работе ЦМТ, планируете ли привнести что-то новое, более характерное для западной модели работы в конгрессном бизнесе?

В первую очередь хотелось бы оптимизировать рабочие процессы так, чтобы на рутинную стандартную работу уходило меньше времени, а на креатив, поиск и развитие новых идей – больше. Планов много, некоторые мы уже успешно начинаем реализовывать. Например, если говорить об управлении портфелем мероприятий, которые проходят на нашей площадке, мы стараемся к деловому, традиционному для нас формату добавлять большее количество неделовых, светских мероприятий. Отдельно стоит сказать о развитии нашего свадебного проекта – помимо признания на рынке и благодарных отзывов наших клиентов, в 2017 г. мы выступаем в качестве партнера по организации глобального тематического мероприятия для профессионалов свадебной индустрии – Wedding Elements. Наш предыдущий опыт организации мероприятий, наличие в нашей команде настоящих профессионалов своего дела, а также поддержка и содействие наших партнеров позволяют нам решать сложные интересные задачи и заниматься постоянным развитием наших продуктов и услуг.

□ Какие крупные мероприятия пройдут в ЦМТ в этом году?

В 2017 г. в ЦМТ из деловых мероприятий пройдут такие, как, например: Международный форум-выставка «Высокие технологии для устойчивого развития», Международный форум по информационной безопасности PH-Days, Неделя Российского ритейла и Международная выставка полного комплекса современных технологий для розничной торговли в России RETEXPO 2017, Международный бизнес-форум недвижимости, ряд медицинских форумов, в том числе выставка «Человек и лекарство», Съезд аритмологов, конференция «Фармедобращение». Среди неделовых – уже упомянутое Финальное шоу обучающего перформанса для профессионалов свадебной индустрии Wedding Elements, фестиваль латиноамериканских танцев Moscow Salsa & Kizomba Festival, открытые чемпионаты по спортивным и балльным танцам. Сейчас мы активно общаемся с оргкомитетом крупнейшего события в ивент-индустрии – Global Event Forum. Безусловно, это далеко не все, что-то на стадии заключения контрактов, что-то еще на стадии переговоров, так что планов много.



Организатор ANTOR MICE workshop и руководитель Мальтийского управления по туризму Энтони КАРУАНА

Работа на мероприятии была плодотворной и насыщенной



Геймификация в действии. В роли героев Рене МАГРИТТА Иван КАЛАШНИКОВ («Турбизнес»), Энтони КАРУАНА и Сергей КАНАЕВ

ANTOR MICE workshop быть!

26 января в Москве в отеле The Ritz-Carlton, Moscow уже в двенадцатый раз собрались профессионалы делового туризма и MICE, чтобы обсудить актуальные вопросы отрасли в рамках ANTOR MICE workshop.

Подготовила Александра ЗАГЕР

ANTOR MICE workshop давно стал постоянной площадкой для создания новых и поддержания старых связей и контактов, для встреч и общения. Пропустив прошлый год, мероприятие с успехом вернулось в список важных событий отрасли.

Представители национальных туристических офисов, гостиниц, конференц-центров, DMC-компаний общались с посетителями workshop как в рамках назначенных встреч, так и в режиме свободного общения.

«Пропустив год, мы вернулись, благо ситуация на рынке стабилизировалась, интерес к MICE в целом и к мероприятию в частности высокий, так что мы решили, что ANTOR MICE workshop быть! У нас в этот раз 35 участников, есть и офисы по туризму, и гостиницы, и DMC. География чуть-чуть уменьшилась, но все равно достаточно широкая. Приятно, что в этом году наряду с постоянными участниками есть и новички. Посетителей много – это и корпоративные клиенты, и крупные туроператоры, и другие игроки рынка, общение идет активно.

Если говорить о Мальте как о MICE-направлении, то должен сказать, что интерес к ней растет как со стороны туристов, так и со стороны деловых путешественников. Что неудивительно, ведь мы предлагаем отличный продукт, сочетающий в себе современную инфраструктуру для встреч, которая

постоянно расширяется и обновляется, многовековую историю и весьма демократичные цены на все это. Напомню, что в этом году Мальта, вернее, Валлетта – Культурная столица Европы. Кроме того, Мальта – председатель Евросоюза. Стало быть, здесь будет проходить множество различных тематических мероприятий», – рассказывает организатор ANTOR MICE workshop и руководитель Мальтийского управления по туризму **Энтони Каруана**.

«Мы не первый раз участвуем в этом мероприятии, здесь хороший состав участников и общение проходит с целевой аудиторией. Наш комплекс уникальный для России, здесь представлена возможность проведения мероприятий на 2000 человек с организацией питания на единой территории. Каждый год в комплексе появляется что-то новое. В прошлом году, в рамках празднования 450-летнего юбилея города в ТМК «ГРИНН» открылся музей г. Орла, в котором представлена его история, начиная от основания в 1566 г. до наших дней. В нем освещены основные вехи развития города: история основания, Орел революционный, Орел литературный, Орел в годы ВОВ и т.д.», – рассказывает заместитель директора по мероприятиям филиала ТМК «ГРИНН» **Юрий Тычинский**.

На территории комплекса находится несколько скульптур, уже ставших знаменитыми. Среди них, например, «Чиновник и предприниматель»,

«Семья», единственная в России скульптура, посвященная труду гидов и экскурсоводов «Гид-экскурсовод». Помимо музея, к 450-летию юбилею города была открыта еще одна скульптура – «Орел-юбиляр».

«Планы у нас грандиозные, планируем расширяться. В этом году запускается стройка еще одной гостиницы на 369 номеров, категории «три звезды», а рядом с ней будет один из крупнейших в России крытых аквапарков. Мы ориентируемся на большие группы, с каждым годом, наряду с деловыми, проводится большое количество спортивных мероприятий. В апреле будем принимать фестиваль «Русский путешественник», куда приедут известные путешественники, в числе которых Федор Конюхов, Владимир Чуков и др. В его рамках пройдут выставка, круглые столы и праздничная церемония открытия первого в России и в мире памятника «Русским путешественникам посвящается... Колесо истории» с закладкой капсулы с посланием потомкам, «Нулевой версты» путешественников и «Аллеи славы», – говорит **Юрий Тычинский**.

По словам главы представительства Японской национальной туристической организации **Айри Мотокура**, страна ожидает притока деловых туристов из России в связи с тем, что сейчас был упрощен порядок получения виз. Кроме того, увеличилось количество рейсов из России в Японию. После визита Владимира Путина в Японию было заключено много деловых соглашений, поэтому количество бизнес-поездки между нашими странами в скором времени заметно увеличится. «Нам бы хотелось максимально широко показать Японию, ведь наша страна – это не только Токио», – подчеркнула она.

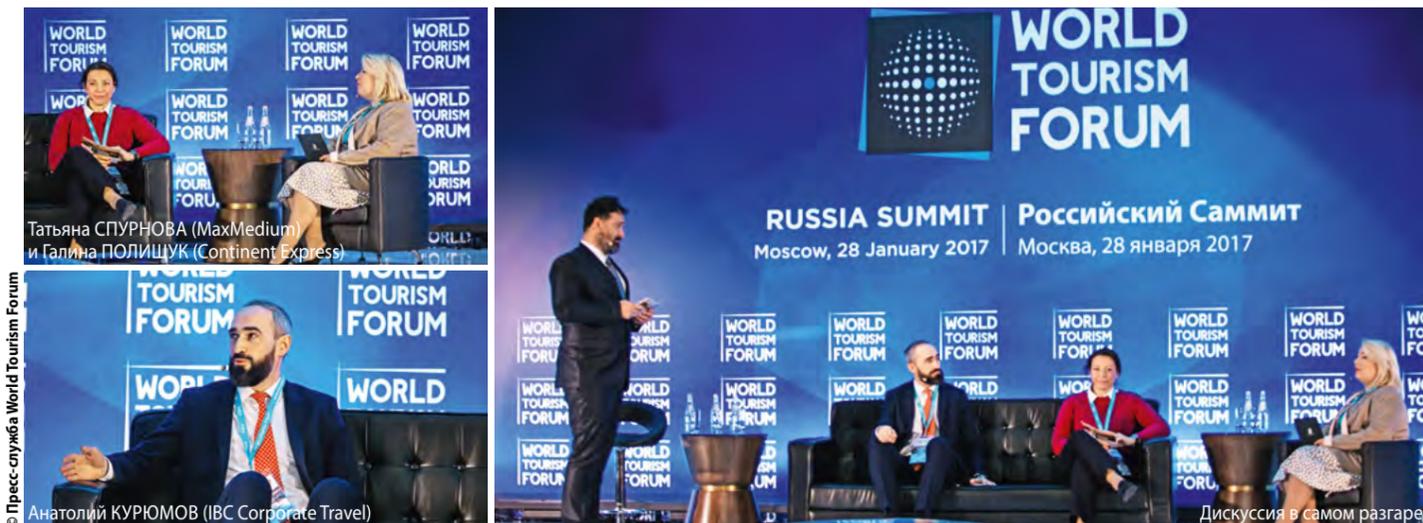
«Это первое мероприятие, где участвует Шарджа в своем новом статусе и оно показало, что интерес к эмирату есть. Правда, его немного подзабыли. У Шарджи достаточно хороший потенциал и перспектива на российском рынке. Шарджа интересна для тех организаторов мероприятий, которые ищут более спокойное место, где ничто не отвлекает от работы и можно сконцентрироваться на теме мероприятия. Площадки для них

здесь есть и в отелях, и вне отелей. Развлечения потом можно придумать какие угодно. Так, в Шардже двадцать музеев, связанных с историей и культурой, с окружающей средой. Здесь есть и международный аэропорт, куда из Москвы летает местная авиакомпания Air Arabia», – отмечает директор по продажам и маркетингу Управления по развитию торговли и туризма Шарджи **Сергей Канаев**.

Владелец компании Baltma Tours **Михаил Друтман** рассказал о своем новом продукте – однодневных речных круизах. Впервые в Калининграде построено речное комфортабельное судно «Самбия», на котором можно проводить речные экскурсии, корпоративные мероприятия, праздники, банкеты, ивенты, гала-ужины. Судходство сезонное – с начала апреля и до поздней осени, пока не станет лед. Первый сезон прошлого года был довольно успешным, поэтому планируется продукт развивать в будущем. «Будем двигаться дальше, соединять маленькие речки, озера, заливы таким сообщением», – говорит **Михаил Друтман**.

«Значение Испании как места проведения корпоративных мероприятий международного уровня возросло настолько, что в настоящий момент страна, согласно мировому рейтингу, является одним из ведущих направлений в этой сфере. По итогам 2015 г. Испания занимает четвертое место в рейтинге ICCA. Что касается планов и прогнозов на 2017 г., то они оптимистичны. Согласно тенденциям развития, ожидается сокращение сроков бронирования, увеличение числа местных и региональных ивентов, новые технологии и социальные сети еще больше укрепят свои позиции на рынке MICE», – рассказывает **Елена Смирнова** из Отдела туризма посольства Испании в Москве.

Геймификация нашла в организации мероприятия свое применение – повсюду висели репродукции знаменитой картины Рене Магритта «Сын человеческий», а в районе пресс-холла в изобилии были шляпы, усы и зеленые яблоки, так что каждый мог попозировать в образе героя знаменитой картины.



© Пресс-служба World Tourism Forum

Татьяна СПУРНОВА (MaxMedium) и Галина ПОЛИЩУК (Continent Express)

Анатолий КУРЮМОВ (IBC Corporate Travel)

Дискуссия в самом разгаре.

Что MICE грядущий нам готовит?

Минувший год для сегмента делового туризма прошел под флагом стабильности и укрепления трендов последних лет – оптимизации бюджетов и активных темпов импортозамещения. Остались прежними и основные проблемы отрасли – отсутствие в России законодательной базы, не отделяющей бизнес-трэвел от туроператорской деятельности, а также недостаточный уровень инфраструктуры в российских регионах.

Подготовила Александра ПОЛЯНСКАЯ

В рамках прошедшего в Москве первого российского саммита международного туристического форума World Tourism Forum, ведущие игроки MICE-сегмента обсудили главные тренды, проблемы делового туризма на российском рынке, а также сделали свои прогнозы на будущее.

Подводя итоги 2016 г., эксперты отметили, что остались довольны его результатами. Жесткий кризис миновал и «мы вышли на определенную стабильность, зафиксировав по итогам прошедшего года 30%-й рост», – рассказала **Татьяна Спурнова**, генеральный директор компании MaxMedium. Бюджеты возвращаются, количество мероприятий тоже. «Если в ближайшее время сохранится стабильность с небольшим ростом, это будет хорошим знаком для рынка и для всех его игроков», – уверена **Галина Полищук**, заместитель генерального директора компании Continent Express.

Говоря о минувшем годе нельзя не упомянуть об укреплении позиций внутренних направлений делового туризма. Если в 2014 г. 50–70% мероприятий проходило за границей, сейчас такой же процент приходится на Россию. Три топовых направления для мероприятий на более 600 человек – Москва, Санкт-Петербург, Сочи. Набирают обороты Байкал, Камчатка, страны СНГ. «Клиенты выбирают направления, либо с привязкой к каким-то мероприятиям, либо отдают предпочтение действительно интересным, ярким местам», – говорит **Анатолий Курюмов**, генеральный директор IBC Corporate Travel.

Но если переход с зарубежных на российские направления воспринимается экспертами как свершившийся факт и сложности здесь не глобальные, то отсутствие законодательной базы по-прежнему является одной из главных проблем MICE-рынка. На сегодняшний день ни бизнес-трэвел, ни MICE не выделены в отдельный сегмент бизнеса и пока попадают под единое определение туристического продукта, коим однозначно не являются.

«Для MICE-сегмента должны действовать свои правила и законы, ведь у нас свое ценообразование, свое наполнение и совсем иная реализация», – говорит Галина Полищук.

Второй наболевший вопрос – финансовые инструменты, «отсутствие которых мешает нам развивать отрасль. Я говорю о 100%-й постоплате по факту исполнения мероприятия. Мы не являемся банками и работать с отсрочкой платежа для нас недопустимо. Должна помогать нам и налоговая система, инфраструктура в рамках национальной политики должна развиваться в сторону интермодальности, но пока ни того ни другого не происходит», – говорит Анатолий Курюмов.

Татьяна Спурнова обратила внимание на проблему кадров. По ее словам, специалистов в сфере MICE не так много, «отсюда мы очень часто слышим от клиентов про обманутые ожидания. Хочется, чтобы к организации мероприятий подходили как к отдельному продукту и даже отдельной сфере бизнеса».

Несмотря на все изменения в отрасли вследствие влияния экономических факторов, рынок более или менее стабилизировался, общая динамика отмечается как положительная, при этом эксперты делают осторожные прогнозы. По их словам, на MICE-рынок влияют не только экономическая ситуация, но и геополитическая обстановка. За последние два года компании попадали в ситуацию, когда закрылись Турция, Египет, когда происходили теракты в Европе, «а у нас там были клиенты, проекты. Бюджет не добавляется, а штрафные санкции присутствуют. Такие случаи тут же отражаются в трэвел-политике компаний», – говорит Татьяна Спурнова.

«Рынок постепенно выходит из депрессии», – уверен Анатолий Курюмов. – Да, российская экономика еще не восстановилась, но мы адаптировались к новым условиям, тренд на повышение эффективности продолжится».



Участие в образовательных сессиях в Москве и регионах, поездки на крупнейшие международные выставки индустрии делового туризма и многие другие привилегии предлагает своим членам российская Ассоциация бизнес-туризма.



Главное преимущество членства в АБТ-АСТЕ Russia – практическая отдача

Вступить в Ассоциацию просто – достаточно приобрести индивидуальный или корпоративный пакет услуг. «Членство в АБТ-АСТЕ Russia – отличная возможность участвовать в интересных мероприятиях и узнавать о новых подходах и технологиях в сфере делового туризма», – уверена менеджер по корпоративным коммуникациям и организации деловых поездок BNS Group **Юлия Евлахова**. Юлия также отметила, что мероприятия Ассоциации расширяют профессиональный кругозор, позволяют налаживать полезные деловые связи, выстраивать новую модель организации командировок, внедрять проекты по оптимизации расходов и бизнес-процессов в рамках своей компании.

АБТ-АСТЕ Russia предлагает своим членам возможность выступать на семинарах и конференциях по всей России (при приобретении корпоративного пакета – двум делегатам от компании), участвовать в дискуссиях, получать приоритет при регистрации на встречи и специальные тарифы на проживание в отелях-партнерах в период проведения конференции, а также эксклюзивный доступ к личному кабинету АБТ-АСТЕ Russia, презентациям спикеров всех встреч в Москве и регионах России.

Кроме того, индивидуальные и корпоративные участники (дважды и трижды в год соответственно) ездят на важнейшие международные выставки индустрии делового туризма в рамках программ Hosted Buyers. Они также могут участвовать в пре/пост-турах и ознакомительных путешествиях, организованных совместно с партнерами АБТ-АСТЕ Russia.

«На всех мероприятиях, будь то семинар или конференция, я получаю нужные знания, которые помогают мне в повседневной работе, и всегда положительные эмоции. Уверена, что членство дает практическую отдачу. Организация всех программ на высоком уровне!» – говорит специалист по связям с общественностью ООО «Винета» **Анна Черевкова**.

Полина Изюмова, руководитель направления «Протокольная деятельность и брендинг» в компании «СИБУР Холдинг» считает, что поездки корпоративных покупателей на отраслевые выставки и конференции предоставляют шанс не только проинспектировать отели, но и составить представление о популярных и развивающихся MICE-направлениях, особенно в России. «С учетом того, что цивилизованный рынок услуг по сопровождению служебных командировок в нашей стране очень молодой

и только формируется, общение и обмен мнениями с коллегами стимулирует развитие и повышение квалификации специалистов компании в сфере бизнес-трэвел», – подчеркнула Полина.

Корпоративный пакет дает право на индивидуальное членство в международной ассоциации АСТЕ и возможность посещать конференции АСТЕ по всему миру двум сотрудникам компании (индивидуальные участники членской программы АБТ-АСТЕ Russia могут приобрести членство в АСТЕ по специальному тарифу), а также доступ к личному кабинету АСТЕ и базе контактов всех участников международной ассоциации.

Помимо прочего, корпоративное членство предполагает получение скидки в размере 30% на обучение сотрудников в рамках образовательной программы «Трэвел-менеджмент», рассчитанной на 28 академических часов. Индивидуальным участникам членской программы предоставляется скидка 15%. При приобретении пакета «Корпоративное членство + Обучение» слушателем курса может стать один сотрудник от компании без доплаты.

«Я прошла курс АБТ-АСТЕ Russia в 2014 г., и он оказался для меня очень полезным и своевременным, так как мы как раз начали выстраивать систему по командированию в СИБУРе. Полученные знания и опыт коллег помогли мне лучше разобраться в этом направлении. Собраны лучшие практики в сфере делового туризма, которые помогают погрузиться в специальность», – рассказала Полина Изюмова.

Приятной привилегией для тех, кто присоединился к АБТ-АСТЕ Russia, становится возможность участия в ежемесячной лотерее от партнеров. А еще региональные сотрудники компаний – членов Ассоциации могут рассчитывать на обработку и одобрение заявок на посещение ежегодного IMG Show Russia в составе группы Hosted Buyers вне очереди.

«Членство в Ассоциации бизнес-туризма дает нам возможность идти в ногу со временем, первыми узнавать о новостях индустрии, адаптировать новшества и внедрять в своей компании лучший мировой опыт», – отметила **Екатерина Злышко**, руководитель группы административной поддержки IT-online. Стоимость индивидуального членства в АБТ-АСТЕ Russia с 1 января 2017 г. составляет 14400 рублей, корпоративного – 39 000 рублей. Пакет «Корпоративное членство + Обучение» обойдется в 50 500 рублей.

По всем вопросам можно обращаться по телефону +7 (495) 660-77-83.



MICE у аэропорта: национальные особенности

Конференц-отели у аэропортов уже давно прижились в России. Шутка ли, дебютному подобному проекту – гостинице «Novotel Аэропорт Шереметьево» в этом году исполняется 25 лет! За четверть века стало уже привычным, что отель в аэропорту может быть не только транзитным, но и собирать деловые и частные мероприятия, при этом MICE вблизи аэропорта в России все же получается особенным, с собственным акцентом.

Подготовила Элеонора АРЕФЬЕВА

НЕЗАПАДНАЯ ИСТОРИЯ

Конечно, классическая ситуация, когда фактор близости к аэропорту является определяющим при выборе отеля для мероприятия, имеет место в каждой гостинице такого формата. Ян Ханак, генеральный менеджер отеля «Radisson Blu Шереметьево», отмечает преобладание в структуре мероприятий транзитных конференций, цикловых совещаний, переговоров в концепции hub, когда отель в аэропорту является местом встречи бизнес-партнеров из разных регионов или стран, и они, прилетев на мероприятие, вовсе не стремятся при этом остаться в Москве, а тут же отбывают дальше по делам.

Дэвид Моррис, генеральный менеджер отеля «Park Inn by Radisson Пулково», также считает, что таких деловых встреч в отеле большинство, и надеется на то, что их число вырастет. «В 2017 г. ожидается заметное увеличение количества регулярных рейсов из Санкт-Петербурга. В связи с этим мы, конечно, рассчитываем на рост числа обращений от клиентов, которым нужно организовать встречу для сотрудников из регионов, для них несомненным является удобство отеля, соединенного с терминалом аэропорта Пулково», – говорит отельер.

Но часть экспертов уверяют, что традиционные для Запада транзитные деловые встречи в приаэропортовых отелях в России не стали устойчивым трендом.

«Если честно, то я твердо уверен, что концепция «все прилетели в один аэропорт, провели совещание и улетели обратно», достаточно востребованная в Европе, в России пока еще не востребована в достаточной мере. Да и не уверен, что будет востребована, – таким мнением поделился Константин Артемьев, управляющий отеля «SkyPoint Шереметьево». – Несмотря на то что SkyPoint Sheremetyevo Hotel расположен в непосредственной близости от международного аэропорта Шереметьево, далеко не все мероприятия связаны с таким расположением. Большинство проводится компаниями, расположенными в Москве или бизнес-окружении района Химки, и определяющим при выборе нашего отеля становится в первую очередь оптимальное соотношение «цена–качество», наличие достаточного количества конференц-залов и достаточный объем номерного фонда. В весенний и летний период также играет роль наличие на территории площадок, где мы можем организовать для заказчика барбекю, тимбилдинг или фуршет на открытом воздухе.

Однако есть и компании, которые проводят свои мероприятия в нашем отеле именно потому, что он находится рядом с аэропортом: чаще всего это происходит в том случае, если головной офис какой-либо компании собирает на тренинг или конференцию своих региональных представителей или торговая компания – своих региональных дилеров».

Что касается первого пула заказчиков, т.е. тех, которые ценят приаэропортовые гостиницы за оптимальный баланс цены и качества и за возможность использования территории вокруг отеля, они, по наблюдениям Константина Артемьева, практически всегда выбирают отели в некотором удалении от собственно аэровокзала, с «зеленой» зоной, возможностью выйти на улицу. Причиной выбрать отель на территории аэропорта или совсем рядом чаще всего бывает низкая цена на проведение мероприятий, которую вынуждены предоставлять такие отели. «Во всяком случае – это то, что мы наблюдаем в конкурентной среде вокруг аэропорта Шереметьево», – утверждает эксперт.

Чем дальше от обеих российских столиц, тем сложнее объяснять потенциальным клиентам, для чего можно использовать конференц-площади в отелях рядом с аэропортом. Рассказывает Ольга Акимова, генеральный менеджер отеля angelo by Vienna House Ekaterinburg: «Наш отель был одним из первых статусных региональных аэропорт-отелей, имеющих внушительную инфраструктуру для проведения крупных событий. Нам в прямом смысле этого слова пришлось пробивать стену сопротивления. Очень долго и очень много заказчиков воспринимали нас как просто отель при аэропорте, но не как площадку для проведения конференций, сессий стратегического планирования, конгрессов. Несмотря ни на что нашей команде удалось сломать стереотип, ведь удаленность от центра города условна. Всего 20 минут на автомобиле от центра – и вы в отеле. С нами начали работать компании – новаторы на рынке Екатеринбурга. Те, кто постоянно в поиске новых форматов, и те, кто ценит продуманную инфраструктуру и максимальное удобство для гостей».

По мнению Ольги Акимовой, среди заказчиков мероприятий преобладают именно те, кому важна сбалансированная инфраструктура в отеле, в том числе вместительная парковка и большое количество номеров при отеле. Очень важную роль играет профессионализм команды.

Еще один важный фактор – дополнительные точки притяжения, связанные с отелем, помимо аэропорта: что касается angelo by Vienna House Ekaterinburg, этот отель находится неподалеку от Международного вы-

ставочного центра, и поэтому его нередко выбирают для проведения мероприятий клиенты, которые прибывают в Екатеринбург для участия в выставках. Конечно, среди заказчиков есть и те, кто собирает гостей с разных уголков мира, и аэропорт становится удобной точкой встречи, но эта группа клиентов – не самая многочисленная.

Те компании, которые хотят обеспечить высокую явку и максимальную вовлеченность участников мероприятий, также любят аэропорт-отели. «Если участник зашел на мероприятие, то он будет на нем до конца, без возможности отлучиться на два-три часа в центр», – эксперт указывает и на такой специфический и, прямо скажем, немаловажный фактор, которым также объясняют свой выбор некоторые организаторы мероприятий.

НЕ ЗАЛОМ ЕДИНЫМ

Итак, расположение рядом с аэропортом не отменяет для гостиниц необходимости привлекать клиентов «из города», а это значит, что отельерам этих объектов нужно быть особенно обаятельными и привлекательными. Что включают их клиенты в это понятие? Чем стараются приятно поразить потенциальных заказчиков операторы площадок, за счет чего могут превзойти ожидания клиентов?

Фактор цены? Да, и он имеет место. «Наш отель выбирают в том случае, если заказчик хочет получить качественную, но достаточно простую площадку, с достойным уровнем сервиса, при этом не переплачивая за антураж – хрустальные люстры, мраморные полы, иностранных шеф-поваров», – говорит Константин Артемьев. Между тем эксперт перечисляет, без чего нельзя обойтись на «простой площадке»: «Чтобы быть конкурентоспособным на рынке проведения мероприятий для корпоративных заказчиков, отель должен иметь достаточное количество парковочных мест для автомобилей, бассейн с сауной, площадку для барбекю или тимбилдинга, шаттл до аэропорта, бесплатный и регулярный, и, разумеется, достаточное количество конференц-залов разной вместимости». Площадку angelo by Vienna House Ekaterinburg и вовсе можно причислить к эксклюзивным, во всяком случае,



Ольга АКИМОВА,
генеральный менеджер
отеля angelo by Vienna
House Ekaterinburg

По сравнению с кризисным 2015 г. количество мероприятий в отеле увеличилось в два раза. Кризис вызвал спрос на деловые встречи новых форматов, например, образовательные мероприятия, сессии стратегического планирования вне офиса – чтобы внешняя обстановка провоцировала участников на принятие нестандартных решений.

Несмотря на то что SkyPoint Sheremetyevo Hotel расположен в непосредственной близости от международного аэропорта Шереметьево, далеко не все мероприятия связаны с таким расположением. Большинство проводится компаниями, расположенными в Москве или бизнес-окружении района Химки, и определяющим при выборе нашего отеля становится в первую очередь оптимальное соотношение «цена-качество», наличие достаточного количества конференц-залов и достаточный объем номерного фонда. В весенний и летний период также играет роль наличие на территории площадок, где мы можем организовать для заказчика барбекю, тимбилдинг или фуршет на открытом воздухе.

большинству городских отелей трудно с ней конкурировать. «Вместительные залы, зоны для регистрации, просторные фойе для выставок и фуршетов, стильный ресторан, комфортные номера и большая парковка, – описывает ее достоинства Ольга Акимова. – Но просто инфраструктуры сейчас недостаточно. Гости ждут идеального сервиса и персонального внимания. Они ожидают получить от отеля консультации по интересным формам подачи еды, предложений по нетворкингу, рекомендации надежных подрядчиков, подробного рассказа о городе и его туристических возможностях. Заказчики ожидают от отеля сопровождения «от а до я» в режиме 24/7. Мы постоянно ищем и создаем новые форматы интерактивных мероприятий для клиентов. Например, в прошлом году запустили джазовые вечера, вечеринки на крыше, BBQ-вечеринки, гастрономические ужины, мастер-классы от шеф-повара», – делится наработками Ольга Акимова. Она перечислила и те дополнительные услуги, которые особенно ценят корпоративные клиенты: «Гостю важно хорошо выспаться, поэтому особенно в аэропорту должна быть идеальная звукоизоляция и удобные кровати. Для наших гостей, среди которых немало менеджеров топ-уровня, жизненно важно быть на связи, поэтому стабильный и скоростной Wi-Fi стал, что называется, must have. Важны и такие технологические решения, как мобильный консьерж – это позволяет решать вопросы более оперативно, чем по телефону. Ценят гости и возможность заказать еду круглосуточно, и наличие здоровой еды. У нас есть такие новые услуги как «Здоровая еда» и «Еда в самолет».

Дэвид Моррис отмечает важность и безупречной площадки для проведения мероприятий, и безупречного сервиса: «На всех этапах проведения мероприятия наши сотрудники обязательно спросят клиента: «А что еще мы можем для вас сделать?» Таким образом, мы стараемся учесть все пожелания. Нельзя не отметить, что клиенты становятся более требовательными, поэтому для нас важно, чтобы любое мероприятие было организовано на самом высоком уровне. На сегодня мы по праву можем гордиться частыми положительными отзывами наших клиентов и их возвращением к нам».

СПРОС НА ПОДЪЕМЕ

Кризис существенно ударил по спросу на MICE, но это не продлилось слишком долго. «В 2014–2015 гг., когда компании сначала заморозили бизнес-активность в связи событиями в Украине, а потом при резком падении рубля стали значительно сокращать бюджеты на командировки и проведение мероприятий, нам потребовались значительные усилия, чтобы обеспечить хоть какой-то спрос, особенно учитывая высокий уровень конкуренции между гостиницами в районе аэропорта Шереметьево. Мы перестроили отдел продаж, сдела-

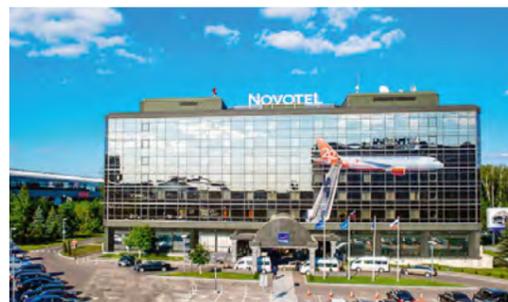
ли упор на активные продажи, увеличили количество активных менеджеров на направлении MICE. Сегодня можно констатировать, что спрос в целом восстанавливается, пока, к сожалению, не в том объеме, что был до 2014 г., но уже достаточно близко к нему», – комментирует ситуацию Константин Артемьев.

«По сравнению с кризисным 2015 г. количество мероприятий в отеле увеличилось в два раза, – рассказала Ольга Акимова. Она же отмечает, что кризис вызвал спрос на деловые встречи новых форматов, например, образовательные мероприятия, сессии стратегического планирования вне офиса – чтобы внешняя обстановка провоцировала участников на принятие нестандартных решений.

Первые признаки выхода из кризиса, появление на этом фоне новых компаний также играют роль в росте спроса в отдельных регионах. Так, Дэвид Моррис рассказал об успешном развитии Южной индустриальной зоны Санкт-Петербурга, рядом с которой находится отель, – количественный рост компаний также позитивно сказывается на локальном спросе.

При этом отметим, что отели ряда городов – крупных туристических центров – Москвы, Санкт-Петербурга, Сочи подняли свои тарифы до рекордного уровня. Как известно, во время кризиса, пока дремал корпоративный спрос, резко вырос спрос туристический. Подешевевший рубль сделал Россию привлекательным направлением для зарубежных гостей, в свою очередь, девальвация национальной валюты привела к тому, что россияне стали вынужденно предпочитать «домашние» поездки турам в другие страны.

В результате средние тарифы в Москве только за последний год выросли на 7%, в Санкт-Петербурге – на 19%. При этом понятно, что туристов, которые проводят отпуск в российских городах, интересуют прежде всего, конечно, гостиницы в центре, поблизости от главных достопримечательностей. Отели при аэропортах не могут генерировать туристический спрос в таком же объеме, и по-прежнему ориентируясь прежде всего на корпоративный спрос, будут более сговорчивыми, чем их коллеги в центре городов в вопросах цены. Возможно, этот фактор станет решающим в пользу выбора аэропорт-отеля в качестве площадки для делового мероприятия.



Специальный кофе-брейк

КОФЕ-БРЕЙК С ИЗЮМИНКОЙ

В последнее время ситуация в индустрии проведения мероприятий стабилизировалась, спрос на площадки с нестандартным кейтерингом для них возрос. Это относится как к разнообразию меню и продуктов, так и к форме подачи. Шеф-повар отеля «Ренессанс Москва Монарх Центр» Бенджамин ЖУБРЕЛЬ согласился раскрыть нам небольшие секреты своего подхода к созданию и подаче блюд, входящих в состав кофе-брейка, бизнес-завтрака и делового ужина. В этом номере поговорим про кофе-брейк.

☪ Когда я придумываю новое меню, я думаю и над формой, и над содержанием. Помимо поиска новых форм подачи, я стараюсь подать гостям что-то новое и следить за их реакцией, смотреть, что больше нравится. Разумеется, у меня есть некая база различных стандартных сетов, в каждый из которых можно привнести что-то новое. Простой пример: хлеб можно подать как домино, чередуя черный и белый, по сути ничего не изменится, хлеб есть хлеб, а форма подачи может сыграть на тематику мероприятия. Это, кстати говоря, прекрасно вписывается в программу мероприятий сети Marriott International по названию Meetings Imagined, которая также включает в себя нестандартный тематический кейтеринг. В рамках этой программы я делал уже и черно-белый кофе-брейк, и кофе-брейк в цветах радуги и рождественский кофе-брейк. Приходилось делать и футбольный кофе-брейк, и кофе-брейк в русском стиле с самоваром и сушками. Достаточно немного фантазии, чтобы обычный кофе-брейк стал изюминкой мероприятия. ☪



Тематический кейтеринг Meetings Imagined

Конгрессные площадки отелей – прекрасные индикаторы изменений на рынке. По тому, как сильно они загружены, как активно бронируются и насколько заблаговременно заказаны, можно составить если не исчерпывающее, то более-менее внятное представление об активности в этой области. Также можно отследить тенденции в организации мероприятий – их длительность, масштабность и тематику. Собственно об этом ВТ и спросил представителей крупных московских и Санкт-Петербургских отелей.

Подготовила Александра ЗАГЕР



Жить стало лучше

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

«В 2016 г. мы наблюдаем положительную тенденцию к росту количества мероприятий по сравнению с прошлым годом. Увеличилось и среднее количество гостей, принимающих участие в деловых конференциях. Поскольку наши отели обладают широкими конференц-возможностями, то чаще обычного приходили запросы на проведение мероприятий от 150 до 400 человек с выставками и workshop», – рассказывает руководитель отдела продаж банкетных залов отелей Marriott **Светлана Ковырева**. «Действительно, мы отмечаем увеличение количества мероприятий по сравнению с 2015 годом в среднем на 40%, что достаточно весомо. При этом сократилось количество крупных проектов, снизилась их средняя стоимость», – говорит заместитель директора отдела продаж и маркетинга «Холидей Инн Москва Лесная» и «Холидей Инн Москва Сушевский» **Евгения Гаранина**. Она отмечает, что это вызвано в первую очередь тем, что многие крупные цикловые конференции в зимний период были переведены организаторами на такие направления как Подмосковье, Сочи и страны СНГ. Старший менеджер по продажам банкетных и конференц-залов отеля «Moscow Hilton Ленинградская» **Владислава Позднякова** отмечает, что общее количество мероприятий, проведенных в отеле, практически не изменилось и в целом осталось на уровне 2015 г. Коммерческий директор отеля ТГК «Измайлово» (Гамма, «Дельта») **Анастасия Морозова** считает, что многое зависит от специфики отеля и от компании, которая заказывает мероприятие.

«Ввиду того, что гостиницы «Гамма» 3* и «Дельта» 4* являются сертифицированными конгресс-отелями, в нашем случае соотношение явно в пользу деловых мероприятий. Вероятно, оно сохранится и в 2017 г.» Спикер полагает, что в 2017 г. количество бронируемых мероприятий увеличится. Клиенты стали заранее планировать бюджет с четким пониманием, когда бы они хотели провести и какие мероприятия. Они ищут лучшие предложения либо ждут подтверждения данного бюджета. «По сравнению с 2015 г. количество деловых мероприятий в отелях «Астория» и «Англетер» значительно не изменилось, несмотря на пессимистические прогнозы в начале прошлого года. Для многих компаний прослеживается тенденция к уменьшению количества больших/масштабных мероприятий или сокращение планируемых бюджетов на их проведение», – рассказывает **Тамара Афонина**, директор по продажам и маркетингу, отеля «Астория» и «Англетер». Она отмечает, что популярность Петербурга, его культурная составляющая оказывают значительное влияние на увеличение количества инсентив-поездок и, соответственно, мероприятий во время пребывания групп в городе. «На долю России приходится менее 5% конгрессно-выставочной деятельности в мире. Но динамика роста этого сегмента – положительная. Петербург занимает второе место после Москвы по привлекательности для организации и проведения бизнес-мероприятий. Но, к сожалению, сезонность Петербурга и визовый режим остаются одними из основных причин, почему для проведения масштабных деловых мероприятий выбирают основные города Европы.

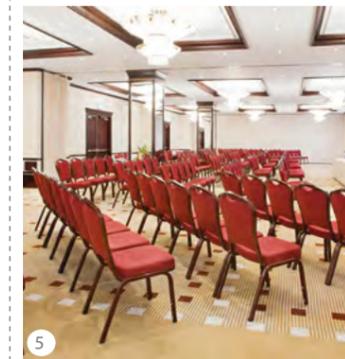
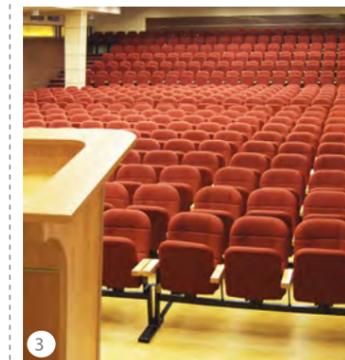
Мы надеемся, что в будущем в России будут проходить большие конгрессы, хотя сейчас крупные деловые события с числом участников в 3–5 тыс. человек для российского делового туризма – большая редкость», – говорит Тамара Афонина. Директор отдела продаж и маркетинга «Park Inn by Radisson Прибалтийская» **Ольга Медвянова** отмечает, что ежегодно в отель приходит несколько тысяч запросов на проведение мероприятий. В 2016 г. количество таких запросов увеличилось примерно на 10% по сравнению с 2015 г.

ДЕЛУ – ВРЕМЯ

В прошлом году одной из основных тенденций на рынке, которую отмечали и отельеры, и организаторы мероприятий, было сокращение развлекательных ивентов как в пользу деловых, так и в принципе, в рамках оптимизации бюджета. Судя по всему, такая тенденция сохранилась и сейчас. «Количество деловых мероприятий стало немного меньше. Причина заключается в том, что в прошлом году компании объединяли несколько своих мероприятий в одно масштабное, и тем самым сократили общее число мероприятий за год. В то же самое время 2016 г. показал позитивный рост количества свадебных банкетов, особенно в летние месяцы», – говорит Владислава Позднякова. Евгения Гаранина подчеркивает, что в 2016 г. бизнес-мероприятия активно бронировались не только в будние дни, но и в выходные, вытесняя такие частные мероприятия, как свадьбы, празднование дней рождений и юбилеев. Светлана Ковырева отмечает, что поскольку по-прежнему актуально сокращение расходов, то естественно, что в течение года большая часть мероприятий носила исключительно деловой характер. Как правило, остаются в планах и бюджетах мероприятия, посвященные обучению сотрудников или запуску нового продукта. А вот в предновогодние месяцы увеличилось количество праздничных корпоративных мероприятий, вечеринок и коктейлей. По словам Ольги Медвяновой, в процентном соотношении количество деловых мероприятий в отеле больше, чем праздничных. Только 10–11% всех запросов – это запросы на проведение праздничных торжеств. Тамара Афонина рассказывает, что традиционно в отеле «Астория» проводятся как торжественные, так и деловые мероприятия (примерно 60% деловых мероприятий и 40% праздничных). Что касается гостиницы «Англетер», здесь больше деловых мероприятий, хотя всё больше и больше набирает популярность ресторан «Борсалино», где всё чаще проходят праздничные коктейли, торжественные ужины и корпоративные праздники на небольшое количество человек.

«По сравнению с 2015 г. в прошлом году в отеле «Астория» немного сократилось количество свадеб, хотя бюджеты на проведение свадебных торжеств возросли. То есть в 2016 г. мы организовали меньше свадеб, но выручка была выше», – отметила она. **ЧЕМ РАНЬШЕ, ТЕМ ЛУЧШЕ**

Этот принцип вполне применим и к бронированиям гостиничных залов под мероприятия. В прошлом году еще одной тенденцией рынка была совсем небольшая глубина бронирований, иногда – чуть ли не за неделю. Оказывается, и эта тенденция вполне актуальна, несмотря на очевидные неудобства для организаторов. «Данная тенденция была актуальна в 2016 г. и для наших отелей. Она сохраняется и в 2017 г. – глубина бронирований продолжает сокращаться. Появление крупных проектов в «последний момент», когда запросы поступают незадолго до предполагаемого начала мероприятия, влияет на бюджетные ожидания отелей и политику ценообразования. Принятие компаниями решения о расходовании резервных денежных средств, а следовательно, и организация крупных мероприятий стали все чаще проходить в короткие сроки и с минимальным окном бронирования», – говорит Евгения Гаранина. Согласно с коллегой и Светлана Ковырева. «Заблаговременное бронирование характерно для определенного сегмента наших партнеров, которые уже за полгода или год предпочитают выбрать место и приступить к детальной проработке проекта, но скорее это исключение из общего правила. Глубина бронирования из года в год меняется в сторону уменьшения, что влияет как на прогнозирование в целом, так и на работу всех служб отелей. Мы довольно часто сталкивались с ситуацией, когда запросы на многодневные конференции более чем на 200 человек появлялись буквально за несколько дней до даты мероприятия, а это всегда требует максимально оперативного решения всех вопросов, креативности и слаженности команды», – говорит она. «Тенденция по сокращению глубины бронирования на данный момент сильно не изменилась. Компании, которые ежегодно проводят серии мероприятий, обязательно имеют график проведения мероприятий на будущее. И такие компании фактически все уже забронировались. Если говорить о тех мероприятиях, которые появляются вновь, а также о мероприятиях, которые носят более спонтанный характер, то здесь, конечно, глубина бронирования меньше, и самое важное – мы часто не можем получить подтверждение либо от организатора мероприятия, либо от самого заказчика, состоится ли вообще мероприятие. Безусловно, в первую очередь это связано с конкуренцией, потому что организаторы, так или иначе, ищут наилучшие условия.





1. Санкт-Петербург занимает второе место после Москвы по привлекательности для организации и проведения бизнес-мероприятий. На фото зал «Зимний сад» отеля «Астория»
2. В отель «Park Inn by Radisson Прибалтийская» ежегодно приходится несколько тысяч запросов на проведение мероприятий
3. Отель «Измайлово» («Гамма», «Дельта») является сертифицированным конгресс-отелем и принимает множество деловых мероприятий
- 4–5. В московских отелях сети Marriott International отмечают рост количества мероприятий за последний год. На фото залы отеля «Марриотт Гранд»
- 6–7. Одной из основных тенденций последних лет является превалирование деловых мероприятий над развлекательными. На фото залы отелей «Хюлидей Инн Москва Суцьевский» (6) и «Марриотт Гранд» (7)

Также, возможно, это связано с ограниченным бюджетом заказчика, когда наши потенциальные клиенты пытаются найти идеальное соотношение цены и качества. Ну и в том числе это всегда связано с сезоном. В Москве есть определенные периоды, когда конференц-услуги востребованы наиболее остро. Конечно, в этот период бронирование происходит заранее. Если наш потенциальный клиент понимает, что мероприятие придется на более спокойный сезон загрузки, здесь у него вполне есть возможность поискать что-то еще и, собственно говоря, получить лучшие условия, в том числе и от нас. Стоит отметить, что у нас очень много мероприятий, которые связаны с бюджетными деньгами, и, конечно, эти мероприятия планируются заранее. Это могут быть как тендерные мероприятия, так и заказы, связанные непосредственно с обслуживанием крупных мероприятий. И вот в этом случае, конечно, есть четкое планирование, есть заранее утвержденный бюджет. С такого рода мероприятиями мы давно успешно работаем, поэтому такие заказы для нас далеко не редкость», – рассказывает Анастасия Морозова. Владислава Позднякова отмечает, что в среднем глубина бронирований в прошлом году составила один месяц. Компании действительно начинали поиск площадки намного позднее, чем в предыдущие годы. Глубина продаж номеров в отелях «Астория» и «Англетер» осталась на том же уровне для индивидуальных клиентов – в среднем это три-шесть дней, и увеличилась для групп и участников различных конгрессов и конференций. Что касается конференций и банкетов, глубина бронирований залов осталась на прежнем уровне, за исключением новогодних мероприятий сезона 2016/2017. «Раньше многие бронировали зимние мероприятия еще весной и летом, а иногда даже за год, но в прошлом году большинство компаний достаточно долго «присматривались» к ценам и условиям бронирования и, соответственно, принимали решение практически в последний момент, в конце ноября или даже в декабре», – рассказывает Тамара Афонина. Ольга Медвянова говорит, что компании обычно не направляют заблаговременно заявки на бронирование. Исключение составляют международные конгрессы и форумы с участием спикеров международного уровня, так как их расписание планируется и согласовывается на годы вперед. В остальных случаях запросы на бронирование приходят примерно за два месяца до начала мероприятия. Следовательно, можно наблюдать тенденцию изменения глубины бронирования.

ОПТИМИЗИРОВАННЫЙ БЮДЖЕТ

Оптимизация бюджетов в целом на MICE и business travel, и на мероприятия в отелях в частности – пожалуй, самый стойкий тренд последних лет. Клиенты

по-прежнему ориентируются на интересные ивенты с большой креативной составляющей. Как на практике выглядят сокращенные не в ущерб качеству бюджеты? Владислава Позднякова говорит, что бюджет мероприятий изменился, что обусловлено в первую очередь тем фактом, что многие компании объединяли несколько небольших мероприятий в одно масштабное. «Вместе с ростом количества мероприятий мы наблюдаем и положительную динамику увеличения бюджетов на ряд деловых мероприятий. Компании по-прежнему стараются планировать наибольшие бюджеты под статусные мероприятия, которые напрямую влияют на рост их прибыли. Вместе с тем общая тенденция оптимизации затрат все же сохраняется, поэтому наша команда при обсуждении запросов старается максимально внимательно относиться к пожеланиям организаторов и гибко подходить к формированию предложений, рекомендуя различные альтернативные варианты. Те организаторы, которые имеют лимитированный бюджет, уже оценили по достоинству возможность оптимизации средств за счет проведения мероприятий в выходные дни при сохранении высокого качества предоставления услуг», – рассказывает Светлана Ковырева. «Компании не готовы увеличивать бюджет на мероприятия и стараются не выходить за его рамки. Но требования к качеству самого мероприятия возрастают», – говорит Ольга Медвянова. Солидарна с ней и Тамара Афонина. «Нельзя сказать, что бюджет на проведение мероприятий значительно изменился, но сейчас наиболее востребованы креативные решения, не требующие крупных финансовых вложений. Наши клиенты стали избирательнее и требуют новых, интересных, нестандартных подходов с наименьшими затратами». Анастасия Морозова считает, что бюджеты на проведение мероприятий увеличились, во многом это связано с инфляцией – заказчики понимают, что стоимость услуг дорожает. По ее словам, клиент достаточно легко реагирует на повышение цены на F&B. «Конечно, клиенты всегда, платя большую цену, пытаются на чем-нибудь сэкономить. Здесь уже вопрос приятных бенефитов с нашей стороны. Например, на время мероприятия мы можем предложить своим клиентам аренду звукоусиливающего оборудования в подарок, возможности подготовки зала и т.д.», – говорит она. Вместе с тем на 2017 г. отель запланировал повышение цен на конгресс-услуги. Очевидно, что на востребованные площадки, залы вместимостью 500, 1000 человек ценовой диапазон растет. На небольшие аудитории, где предусмотрен более скромный бюджет, возможно, большого роста цен не будет. Может быть, мероприятия не стали больше по масштабу, но с точки зрения принятия повышения цен процесс двинулся в правильном направлении.

Учиться никогда не поздно!

В онлайн-академию издательского дома «Турбизнес» принимают без экзаменов. Занятия проходят на «факультетах»: «Израиль», «Маврикий», «Саксония», «Штутгарт и земля Баден-Вюртемберг».

Чтобы поступить в академию, достаточно зарегистрироваться в любом из этих проектов. Для этого надо либо зайти на сайт www.tourbus.ru в раздел онлайн-обучение и выбрать нужное направление, либо зарегистрироваться на любом из «факультетов» по их веб-адресам.

Каждый выпускник может распечатать сертификат специалиста по выбранному направлению. Предусмотрены специальные призы, включая поездки.

Желаем успеха!



www.israel-learning.ru

ИЗРАИЛЬ

Академия открылась в конце 2016 г. Чтобы закончить ее надо изучить шесть разделов, успешно пройти тестирование и принять участие в лотерее. Для самых удачливых выпускников Министерство туризма Израиля подготовило специальные призы – ваучеры на проживание в первоклассных гостиницах. Главный приз – поездка в Израиль! И так, вас ждет эта необыкновенная страна! Регистрируйтесь и начинайте обучение!

Министерство туризма Израиля создало новый туристический продукт, в рамках которого в течение одной поездки можно последовательно гостить в обоих городах. При покупке тура турист получает бонусы общей стоимостью до 100 евро.



www.stuttgart-swgermany.ru

ШТУТГАРТ И ЗЕМЛЯ БАДЕН-ВЮРТЕМБЕРГ

Баден-Вюртемберг называют «солнечной стороной Германии», а местные жители с гордостью говорят о себе: «Мы южане!» Здесь прекрасный климат, великолепная природа, множество достопримечательностей и замечательная здоровая кухня. Сотрудники агентств, пройдя обучение, будут включены в список участников лотереи памятных призов.

В названии земли Баден-Вюртемберг в слове «Баден» (в пер. с нем. – «купаться») «зашифрован» ее курортный характер. По количеству термальных источников этот регион Германии находится на первом месте. Здесь свыше 60 курортов.



www.mauritius-learning.ru

МАВРИКИЙ

Онлайн-академия «Маврикий» недавно была обновлена. В структуру добавлен визуальный ряд. Программа построена так, чтобы изучать материал было интересно, а ориентироваться – легко. Если студент неправильно ответит на один из вопросов, система подскажет, где была допущена ошибка. Турагенты, окончившие онлайн-академию, получают сертификат «Дипломированного специалиста по Маврикий».

На Маврикии запрещено строительство новых гостиниц. Разрешены только реновация, реконструкция и строительство новых отелей на базе старых. Работы проводятся постоянно, благодаря чему гостиничный фонд поддерживается в отличном состоянии.



www.saxony-learning.ru

САКСОНИЯ

Главный приз онлайн-академии Саксонии – поездка в этот замечательный немецкий регион. Чтобы стать его обладателем, необходимо внимательно изучить все тематические курсы, которые теперь снабжены видеороликами, и выиграть лотерею. Учебный материал представлен в основном и факультативном видах.

В музыкальном Framus Museum в городке Маркнойкирхен выставлено более 200 экспонатов: скрипки, гитары, усилители. Особенно хорошо представлены 1960–1970-е гг. На гитарах «Фрамуз» играли Элвис Пресли, Пол Маккартни, Ричи Блэкмор...



© Андрей Попов/Фотобанк Лори

Нестандартно не значит дорого

Известно, что первое, на что компании сокращают бюджеты, – различные MICE-активности. Между тем без них коллективу жить достаточно печально. Кроме того, стандартные предложения уже не так вдохновляют корпоративных клиентов изыскивать средства в урезанном бюджете. Стало быть, пришла пора предложить такой тимбилдинг, который, с одной стороны, будет неожиданным и родит положенной силы wow-эффект, а с другой – будет стоить более-менее доступно.

Подготовила Александра ЗАГЕР

ИНТЕРЕСНО И ДОСТУПНО

Совсем бесплатно очевидно не будет. Но сравнительно дешево – запросто. «У нас был запрос от одной небольшой IT-компании, где основной контингент сотрудников – молодые мужчины, которые практически перестали общаться между собой привычным способом, а полностью ушли в гаджеты, мессенджеры и свой техносленг. Директор просила нас сделать так, чтобы они ненадолго оторвались от виртуального мира и обнаружили, что вокруг есть живые люди, их коллеги, с которыми вполне можно общаться в реальной жизни. Задачей максимум было сплотить коллектив, настроить команду на продуктивную работу над новым проектом. Бюджет при этом совсем небольшой», – рассказывает генеральный директор компании Special Project Сергей Армишев. Приняв во внимание возраст, гендерный состав и финансовые возможности компании, им было предложено... поехать на рыбалку. В одну из южных областей России. В такое место, где клев обеспечен ближайшим рыбным хозяйством, мобильная

связь плохая и интернета нет вовсе. В распоряжении участников тимбилдинга были палатки и все необходимое снаряжение, кострище с полевой кухней, где готовились рыбные блюда и полная свобода общения друг с другом. Опыт оказался удачным, за четыре дня «вне сети» коллеги наконец рассмотрели друг в друге людей со схожими интересами, планами, амбициями, и некоторые весьма крепко подружились, насколько я знаю, самое главное – назад в Москву вернулся абсолютно сплоченный коллектив», – отмечает Сергей Армишев.

«Понятие нестандартного тимбилдинга для каждого региона России может существенно отличаться. Для Новосибирска – это игровые турниры или квесты, для юга страны – интеллектуальные тимбилдинги, которые активно способствуют развитию нестандартного мышления и выявлению скрытых возможностей сотрудников. Для Урала «нестандартно» можно назвать социальные тимбилдинги. В условиях оптимизации бюджетов этот вариант может быть практически бесплатным, если проводить его, скажем, при поддержке администрации города. Тогда от компании потребуются только

рабочие руки плюс минимум затрат на логистику и кейтеринг», – говорит руководитель отдела MICE IBC Corporate Travel Елена Рожко.

«Если говорить о нестандартном тимбилдинге в контексте экономии бюджета, то популярное у наших клиентов направление – это интеллектуальные игры и квесты. Площадок для организаций актуального тимбилдинга и тематик очень много, особенно в крупных городах. Как правило, в игре или квесте участвуют 10–12 человек одновременно. Формат подразумевает в том числе и совмещение игры с тренингом. Вполне эмоционально и креативно и, конечно, экономично», – рассказывает генеральный директор компании Business Travel Bureau Антон Галатенко.

Директор департамента Business Event компании MaxiMICE Ирина Самотаева отмечает, что для оптимизации бюджета часто организуют тимбилдинги на собственной территории заказчика – в офисе, на фабрике и т.д. Программу стараются привязать к каким-то бизнес-идеям. Еще один распространенный недорогой вариант – городские квесты с проработкой легенд различной тематики (возможны даже самые экономичные варианты без планшетов). Также игры в городе в вечернее время. Третий вариант – проведение различных мастер-классов. Один из самых популярных сегодня – по живописи.

дим выплеск энергии после недель и месяцев, проведенных в офисе перед компьютером. Именно поэтому сейчас экстремальные и интенсивные мероприятия так востребованы», – говорит он.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ РОЖДАЕТ СПРОС?

В этом вопросе мнения наших экспертов разошлись. Кто-то считает, что это подходит не всем компаниям и не всегда удачный вариант, а кто-то, наоборот, видит в этом направлении перспективу.

Ирина Самотаева отмечает, что подобные форматы подходят для малых, а не для больших групп. То есть изначально подойдут не всем. «Дело в том, что при таком подходе решаются задачи только из одной плоскости: повышение лояльности, поощрение. Но тимбилдинг – более сложное мероприятие, сегодня это в первую очередь бизнес-мероприятие, преследующее определенные цели, а они достигаются все-таки более дорогими инструментами и сложными технологиями. На наш взгляд, лучше отказаться отмечать корпоративный праздник, чем экономить на мероприятиях, от которых напрямую зависит развитие бизнеса», – подчеркнула она.

Павел КАШИРИН предлагает следующую классификацию тимбилдингов:

Спортивные. Ничего экстремального в них нет, но в основе лежит интенсивная физическая работа по достижению командной цели. К ним относятся квесты, зарницы, веселые старты.

Экстремальные. Они близки к спортивным, но здесь уже присутствует риск и ответственность за товарища. Например, корпоративный рафтинг. От синхронного выполнения определенных задач зависит, не упадет ли твой товарищ за борт. Чем не проверка?

Тематические. Здесь уже другая специфика. Люди погружаются в необычную для них атмосферу, где, может, и не надо преодолевать большие физические нагрузки, но необходимо совершать действия, которые в повседневной жизни они никогда бы не сделали. Например, корпоративный театр или пижама-пати в офисе. Данные мероприятия снимают морально-психологические зажимы как внутри команды, так и в каждом участнике.

Ситуационные. Это, пожалуй, самый сложный вид тимбилдинга. И как для event-агентства, так и для сотрудников компании. Представьте, перекрывается мост с оживленным движением для проведения показа мод. Моделями выступают сотрудники. Основной акцент делается на спонтанность и способность в считанные секунды преодолеть себя и принять решение.

«Нестандартность тимбилдинга зависит зачастую от корпоративной культуры непосредственно компании и ее руководителей. Если генеральный директор «сорви-голова» в хорошем смысле этого слова, то в любых экономических условиях он найдет возможность превратить любое корпоративное мероприятие в приключение, а также внимательно подойдет к выбору event-агентства», – считает руководитель отдела MICE компании Business Travel management Павел Каширин.

По его словам, наиболее предпочтительный способ сокращения издержек в современных реалиях – это отказ от инсентив-поездок, то есть за рубеж или в другие города. Ведь можно провести тимбилдинг на вершине Эвереста или погружаясь всей компанией в подводные винодельни в Бискайском заливе. «Тимбилдинг – это командообразование в переводе на русский. Он просто обязан быть нестандартным, экстремальным и интересным. Ведь только в тяжелых и непривычных условиях проявляются лучшие качества, способные сплотить коллектив и оставить яркие воспоминания. Времена игр в прятки ушли далеко в прошлое. Людям необхо-

Елена Рожко в свою очередь отмечает, что популярность перечисленных тимбилдингов достаточно высока, так как, с одной стороны, позволяет провести увлекательное командообразующее мероприятие при сравнительно низких бюджетах, а с другой – все уже «напрыгались в мешках». По ее словам, отличие в спросе наблюдается только у социальных тимбилдингов, популярность которых напрямую связана с этапом развития компании и уровнем ее социальной ответственности. Пока данный вид больше всего востребован в Москве, где находится большинство штаб-квартир крупного глобального и федерального бизнеса. Эти компании понимают, что хорошая команда всегда готова к изменениям внутренним, знают, что еще лучше, когда она может менять рынок, и уверены – вершина ее развития в способности менять мир к лучшему.

«Данное направление популярно даже у крупных компаний и у компаний, которые могут себе позволить не экономить бюджет на тимбилдинг. Это интересно, современно, не избито. Некоторые из наших клиентов проводили подобные мероприятия повторно», – говорит Антон Галатенко.



© Фотографии предоставлены Всероссийской федерацией гребли на байдарках и каноэ

«Драконий» ТИМБИЛДИНГ



Подготовила Татьяна БЕЛОНОЖКИНА

«Драконий» тимбилдинг, или соревнования на лодках-драконах, – это одно из самых интересных, необычных и захватывающих зрелищ, которое можно организовать при участии большого коллектива сотрудников организации. Драгонбот является довольно демократичным видом спорта и вполне может стать массовым, таким, например, как футбол или хоккей. Кроме того, во всем мире гонки на драконах стали называть социальным и даже деловым спортом, а также одним из наиболее удачных способов проведения корпоративного мероприятия.

НЕМНОГО ИСТОРИИ

История одного из самых зрелищных и экзотических видов спорта началась более 2000 лет назад в Китае.

По наиболее распространенной версии, возникновение этого вида спорта связано с памятью о древнем китайском поэте-патриоте Цюй Юане. Живший в эпоху Воюющих царств, первый в истории Китая лирический поэт много раз обращался к правителю с предложениями о реформах, направленных против политической деградации чиновников и строя в целом. Но чаяния его так и остались неуслышанными, и пятого числа пятого месяца 278 года до нашей эры Цюй Юань показательно покончил с собой, бросившись в реку. Согласно преданию, узнав о его смерти, люди в горе и ужасе бросились в лодки и долго искали тело в реке, но так и не нашли. Впоследствии каждый год в день гибели поэта люди в его память стали устраивать на реках гонки лодок, выполненных в виде драконов. И поныне фестиваль под названием «Праздник поэта» отмечают как день памяти Цюй Юаня. Китайцы приписывают драконам множество мистических способностей, например, умение управлять погодой, морями и реками. В древние времена драконов развлекали и завоевывали их благосклонность всеми возможными способами, порой прибегая и к человеческим жертвоприношениям.

В те времена особенностью гонок являлось то, что если во время соревнования лодка переворачивалась, и ее экипаж оказывался в воде, то гребцов не спасали, и в большинстве случаев они тонули, отправляясь «в гости» к духам реки. Подобные происшествия случались довольно часто, тем более что тогда не запрещалось применять грубую силу по отношению к соперникам. Гребцы старались не только посылнее налегать на весла, но также расправляться с соперниками, швыряя в них камнями или заточенными копьями из бамбука. Нередко случалось, что и вошедшие в раж зрители, находящиеся на берегу, бросались в лодки камнями, достигая при этом поставленной цели. В то же самое время к строительству лодок для соревнований не допускались женщины, потому что считалось, что их взгляд способен заставить лодку перевернуться и утонуть.

КОРПОРАТИВНО-СПОРТИВНЫЙ ИНТЕРЕС

В настоящее время, по данным международной федерации по гребле на лодках «Дракон», насчитывается более 150 млн человек, занимающихся и выступающих в дружеских турнирах по всему миру, в том числе и в России. По словам генерального секретаря Всероссийской федерации гребли на байдарках и каноэ, члена совета директоров Европейской ассоциации каноэ **Ирины Сираевой**, интерес к «Драконам» подогревается и тем, что данный вид гребли максимально доступен – он не требует каких-либо специальных навыков или специальной подготовки, таких как баланс или техника. А отсутствие возрастных ограничений делает гонки весьма массовым и веселым времяпрепровождением.

Гонки на драконах формируют ряд навыков, полезных и для коллектива в целом, – умение чувствовать «напарника», способность работать в одном ритме, делегирование полномочий, осознание важности собственной работы в создании общего результата, восприятие победы как итогов работы сплоченного коллектива. Команды формируются из участников любого возраста и уровня физической подготовки. Для достижения успеха здесь важно чувство локтя и ритмичность в движениях веслами, – а уж само действие всегда зарядит хорошими эмоциями и станет общим приятным воспоминанием для всех сотрудников. А любители пассивного отдыха всегда смогут проявить себя в команде болельщиков, показывая слаженность и ритмичность на берегу. Само название лодки – драгонботы – получили из-за своего внешнего вида – они выстроены в виде тела дракона, носы лодок украшены огромной головой дракона, а концы – чешуйчатым хвостом. Во время соревнований совершаются заезды на длинных лодках, каждая из которых вмещает от 10 до 50 гребцов. Помимо них на корме находится барабанщик, который словно опытный дирижер задает ритм всему процессу. Быть гребцом на гоночной лодке не так уж и просто, как это может показаться. И в обязанности барабанщика входит важная задача: корректировать ритм движения гребцов в зависимости от того, как изменяется сила ветра или его направление, учитывать то, как ведут себя другие лодки и как в тех или иных участках реки изменяется сила течения.

ДРАКОН-ПРИСПОСОБЛЕНЕЦ

В наших природных условиях этот вид спорта начинает «эволюционировать», принимая новые формы, о которых китайцы, наверное, даже не догадались бы. Например, во Владивостоке набирают популярность заплывы «Драконов» по снегу и льду. Чтобы тренировочный процесс не прерывалась зима, любители поработать веслами изобрели ледовый вариант этого вида спорта. Они приделали к лодке сани и теперь устраивают гонки по снегу. Дракона в огромной ледянке выдают зубастая голова и хвост.

«Но нам-то главное – не антураж, главное – чтобы коллектив чувствовал совместный дух движения к победе, – комментирует член президиума Федерации гребли Приморского края **Андрей Хоменко**. – Мы лучше из подручного материала, из дерева, дракона сколотим. Голову, хвост выпилим. Глазки ему оживим, и будет то же самое. Современный человек, будучи погруженным в рабочую рутину, испытывает острый дефицит физических нагрузок. И именно спорт в целом и спортивные состязания в частности – один из самых эффективных способов решения таких корпоративных задач, как сплочение коллектива и укрепление командного духа. И такие гонки обеспечат нужную физическую нагрузку, выброс адреналина, позитивные эмоции, хорошее самочувствие работников организации и здоровую обстановку в коллективе.

Пока гребцы экспериментируют с формой ледянки: то лыжи добавляют, то коньки. Говорят, главное сейчас – научить дракона летать по льду, а там уже и самим можно начинать тренироваться. Как только найдут оптимальную форму, спортсмены готовы сделать сколько угодно таких ледянок. Гладкой поверхности вокруг Владивостока хватает с избытком, желающих тренироваться тоже, так что вполне можно ждать появления первых в мире зимних гонок на драконах. Гребля на лодках-драконах – удивительный синтез серьезных командных испытаний и активное веселое праздничное мероприятие! Для того чтобы отлично провести время, участвуя в азартном водном приключении, совсем не обязательно уезжать далеко от Москвы. И в столице, и в области есть подходящие для этих целей места – экологически чистые, живописные и доступные в финансовом отношении.



#ВашСевастополь

Севастополь.

Город войны и мира

Основанный в 1783 г. как военный порт, Севастополь и сегодня служит военно-морской базой России. Вместе с тем этот город – кладовая с бесценными сокровищами в области культурно-познавательного, военно-исторического, гастрономического и делового туризма. В этом убедились участники пресс-тура, организованного ГК «Конкорд» по приглашению правительства Севастополя.

Подготовила Светлана КОНОВАЛОВА

МНОГОГРАННЫЙ ИНСЕНТИВ

Современный Севастополь включает в себя территории Качи, Инкермана, Балаклавы и 39 других муниципальных образований. На площади более одной тысячи квадратных километров, что близко к размерам Москвы, разместилось свыше двух тысяч памятников археологии, истории и архитектуры. Здесь действительно есть на что посмотреть. А насколько близким будет знакомство с городом, зависит лишь от того, сколько на это есть времени. Большая часть достопримечательностей связана с героическими страницами истории Севастополя, что дает большое поле деятельности для программ с патриотическим уклоном.

Например, на Историческом бульваре находится Панорама, посвященная первой обороне города в годы Крымской войны. Недалеко отсюда разместилась и «мирная» достопримечательность Севастополя – музей-аквариум. Открытый в 1897 году, он стал первым подобным заведением в Российской империи. В настоящее время аквариум занимает новое здание послевоенного периода, где можно полюбоваться обитателями Черного моря и тропическими видами: причудливыми рыбками южных вод, кораллами, черепаками.

Главная жемчужина города у моря – историко-археологический заповедник «Херсонес Таврический». Это самый значимый археологический объект юга России. Среди богатств его каменного зодчества – центральная площадь, Античный театр, базилика в базилике, башня Зенона и колокол, а также археологический музей, экспонаты которого – самые ценные находки, сделанные во время раскопок древнего города. Здесь в X веке был крещен киевский князь Владимир, крестивший потом всю Русь. К 900-летию этого события в Херсонесе был воздвигнут величественный Владимирский собор.

За сильными эмоциями стоит отправиться в Мемориальный комплекс «35-я береговая батарея». Некогда это было мощное фортификационное сооружение с внушительной боевой силой, ставшее последним оплотом обороны Севастополя в годы ВОВ. Бетонные казематы с остатками искореженного металла, закопченные стены и потолок – немые свидетели страшных событий войны и подвигов русских солдат, отчаянно защищавших родной город.

Еще одно место памяти об ожесточенных боях времен Великой Отечественной войны – мемориальный комплекс «Сапун-гора». Здесь сохранились следы окопов и траншей, огневых точек и заросшие травой воронки от упавших снарядов. На открытых площадках разместилась военная техника того времени: танки, самоходные и зенитные установки, минометы, корабельные орудия. Центр комплекса – круглое здание диорамы с монументальным живописным памятником «Штурм Сапун-горы 7 мая 1944 г.».

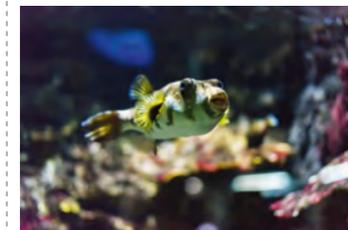
Памятник, но уже «холодной войне», разместился в Балаклаве. В конце 1950-х гг. на западном берегу бухты был вырублен сверхсекретный подземный комплекс – завод по ремонту и обслуживанию подводных лодок, из-за чего населенный пункт на долгие десятилетия пропал с географических карт. В начале 2000-х на базе военного объекта был создан общедоступный Военно-морской музейный комплекс «Балаклава». Сегодня туристы могут осмотреть первый в Советском Союзе подземный секретный объект для укрытия подводных лодок от атомного взрыва – морской судовой канал, пронизывающий гору Таврос, бывшие цеха завода и единственный сохранившийся в Европе арсенал, где когда-то хранились ядерные ракеты.

«НА ТЕПЛОХОДЕ МУЗЫКА ИГРАЕТ»

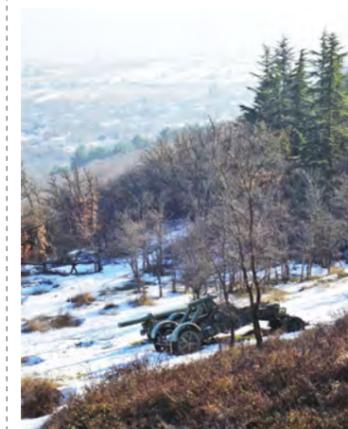
Береговая линия Севастополя сплошь изрезана бухтами и бухточками, самая главная и величественная из которых, Севастопольская, проползла змеей в глубь суши на 8 км от самого Черного моря до Инкермана. Эта бухта – основные морские ворота города и его стратегическая драгоценность – служит главной военно-морской базой Черноморского флота нашей страны. Крейсера, подводные лодки, сторожевики, противолодочные и десантные корабли, ракетные катера, тральщики – здесь от военной мощи перехватывает дыхание и накрывает волной ненадуманного патриотизма. Дополняет впечатление завораживающая панорама города: вальяжно раскинувшийся Приморский бульвар, Памятник затопленным кораблям, ставший одним из символов Севастополя, белоснежная колоннада Графской пристани...

Отправляясь в путешествие по местным бухтам, нельзя пройти мимо той, что расположена в Балаклаве. В курортном пригороде почти нет военных судов, вместо них вдоль набережной «припаркованы» яхты и катера, большинство из которых можно арендовать на месте. Да и бухта, в отличие от своей «старшей» сестры, не так масштабна – всего 1,5 км в длину. Но этот факт не отнимает у нее прелести и живописности окружающих ландшафтов. Отсюда как на ладони виден мыс Ая – природный заказник с редкими видами растений и животных – и башни генуэзской крепости Чембало, стерегущие вход в Балаклавскую бухту.

Мероприятия на разного рода судах очень популярны в Севастополе. Хорошей площадкой для одного из них может стать пассажирский колесный теплоход «Доброходъ», спущенный на воду два года назад. Здесь предусмотрены банкетный зал с панорамным остеклением, где могут разместиться до 200 гостей, лаундж-зона, переговорная и несколько кают со всеми удобствами. Верхняя палуба в случае непогоды закрывается тентом, есть камбуз с полным циклом приготовления блюд.



Обитатели музея-аквариума Севастополя – первого подобного музея в Российской империи



Мемориальный комплекс «Сапун-гора» – память об ожесточенных боях времен ВОВ



Фрегат «Херсонес» – отличная площадка для тимбилдинга

«Фишка» судна – большие гребные колеса, напоминающие те, что приводили в движение теплоходы начала прошлого века. Благодаря конструктивным особенностям «Доброходъ» может причалить практически к любому, даже необорудованному, берегу. В городе моряков деловых путешественников ожидает еще один корабль – легендарный учебный фрегат «Херсонес». Он был построен в 1987 г. по типу парусных судов начала XX века. За свою славную историю парусник покорило не одно море, обогнул мыс Горн, а впоследствии был обречен ржаветь в отстойниках Керченского порта. После событий 2014 г. «Херсонес» был передан ФГУП «Росморпорт», восстановлен и модернизирован. Летом прошлого года ремонт фрегата был полностью закончен, и уже осенью корабль принял участие в черноморской регате SCF Black Sea Tall Ships Regatta 2016. Под парусами обновленного «Херсонеса» теперь вновь тренируются матросы, а в межсезонье он может стать площадкой для тематического тимбилдинга. Здесь участников обучают морскому делу, проведут мастер-классы по вязанию морских узлов. Для совещания или фуршета прекрасной подойдет большая каюткомпания. Выбирая местом проведения мероприятия «Херсонес», искать отель будет совсем не обязательно – разместить путешественников можно прямо на судне. Атмосферно и с полным погружением!

ВИННЫЕ РЕКИ, СЫРНЫЕ БЕРЕГА

Какая деловая поездка обойдется без кулинарной составляющей? Севастополю и в этом плане есть что предложить. В последнее время в городе активно развивается гастрономический туризм, формируется бренд «черноморская кухня». Здесь появляются различные фермерские хозяйства, например, по производству сыров, открываются новые рестораны, специализирующиеся на местной сезонной кухне. Город-порт предлагает своим гостям отведать свежую рыбу и морепродукты. Барабулька, катран (черноморская акула), камбала-калкан, приготовленные всевозможными способами, – лишь малая часть из севастопольского меню. Устрицы и мидии также входят в число местных специалитетов. За ними стоит отправиться на ферму «Левиафан», расположенную в бухте Ласпи.

Крым имеет, что предложить в сфере гастрономического туризма



Крым давно славится своими винами. На территории Севастополя разместилось более 20 виноделен, самые крупные и известные из которых «Золотая балка», «Усадьба Перовских» и Инкерманский завод марочных вин.

«Золотая балка» специализируется на выпуске игристых вин. В 2010 г. за качество произведенных напитков предприятие было отмечено высокими наградами на международном конкурсе игристых вин имени Льва Голицына. А привлеченные два года назад инвестиции позволили усовершенствовать технологии производства, начать перезакладку виноградников и продолжить работу над новыми продуктами.

Летом 2016 г. на территории «Золотой балки» открылась новая MICE-площадка – «Шампанерия ТерруАрт». Комплекс состоит из дегустационного зала, бара, фирменного магазина и мансарды, оборудованной для проведения мероприятий. Планируется, что скоро в «Шампанерии» также появится ресторан «крымской» кухни, винный погреб и интерактивный музей. А пока гостей ждут экскурсии по виноградникам, знакомство с производством «Золотой балки» и дегустация вин.

В винодельческом хозяйстве «Усадьба Перовских» сегодня создают белые, красные и игристые вина из лучших западноевропейских сортов винограда. Помимо «тестирования» напитка из солнечной ягоды, гости винодельни могут посетить расположенный рядом с заводом дом-музей Перовских, где в восьми залах представлены семейные реликвии рода основателя винодельческого хозяйства.

Стоит заглянуть и на винзавод в Инкермане. При въезде в Севастополь, на правом берегу речки Черной, на вершине Монастырской скалы находятся руины средневековой крепости Каламита, защищавшей торговый порт Мангупского княжества. Чуть ниже ее башен, у подножия скал находится Свято-Климентовский пещерный монастырь, основанный в VIII–IX вв. монахами, бежавшими из Византии. Неподалеку находится Инкерманский завод марочных вин – одно из самых крупных предприятий классического виноделия Крыма. Известность винодельческому хозяйству принесли не только вина, отличающиеся неповторимым сложным букетом вкуса и аромата, но и его знаменитые подвалы, занимающие 55 тысяч кв. м.



Сибирь делает ставку на инфраструктуру

Хотя рынок продолжает характеризоваться как в целом низкими объемами делового туризма, так и кардинально разнящейся по регионам картины состояния сферы MICE, серьезные инвестиции в инфраструктуру показывают: интерес к ней растет. Все большее число игроков понимает перспективность направления, и в первую очередь речь идет о центрах регионов, входящих в СФО.

«Считаю деловой туризм весьма перспективным направлением, которое надо всячески развивать, – говорит генеральный директор компании «Олимпия-Райзен-Сибирь» (Новосибирск) **Виктор Данн**. – По большому счету этому ничто не мешает, но до сих пор в этой сфере у нас нет внятной стратегии, а кооперация сторон, участвующих в процессе приема бизнес-туристов, нередко сводится к нулю. Однако желание заниматься деловым туризмом в Сибири есть».

Его мнение можно подтвердить, к примеру, статистикой международной сети AZIMUT Hotels, располагающей сразу несколькими отелями в Сибири. По ее данным, за 4 месяца 2016 г. количество гостей в сегменте MICE увеличилось на 9%, а около 54% всех постояльцев относится именно к этой категории. Как считает генеральный директор AZIMUT Hotels **Вальтер Нойманн**, за счет увеличения деловой активности российских компаний и переноса корпоративных мероприятий

в Россию направление (в том числе и в Сибири) ждет рост показателей. И новые инфраструктурные объекты лишними не будут.

ПЛОЩАДОК ХВАТАЕТ

В последнее время инфраструктура, годная для использования в качестве площадок для деловых событий, в СФО быстро растет. Причем современные площадки, готовые принимать приезжающих по делу гостей, появляются не только в крупных городах-миллионниках, но и в гораздо меньших.

Столица СФО, Новосибирск, к примеру, в настоящее время обладает инфраструктурой, мощности которой уже превосходят имеющийся бизнес-поток. «На мой взгляд, как Новосибирск, так и Сибирь в целом вполне способны принимать и большее количество деловых гостей, – уверен Виктор Данн. – Никаких проблем с инфраструктурой, включая размещение, транспорт и площадки для проведения даже крупных мероприятий, организаторы не испытывают».

В столице СФО при годовом турпотоке около 100 тыс. туристов, львиная доля которых приходится на бизнес-гостей, хватает и отелей, и площадок для деловых мероприятий. Как отмечает начальник управления маркетинга, внешнеэкономической деятельности и

Несмотря на достаточно сложную ситуацию на рынке делового туризма, в Сибирском федеральном округе (СФО) активно продолжается работа по введению в строй новых площадок, способных принимать бизнес-гостей. Причем в некоторых регионах предложение начинает превышать спрос и фактически речь идет о работе на перспективу.

Подготовил Владимир СЕРГАЧЕВ

В последнее время инфраструктура, годная для использования в качестве площадок для деловых событий, в СФО быстро растет. Причем современные площадки, готовые принимать приезжающих по делу гостей, появляются не только в крупных городах-миллионниках, но и в гораздо меньших.

туризма Минэкономразвития Новосибирской области **Анастасия Ивашина**, привлекательность региона как туристического центра во многом определяет деловой туризм. «Только в «Новосибирск Экспоцентре» проходит свыше 150 мероприятий в год, подавляющая часть которых представляет собой бизнес-конференции и прочие деловые события», – констатирует она. И это неспроста: достаточно современный выставочный комплекс «Новосибирск Экспоцентр» способен удовлетворить большую часть запросов бизнеса, так как располагает не только выставочными площадями, но и сразу семью конференц-залами максимальной вместимостью до 460 человек.

Вполне годится для организации мероприятий и отельная инфраструктура Новосибирска. Причем к уже имеющимся объектам, таким как отели Doubletree by Hilton Novosibirsk (семь конференц-залов вместимостью до 200 человек), Novosibirsk Marriott Hotel (семь залов с максимумом до 450 человек), «AZIMUT отель Сибирь» (9 площадок вместимостью до 250 человек) добавились и новые, усилившие и без того серьезную конкуренцию за клиента.

Можно назвать по крайней мере два новых крупных объекта. Первым из них в 2016 г. начала работу гостиница Domina Novosibirsk, входящая в соответствующую итальянскую сеть. 11-этажный отель уровня 4* (объем инвестиций около 1,5 млрд рублей), ставший вторым для нее в РФ, Domina построила недалеко от вокзала: он ориентирован как раз на деловых гостей. Инфраструктура соответствующая: кроме 218 номеров разных категорий (от стандартных до люкса) и полного набора услуг (включая фитнес-центр), в отеле находятся четыре конференц-зала, вместимость каждого из которых составляет 60 человек. По словам генерального менеджера представительства холдинга в России **Кристины Кузнецовой**, в 2017 г. в Domina Novosibirsk будет достигнута загрузка, сопоставимая со средним показателем в аналогичных отелях Новосибирска (свыше 50%).

Совсем недавно начал работу и новый MIROTEL, который классифицирован на уровень 4* (всего в Новосибирске таких гостиниц пять) и успешно принимает гостей. Как подчеркнула эксперт **Ольга Звягина**, гостиница приятно удивила качеством услуг и по ряду позиций соответствует уровню пятизвездочного отеля. Включая и деловую инфраструктуру: в отеле круглосуточно работает бизнес-центр, есть конференц-залы и комната переговоров. При этом один из залов для конференций (110 кв. м) рассчитан на аудиторию до 80 человек, а второй (35 кв. м) – на 30 персон (могут использоваться как раздельно, так и вместе). А поскольку в MIROTEL есть также ряд объектов для отдыха (клуб «Париж», караоке-бар «Гранд-Опера» и т. д.), скучать бизнесменам не придется.

Аналогичные процессы идут и в других центрах регионов Сибири. В Тюмени, например, весной 2016 г. на

базе одного из реконструированных отелей открылся Double tree By Hilton Tyumen: потратив около 1 млрд рублей, инвестор за три года превратил гостиницу в объект другого уровня. По оценкам гостей, сервис, дизайн и техническое оснащение интерьеров отеля соответствуют самым высоким требованиям международной сети Hilton.

Кроме 195 отличных номеров здесь есть и хорошая деловая инфраструктура. В нее входит, к примеру, целая вереница трансформируемых конференц-залов, оснащенных передовой электроникой. В их числе – и самый большой зал для проведения конференций и банкетов Diamond площадью в 250 кв. м.

В Иркутске тоже появилась новинка – отель «Байкал – Северное море»: он начал работу в июле 2016 г. По словам менеджера службы продаж **Надежды Юрышевой**, кроме 120 комфортабельных номеров (из них 13 люксов), здесь есть и конференц-зал (130 кв. м) вместимостью до 100 человек. «Наши сотрудники рады помочь в организации любого делового мероприятия», – констатирует она, подтверждая, что под бизнес-цели может быть арендован и банкетный зал на 50 персон. А в скором времени гости смогут воспользоваться и услугами современного спа-комплекса.

Есть приятные для сферы MICE новинки и в других сибирских регионах. Так, в Кемерово их тоже две. Новый отель Olymp Plaza (4*, 66 номеров, разделенных на четыре категории), в частности, предлагает и возможность проведения конференций (в том числе видео). А первый в Кемерово пятизвездочный отель Tom River Plaza (инвестиции в проект – около 500 млн рублей), размещившийся в реконструированном здании гостиницы «Томь», располагает 112 номерами (включая пять люксов, шесть студий и один «президентский люкс»), а также спортзалом, спа-центром с бассейном, рестораном и тремя конференц-залами. Самый большой из них, площадью в 105 кв. м, может обеспечить размещение до 120 человек.

Появилась и новая остиница в Хакасии: в Абакане открыт бизнес-отель «Азия» (116 номеров различной категории, включая 74-метровый «Президентский люкс» по цене 15 тыс. рублей в сутки). Помимо прочих деловых «удобств», здесь есть и хорошая конференц-зона. В ее состав входят большой конференц-зал (105 кв. м, до 150 человек), переговорная комната (38 кв. м, до 20 человек) и VIP-зал (30 кв. м, до 15 человек).

И это только некоторые из новинок сферы MICE, уже реализованные в Сибири. Самое главное – продолжение следует.

НА НОВЕНЬКОГО

В ближайшие несколько лет в Сибири планируется ввести в эксплуатацию еще до десятка крупных объектов, способных принимать деловых туристов.

Причем многие из них станут управляться международными сетями, что, безусловно, повысит как качество услуг, так и доверие со стороны гостей.

В Тюмени в ближайшие три года будет реализовано как минимум три больших проекта. В их числе сетевые отели Hilton, Accor и Domina. В частности, Domina намерена возвести отель уровня 3* емкостью в 190 номеров. По словам начальника отдела инвестиционной политики областного Департамента инвестполитики и поддержки предпринимательства **Игоря Борисова**, проект включает в себя не только гостиницу, но и апартаменты, фитнес-центр, спа-зону и два конференц-зала, а объем инвестиций составит 2 млрд рублей.

Инвестор проекта Hampton by Hilton (емкость отеля – 136 номеров), тюменская компания «Сибстройсервис» планирует завершить его реализацию к 2019 г. К этому же времени намерена успеть и «АРСИБ Холдинг Групп», приступающая к строительству в Тюмени гостиницы Ibis на 150 номеров (объем инвестиций – 1,8 млрд рублей).

Отель этого же бренда уже в 2017-м должен появиться и в Иркутске. По словам генерального директора группы Accor по России и СНГ **Алексиса Делароффа**, самый восточный в России Ibis (в Сибири они пока есть только в Омске и Красноярске) будет иметь емкость в 125 номеров и сможет предоставить сервис как обычным, так и деловым туристам. «Иркутск – крупный город с развитым туризмом и промышленностью, поэтому мы его и выбрали», – замечает он. Не исключено, что в 2017-м в Иркутске появится и свой Hilton.

Во всяком случае председатель местного Комитета экономики **Руслан Ким** подчеркнул, что на 2017-й планируется открытие в городе двух сетевых отелей (Ibis и Hilton), что значительно повысит шансы Иркутска при выборе туристами.

Есть сходные планы и в других регионах. Например, в Томске начальник областного департамента инвестиций **Александр Федченко** подчеркивает, что существуют компании, которые рассматривают Томск и Барнаул в качестве городов, где можно реализовать строительство гостиниц международного уровня: с одним из инвесторов идет работа над поиском площадок под строительство. Возможно, речь идет о Domina, которая ранее уже анонсировала намерение открыть сетевой отель в Томске.

В Кызыле (Республика Тыва) продолжают строительство отеля уровня 4*, которое началось еще в конце 2013 г. Потребность в таком отеле в столице Тывы остра: пока здесь находятся всего восемь гостиниц (из них лишь две – уровня 3*), и поэтому появление объекта другого уровня качества (новый 9-этажный отель рассчитан более чем на 130 номеров, включая два «президентских») с деловой зоной может коренным образом изменить ситуацию.

Вместе с тем с учетом реалий инвесторы и управленцы вносят коррективы. Так, Hilton Worldwide взяла тайм-аут в деле строительства гостиничного комплекса на 1,5 тыс. номеров на курорте «Белокуриха-2», а компания «Ривер Парк» «заморозила» возведение нового конгресс-центра в Новосибирске. Выход в Новосибирск в 2016 г. не осуществил и оператор Wyndham Worldwide с брендом Ramada.

Причин несколько, но все определяет рынок, который только сейчас начинает расти. Впрочем, есть в деле развития сибирского MICE и другие «тормоза».

РАЗНОНАПРАВЛЕННЫЕ УСИЛИЯ

«Когда нет взаимодействия между бизнесом и властью на уровне региона и округа, а каждый сам по себе – даже титанические усилия не приводят к результатам, которые могли бы быть при общем скоординированном стремлении к одной цели», – констатирует Виктор Данн.

В условиях, когда поток бизнес-туристов «обмелел», а количество желающих поделить этот «пирог» продолжает расти, ситуация становится особенно сложной. По оценке генерального директора ОАО «Ривер Парк» (Новосибирск) **Олега Торопкина**, к примеру, вывод на рынок гостиниц Park Inn и Domina привел к тому, что в гостиничной отрасли города появился избыток предложения. «Бизнес-отели в городах, где гости работают, а не отдыхают (к примеру, в Новосибирске или Красноярске) показывают отрицательную динамику», – замечает он.

В свою очередь генеральный директор иркутской фирмы Greenexpress **Вадим Копылов** полагает, что с точки зрения клиента появление новых площадок хорошо – это позволяет ему получать более выгодные цены. «Однако для самих площадок это означает усиление конкуренции, что особенно заметно влияет на рынок за рамками высокого сезона», – уверен он. И появление каждого нового игрока конкуренцию только ужесточает. Впрочем, новички трудностей не боятся.

«Конкуренции не опасаемся, – заверяет генеральный менеджер представительства Domina в России **Кристина Кузнецова**. – Ведь она заставляет держать высокую планку и формирует качественный сервис».

В этой связи эксперты уверены: сейчас на рынке делового туризма Сибири может выиграть только тот, кто способен за доступную стоимость предложить услуги более высокого качества.

В целом, по их мнению, конкуренция идет направлению на пользу, поскольку способствует его развитию и повышению качества «товара» на фоне снижения стоимости услуг. «Ведь в конечном итоге выигрывает потребитель», – считают они.



Отели СФО, такие, в частности, как: Double Tree by Hilton Tyumen (1), ibis (2,3), Domina Novosibirsk (4), обладают необходимой инфраструктурой для приема бизнес-групп



© Дмитрий Петренко, руководитель проекта Bizavnews.ru



© Дмитрий Петренко, руководитель проекта Bizavnews.ru

Ничего личного, только бизнес. Наверное, так точнее всего можно охарактеризовать бизнес-авиацию. Частный самолет уже давно стал серьезным деловым инструментом, который позволяет оптимизировать важнейший ресурс современного предпринимателя – время. Глобализация экономики заставляет постоянно передвигаться по миру, на шаг опережая конкурентов. Не удивительно, что в условиях острой борьбы деловые люди часто обращаются к бизнес-авиации, а некоторые даже задумываются о покупке собственного самолета.

Ничего личного, только бизнес

УРАВНЕНИЕ С ТРЕМЯ НЕИЗВЕСТНЫМИ

Существует три основных способа попасть в бизнес-джет. А именно – взять в аренду, участвовать в программе долевого владения и купить самолет целиком. «Чартерные перелеты – самый бюджетный вариант в бизнес-авиации, они подходят для самого широкого круга путешественников: от разовых полетов в год до двух-трех перелетов в месяц», – рассказывает **Алишер Эльмурадов**, совладелец брокерской компании LL Jets. Стоимость на популярных чартерных направлениях из Москвы в Ниццу, Цюрих, Париж колеблется в диапазоне 30 тыс. евро на большом комфортабельном самолете типа Challenger 605. Джет поменьше, например, Citation XLS, обойдется в 20 тыс. евро. А если повезет подсесть на пустой возвращающийся борт, то ценник можно сбить на 30–50%.

Второй вариант, доленое владение, подразумевает, что человек пользуется бортом довольно часто, но меньше 400 часов в год. Пионером долевого владения считается компания Уоррена Баффета NetJets, которая практикует «расчленение» самолетов с 80-х годов прошлого века. Схема выглядит следующим образом – бизнесмен покупает долю в самолете, которой соответствует определенное число летных часов в год. Например, 1/16 доли самолета равняется 50 часов налета в год и стоит порядка \$550 тыс. (на небольшом бизнес-джете типа Phenom 300 для 9 пассажиров). Максимальная доля – это половина самолета, за которую бизнесмен получает 400 часов в год. Стоимость этой доли составляет \$4,4 млн. В принципе за эти деньги на вторичном рынке уже можно купить десятилетний самолет типа Citation CJ3, рассчитанный на 9 пассажиров. При расторжении контракта бизнесмену возвращается доля от рыночной стоимости борта, т. е. сумма, меньшая, чем он заплатил первоначально. Об этом

предпочитают не говорить до определенного момента, но покупая часть самолета, клиент ежемесячно оплачивает также текущие эксплуатационные расходы. А это – топливо, техническое обслуживание, кейтеринг, сборы за взлет и посадку. В зависимости от размера самолета и доли в нем текущие расходы могут составлять от \$9 600 до \$60 тыс. в месяц. В итоге доленое владение становится переходной ступенью: дороже, чем чартер, но менее накладно по сравнению с содержанием собственного самолета. Третий вариант – полное владение частным самолетом. В этом случае ценник может варьироваться от \$3–5 млн за легкий самолет до \$70 млн за дальнемагистральные бизнес-джеты и \$200–300 млн за роскошные лайнеры типа Airbus и Boeing. Но главное, что нужно знать, – к сумме контракта прибавляются значительные эксплуатационные расходы. Так что размер эксплуатационных затрат за несколько лет легко может превзойти стоимость самого самолета.

ДЬЯВОЛ КРОЕТСЯ В ДЕТАЛЯХ

Будет не лишним сказать, что покупка собственного самолета – серьезный шаг, сопряженный с рисками, кредитованием, международными юрисдикциями и десятками других нюансов. Поэтому не стоит скупиться на консалтинг: квалифицированные советы при выборе модели, подборе экипажа, месте прописки самолета могут значительно снизить расходы на его содержание в долгосрочной перспективе. Самолеты различаются не только по своим летно-техническим характеристикам и цене, но и по уровню годовых эксплуатационных расходов. Из чего они складываются? Это заводская стоимость, подготовка экипажа, дооснащение самолета, зарплата экипажу, страховка, комиссия за управление авиакомпанией, стоимость топлива и техобслуживания и операционные расходы (аэропортовые и аэронавигационные сборы, кейтеринг), размер которых зависит от количества летных часов. Все это необходимо учитывать и при принятии решения о покупке, и при выборе определенной модели. Если самолет приобретает не только для подтверждения статуса владельца, но и с целью эффективного использования, необходим тщательный анализ и точный расчет. Важно найти верный баланс между собственными потребностями и предпочтениями и целесообразностью вложения денег в частный или корпоративный самолет.

ВОЗДУШНАЯ ИПОТЕКА

Одно из первых и важнейших решений – это выбор схемы финансирования: кредит или лизинг. Условия получения кредита в разных банках существенно различаются и, как правило, определяются в инди-

видуальном порядке путем достаточно длительных переговоров с клиентом. Один из ключевых моментов при покупке нового самолета – найти управляющую компанию, аккредитованную международным банком. Это значительно упростит процедуру кредитования и сэкономит время. Один из активных игроков банковского сектора – это швейцарский банк UBS. Как и в случае с покупкой автомобиля, самолет требуется застраховать. Услуги по страхованию воздушного судна предоставляют как страховые компании, так и международные страховые брокеры. Принципиальная разница состоит в том, что страховая компания несет ответственность перед клиентом в полном объеме, указанном в полисе, и в случае необходимости перестраховывает риски. Брокер же не несет перед клиентом денежных обязательств при наступлении страхового случая, ответственность распределяется между страховыми и перестраховочными компаниями, которым брокер распределил долю риска.

МЕСТО ПРОПИСКИ

Выбор места и типа регистрации определяет тот круг возможностей и, наоборот, ограничений, которые получает владелец бизнес-джета. Существует два варианта: коммерческая эксплуатация, когда самолет в свободное от полетов владельца время выполняет чартерные рейсы, и частная – в этом случае самолет совершает полеты исключительно в интересах владельца.

Квалифицированные советы при выборе модели, подборе экипажа, месте прописки самолета могут значительно снизить расходы на его содержание в долгосрочной перспективе.

© Дмитрий Петроченко, руководитель проекта Biztravelnews.ru



«С мальтийским префиксом 9N нам удастся заметно экономить на хендлинге и авиатопливе, – делится опытом Ираклий Литанишвили, собственник группы компаний Aim of Emperor. – В отличие от широко известных офшорных реестров Арубы, Бермудов и Каймановых островов, Мальта возвращает НДС, что позволяет оптимизировать расходы по этой статье от 20 до 50%. Аналогичная процедура предусмотрена в хендлинге, где экономия составляет 10–20%».

Традиционно популярными авиационными реестрами среди российских собственников бизнес-джетов считаются Европа (Австрия и Швейцария), офшорные государства (Арубы, Бермуды, Каймановы острова). Правда, в последнее время наметился определенный отток в сторону новых более выгодных авиационных реестров. В первую очередь на Мальту и остров Мэн. В случае с Мальтой интерес связан с тем, что с 2004 г. Мальта находится в Еврозоне, а значит, имеет все преимущества объединенной Европы. Для российских собственников бизнес-джетов это означает беспрепятственные полеты по всем 28 странам Евросоюза. Для сравнения, если самолет зарегистрирован в России, то на получение разрешения уйдет от нескольких часов до 14 дней. Кстати, европейское направление – самое популярное у россиян: по данным компании Aim of Emperor, имеющей сертификат эксплуатанта Мальты, в год на него приходится минимум 70% от всех рейсов. Вторым несомненным преимуществом является гибкая налоговая политика Мальты. «С мальтийским префиксом 9N нам удастся заметно экономить на хендлинге и авиатопливе, – делится опытом Ираклий Литанишвили, собственник группы компаний Aim of Emperor. – В отличие от широко известных офшорных реестров Арубы, Бермудов и Каймановых островов, Мальта возвращает НДС, что позволяет оптимизировать расходы по этой статье от 20 до 50%. Аналогичная процедура предусмотрена в хендлинге, где экономия составляет 10–20%».

СКОЛЬКО СТОИТ САМОЛЕТ

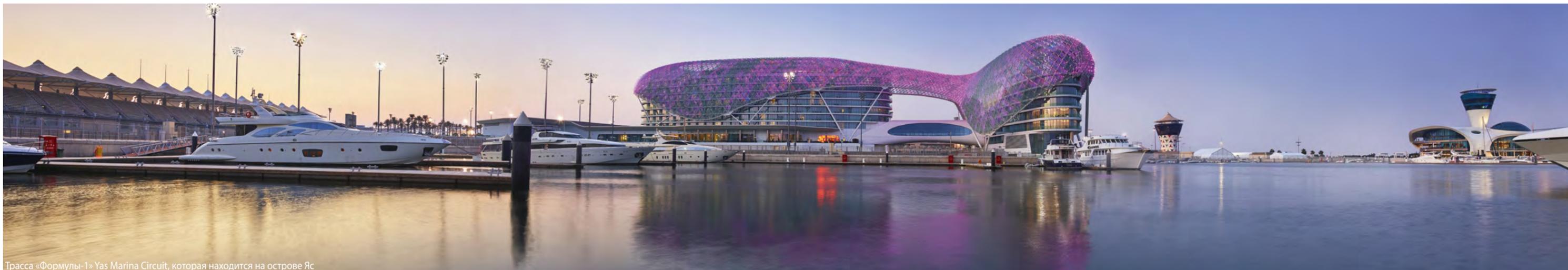
Понимая прямые и переменные статьи расходов, можно определить затраты, которые ожидают будущего владельца ежегодно. Итак, популярный в России дальнемагистральный бизнес-джет Global 5000 стоит порядка \$50 млн. В год прямые расходы – а это топливо, техническое обслуживание, зарплаты экипажу, страховка – будут обходиться примерно в \$1 млн 300 тыс. К этому нужно добавить переменные расходы, которые напрямую зависят от того, как интенсивно планирует летать собственник. Они в среднем составляют еще \$1 млн 400 тыс. Итого: \$2 млн 700 тыс. Разумеется, самолеты высшей ценовой категории дороже в обслуживании, в то время как средний и легкий классы более экономичные. Так, легкий реактивный самолет HondaJet, вместительность которого составляет 7 человек, обойдется владельцу всего ориентировочно в \$800 тыс. в год. Нужен ли собственный самолет – решать вам. Людей, арендующих бизнес-джеты, значительно больше, чем тех, кто покупает собственный. Бизнес-чартер проще и экономичнее, но и у него есть минусы. У разных операторов разный уровень сервиса, в итоге ощущения заметно колеблются от полета к полету. Есть и риск того, что не удастся заказать срочный вылет, а также точно спрогнозировать расходы на передвижение из-за колебания цен. Частный самолет – это максимальная гибкость, конфиденциальность и привычный комфорт при высоких инвестициях в приобретение и постоянные расходы на эксплуатацию.



Абу-Даби. Оазис среди песчаных дюн

Последние несколько лет Абу-Даби приковывает к себе внимание организаторов мероприятий, успешно конкурируя с соседним Дубаем. Причины, как говорят игроки рынка, в благоприятных условиях для MICE, созданных в столице Объединенных Арабских Эмиратов, интерес к которым заметно вырос после упрощения въездных правил для граждан России.

Подготовила Анна ЮРЬЕВА



Трасса «Формулы-1» Yas Marina Circuit, которая находится на острове Яс

«Во-первых, это столица, которая стремительно развивается, имеет прекрасную инфраструктуру. Очень важна их заинтересованность в клиентах, в развитии туристического направления. Это выражается в создании привлекательных условий для крупных мероприятий, в активной позиции офиса по туризму с представительством в Москве», – рассказала директор по развитию компании «Демлинк» **Ирина Карнаухова**.

МЕРОПРИЯТИЯ МИРОВОГО УРОВНЯ

Прошлый, 2016 г., назван рекордным для Конгресс-бюро Абу-Даби, которому удалось утвердить проведение четырнадцати конференций, где в общей сложности примет участие 35 тысяч человек.

В прошлом году были утверждены, в частности, Паралимпийские игры 2019, которые посетят более 10 тысяч гостей, Международная конференция по медицине и медицинским специальностям 2018, а также Региональная конференция Всемирной федерации ожирения 2017. В 2020 г. в Абу-Даби состоится 6-й Конгресс Всемирного союза обществ по заживлению ран, который посетят около 6 тысяч специалистов, и Конференция Всемирной организации докторов, специализирующихся на семейной медицине (Wonca World Conference) с 4 тысячами делегатов.

Среди наиболее крупных мероприятий, проходящих в эмирате, можно назвать Международную нефтегазовую выставку и конференцию ADIPEC, Международную конференцию и выставку оборонной промышленности IDEX, конференцию E-CRIME ABU DHABI, выставку технологий и оборудования для обеспечения безопасности ISNR 2018 – SECURITY NATIONAL & RESILIENCE и другие.

«В целом крупные выставки и конференции чаще всего проводятся по отраслям: нефтегазовый сектор, инновации, медицина, вооружение, информационная безопасность», – рассказал специалист по туризму и MICE Управления по туризму и культуре Абу-Даби **Максим Шандаров**. По его словам, проводится и множество приемов на высшем государственном уровне для правительственных делегаций со всего мира, а также крупные спортивные и развлекательные мероприятия.

ОТ КАЯКОВ ДО «ФОРМУЛЫ-1»

Главная площадка для больших мероприятий в Абу-Даби – Национальный Выставочный Центр ADNEC общей площадью свыше 57 тысяч кв. м с сов-

ременной инфраструктурой, оборудованными помещениями для переговоров, различными кафе, парковкой на 7500 автомобилей и конференц-центром World Trade Centre.

Помимо него, в эмирате есть такие площадки, как Al Ain Convention Centre в городе Аль-Айн, Zayed University Convention Center в Абу-Даби, Парижский университет Сорбонна в Абу-Даби, гольф-клубы Abu Dhabi Golf Club, Yas Links и Al Ghazal, выставочный центр Manarat Al Saadiyat, площадка Du Forum и другие.

Конференц-центры есть и в крупных отелях, расположенных на первой линии моря недалеко от центра города. Например, это St Regis Saadiyat Island, Park Hyatt Abu Dhabi, Emirates Palace. Для конференц-центров здесь оборудованы отдельные зоны приема гостей, парковки, рестораны. Здесь участникам мероприятий удобно совмещать деловую часть поездки с отдыхом на первоклассных пляжах.

Как отметил г-н Шандаров, в Абу-Даби есть отели, специализирующиеся именно на конгрессном и конференц-туризме. Например, уникальный отель Hyatt Capital Gate. Это самое наклоненное здание в мире с углом наклона 18 градусов от вертикальной оси. Оно напрямую соединено с крупнейшим в эмирате выставочным центром ADNEC, то есть можно прямо из отеля, не выходя на улицу, попасть на выставку.



На трассе «Формулы-1» Yas Marina Circuit есть картинг-стадион, где можно провести корпоративные соревнования на картах, причем для управления этой машиной даже не надо иметь права

«Из необычных мест проведения мероприятий можно упомянуть конференц-центр отеля Anantara Desert Island, расположенный на острове Сир-Бани-Яс. Здесь деловое мероприятие можно совместить с джип-сафари, включающим в себя наблюдение за дикими животными (жирафами, гепардами, ориксами, газелями и т.д.), а также с обучением нырянию с аквалангом (в отеле есть свой дайвинг-центр с глубоким бассейном)», – рассказал Максим Шандаров. Он добавил, что конференц-центр этого отеля находится прямо на пляже с открытым морем.

Интересные возможности эмират предлагает для корпоративного туризма, ин센тивов и тимбилдингов. Например, поездку в пустыню и связанные с этим развлечения: катание на верблюдах или по песчаным дюнам высотой до 100 м (на джипах или сэндборде), посещение бедуинов, стрельбу из лука, наблюдение за соколиной охотой.

Из корпоративных программ, связанных с водной стихией, можно отметить катание на каяках среди мангровых зарослей, которому легко можно придать эффект игры или квеста. Отправиться на такую экскурсию можно из отеля Anantara Eastern Mangroves, расположенного в 20 минутах езды от центра города. Также можно заказать выход в море на парусном катамаране группы до 40 человек с купанием на необитаемом острове, нырянием с маской и т.п. Среди корпоративных заказчиков популярны вечерние круизы на старинных судах (или стилизованных под них) с ужином с арабским колоритом. Интересно воспользоваться экскурсией Pearl Journey на старинной лодке доу, во время которой вам расскажут о том, как в Абу-Даби в прошлые века жили и работали ловцы жемчуга.

На острове Яс находится трасса «Формулы-1» Yas Marina Circuit с прилегающим к ней пятизвездочным отелем Yas Viceroy. Здесь можно заказать корпоративный гоночный заезд (до 30 гоночных машин одновременно), и включить в программу мероприятия награждение победителей на настоящем подиуме «Формулы-1».

Здесь также есть картинг-стадион, где можно провести корпоративные соревнования на картах, причем для управления этой машиной даже не требуется наличие прав.

ЗДЕСЬ ГОВОРЯТ: NO PROBLEM!

Опрошенные ВТ эксперты отмечают растущую популярность эмирата для проведения деловых мероприятий. Она обусловлена, комфортными условиями, которые созданы в Абу-Даби для организаторов встреч.

«Особенностью, которая отличает организацию и проведение ивентов в Абу-Даби, можно считать оперативность и четкость на каждом этапе: прямой перелет рейсами национальной авиакомпании Etihad позволяет с комфортом долететь до места проведения мероприятия; быстрое прохождение паспортного контроля и получение в аэропорту бесплатной визы на 30 дней, а также огромные возможности, способные удовлетворить самых взыскательных клиентов», – рассказала заместитель генерального директора по туризму компании Space Travel **Ольга Баландина**. «Уровень безопасности, сервиса и качества питания – это именно то, что выгодно отличает столицу и весь столичный регион. Здесь не говорят: нет, здесь говорят: no problem!», – подчеркнула эксперт.

Как отметил Максим Шандаров, из Москвы в Абу-Даби летает только Etihad, но ввиду близкого расположения до Абу-Даби можно легко и быстро добраться из Дубая или Шарджи, в которые летает множество авиакомпаний. «По вариантам размещения и конференц-возможностей Абу-Даби уступает Дубаю только в количестве, но не в качестве. При этом гибкость отелей в вопросах ценообразования также можно отнести к плюсам Абу-Даби как MICE-направления», – подчеркнул г-н Шандаров.

О гибкой политике объектов размещения рассказала Ольга Баландина. По ее словам, размещение в Абу-Даби дешевле, чем в Дубае, и отели для групп наиболее охотно дают привлекательные цены и цены на конференц-пакет. «С эмиратом гораздо проще работать и получать выгодные предложения. К примеру, поездка, которую мы помогли оформить для правительства Краснодарского края на одну из выставок, обошлась значительно дешевле, чем предыдущая в Дубай, даже стоимость услуг переводчика значительно ниже, не говоря уже о размещении в отеле», – сказала г-жа Баландина.

«Очень привлекателен уровень цен, что позволяет оптимизировать бюджет мероприятий», – отметила Ирина Карнаухова. – При этом близость к Дубаю позволяет перенести туда часть программы либо съездить на прогулку самостоятельно».

По ее словам, Абу-Даби предоставляет огромный выбор отелей любой категории, причем даже в пустыне. «Представлены все основные мировые цепочки. Конференц-возможности, как говорится, на любой вкус! Практически в каждом отеле уютные, оборудованные по последнему слову техники залы. Национальный выставочный центр – суперсовременный, под любой масштаб мероприятий. Про выбор ресторанов даже говорить не надо. И, конечно, самые прекрасные пляжи», – подчеркнула Ирина Карнаухова.



© viewingmalta.com Remigio Fedrigotti

Мальта.

MICE НА МАЛЬТЕ:
www.meetmalta.ru
www.conventionsmalta.com

КОМПАНИИ DMC:
www.visitmalta.com/ru/service-providers
www.facebook.com/meetmalta

Встречаемся под открытым небом

У мальтийского архипелага устойчивая репутация одного из лучших мест в Европе для проведения конгрессно-выставочных мероприятий и инсентив-программ. Мальта невелика, но располагает для этого множеством мест. Это могут быть современные конгресс-центры, дворцы, музеи, доисторические храмы...

Подготовил Александр ПОПОВ

Особое преимущество Мальты перед многими другими странами – мягкий климат. С апреля по ноябрь здесь можно проводить мероприятия под открытым небом: на площадях, прибрежных скалах, в парках и набережных, в сельской местности. Многие исторические места и природные достопримечательности на Мальте образуют естественные декорации для мероприятий. Большинство конгресс-отелей расположены в прибрежной полосе, что облегчает вопросы организации. В силу небольших размеров этого островного государства здесь можно, например, заменить автобусный трансфер на поездку к месту рабочей встречи скоростным катером или прибыть таким же способом на пляж к месту начала инсентив-программы.

СИДЖИВИ. МУЗЕЙ КАМНЯ

Бывший карьер на окраине городка Сидживи (Siggiewi) превращен в Парк-музей камня (Limestone heritage). Это, вероятно, одно из самых необычных мест для MICE-мероприятий на Мальте.

Парк удостоен многих наград. Здесь можно познакомиться с геологической историей этих мест за последние два миллиона лет, узнать о традициях мальтийской каменной архитектуры со времен неолита. Об этом рассказывают естественные декорации, представлены богатая коллекция инструментов для обработки камня, строительное оборудование, средства транспорта. На мультимедиаэкранах и диорамах демонстрируются сцены добычи известняка. Участники MICE-программ могут принять участие в состязаниях по пейнтболу или стрельбе из лука, покататься на подвесной канатной дороге, спуститься по веревке вдоль стены карьера или принять участие в создании каменной скульптуры. Ночью благодаря искусной подсветке парк превращается в оригинальное место для памятных ужинов и вечеринок. Парк может вместить до 600 гостей на фуршет или 400 в рассадку под открытым небом. Предоставляются услуги по кейтерингу на всей территории.
www.limestoneheritage.com



Мы откроем для Вас любые двери на Мальте!

Вы получите «Полный гоступ (статус AAA)» от «Конвеншенс Мальта» - официального MICE бюро Мальты, Гозо и Комино. Потому что все, что возможно нам, возможно и для Вас. Мы сделаем ВСЕ, чтобы сделать Ваше мероприятие успешным. Ужин во дворце? Коктейль в форте? Семинар во время круиза вокруг островов? Мы найдем именно то, что нужно Вам здесь на Мальте, всего в нескольких часах перелета от Москвы.

www.conventionsmalta.com | mice@malta.ru | +7 495 2231506

Welcome Aboard



ВАЛЛЕТТА. ВЕРХНИЕ САДЫ БАРРАККА

Одним из мест проведения мероприятий на открытом воздухе в Валлетте может стать красивый общественный парк Верхние сады Барракка (Upper Barracca Gardens), расположенный на высоком скалистом утесе, с которого открывается замечательная панорама Большой Гавани, прекрасный вид на расположенные на ее противоположной стороне Три Города (Сенглея, Коспикуа, Витториоза) и форт Сент Анджело (Fort St. Angelo), резиденцию рыцарей Святого Иоанна. Парк можно полностью арендовать для ужина на свежем воздухе для группы до 300 гостей.

Ниже на широком выступе бастиона стоят орудия Праздничной батареи, которая была установлена здесь в XVI в. в военных и церемониальных целях. Помимо праздничных дней батарея ежедневно дает залп в полдень.

ГОЗО

Соляной бассейн. На северном побережье Гозо недалеко от курорта Марсальфор в местечке Швейни (Хвейни) расположен Соляной бассейн (Salt Pans), который до сих пор используется для добычи морской соли. Лунки бассейна высечены в прибрежной плоской скале. Много веков назад соль использовалась в качестве валюты в торговых обменах для получения товаров. Сегодня соль, добываемая на соляном промысле Швейни, продается в большинстве супермаркетов мальтийских островов. Соляной бассейн может стать впечатляющей сценой для изысканного ужина под звездами или обеда команды после сеанса подводного плавания, ведь Швейни к тому же и популярное у дайверов место.

Лазурное окно. На Мальте практически не бывает приливов и отливов и это является дополнительным плюсом в пользу проведения обедов, ужинов или барбекю на свежем воздухе на берегу моря, например, с видом на Лазурное окно на мысе в бухте Дуэйра (Dweira Bay).

Две поднимающиеся из воды огромные каменные глыбы, накрытые сверху куском скалы длиной около 100 м, являются одним из туристических брендов Мальты. В мероприятия могут принять участие до 250 человек.

Дополнительным «аттракционом» станет лодочная экскурсия. На другой стороне мыса, в 200 м от Лазурного окна, находится заливчик, связанный с открытым морем тоннелем в скале (100 м). Это Внутреннее море (Inland Sea). Отсюда за несколько евро лодочки возят туристов через тоннель в открытое море для осмотра многочисленных гротов и главное – замечательного Лазурного окна. Продолжительность путешествия – 30 мин.

ИНСЕНТИВ. ОБЗОР ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Мальтийский архипелаг располагает замечательными возможностями для инсентив-программ. Это могут быть битвы на кораблях или колесницах, гладиаторские игры, преследование «нарушителя» на улицах Валлетты или гонки на багги по фермерскому угодию, соревнования по дайвингу, прогулки на яхте, рыбалка в открытом море и даже парусная регата. Популярны поездки на сигвеях.

А можно оказаться в результате «кораблекрушения» на пустынном пляже «необитаемого острова» и постараться выбраться на «большую землю». Неожиданным предложением станет ужин-сюрприз, когда гостям до конца неизвестно, где он состоится. На Мальте широкий выбор гастрономических программ: винные дегустации, джип-сафари за продуктами для собственного банкета, курсы от шеф-повара...

По количеству праздников или фестивалей Мальта занимает, пожалуй, первое место в Европе. Формируя программу МИСЕ-поездки, интересно совместить ее с каким-либо из них.

И, наконец, можно отправиться в однодневную поездку на Сицилию.



Германия.

МИСЕ-триумвират

БАДЕН-ВЮРТЕМБЕРГ

Земля Баден-Вюртемберг – один из самых экономически сильных регионов Европы. Это способствует постоянному развитию здесь инфраструктуры МИСЕ. К основным центрам делового туризма в Баден-Вюртемберге относятся Штутгарт и близлежащий Людвигсбург, Баден-Баден, Фрайбург, Карлсруэ, Гейдельберг, Фридрихсхафен и «Европа-парк». Для деловых путешественников из России наиболее интересны будут: Штутгарт, и близлежащий Людвигсбург, Баден-Баден, Фрайбург, Карлсруэ, Гейдельберг, Фридрихсхафен.

ШТУТГАРТ

В городе создана прекрасная инфраструктура для проведения бизнес-мероприятий. Здесь находятся Международный конгрессный центр – ICS (International Congress Centre), выставочный комплекс – Stuttgart Exhibition Centre, культурно-конгрессный центр Лидерхалле – Liederhalle Cultural and Congress Centre и примерно 250 других конгрессных центров, конфе-

ренц-отелей. Приятным дополнением в свободное время может стать посещение музеев автомобильных концернов – Mercedes-Benz Museum, Porsche Museum, Государственной галереи Штутгарта, Музея искусств Штутгарта... Хорошо прогуляться по площади Шлоссплатц, осмотреть город с телевизионной башни, побывать на ярком народном фестивале Канштаттер Вазен, в знаменитой штутгартской Винной деревне на рождественском базаре.

Общий гостиничный фонд Штутгарта составляют 480 отелей на 42 тыс. мест. Для размещения здесь можно порекомендовать отели Moevenpick Hotel Stuttgart Airport & Messe 4*, Wyndham Stuttgart Airport Messe 4*, Maritim Hotel Stuttgart 4*, Le Meridien Stuttgart 5*, Arcotel Camino Stuttgart 4*, Steigenberger Graf Zeppelin 5* и Hotel Pullman Stuttgart Fontana 4*. Moevenpick Hotel Stuttgart Airport & Messe 4*, Wyndham Stuttgart Airport Messe 4*, Maritim Hotel Stuttgart 4* относятся к сегменту отелей, ориентированных на деловых туристов.

www.congress.stuttgart-tourist.de
www.messe-stuttgart.de

Несмотря на известные политические неурядицы и вытекающие из этого экономические проблемы, многие немецкие компании продолжают активно продвигать свой МИСЕ-продукт на российском туристическом рынке. К ним относятся такие направления, как Баден-Вюртемберг, Саксония и Нёльн.

Подготовил Александр ПОПОВ

© viewimgmalta.com Maurizio Modena

© viewimgmalta.com Mario Galea

© viewimgmalta.com Mick Cundy

1. Верхние сады Барракка
2. Соляной бассейн
3. Лазурное окно
4. Парк-музей камня
5. Красочные фестивали Мальты могут стать отличным дополнением к любому мероприятию



Людвигсбург

Город находится примерно в 20 минутах езды от Штутгарта. Главная достопримечательность – роскошный дворец-резиденция XVIII в., который назвали «швабским Версалем». Здесь нередко проводятся крупные торжественные мероприятия, приемы, банкеты. В дворцовом парке ежегодно с апреля по октябрь устраивается старейшая в Германии выставка садово-паркового искусства «Цветущее барокко».
www.schloss-ludwigsburg.de



Фридрихсхафен

Город стоит на берегу Боденского озера. Он входит в число немецких центров проведения крупных международных ярмарок. Среди них: ярмарка воздухоплавания (Aero), ярмарка водного спорта (Interboot), европейская ярмарка велосипедов (Eurobike), крупная многоотраслевая потребительская ярмарка Internationale Bodenseemesse für Konsum- und Investitionsgüter – IBO и другие. Многие мероприятия проводятся в культурном и конгресс-центре Graf-Zerpelin-Haus. Здесь проводятся экскурсии на дирижаблях. Это напоминает о том, что граф Фердинанд фон Цеппелин и Клод Дорнье в начале XX в. заложили здесь основы немецкой авиации.
www.friedrichshafen.de

EUROPA PARK

Солидными конгрессными возможностями располагает крупнейший в стране тематический парк развлечений «Европа-парк» (Europa Park), расположенный на окраине городка Руст, недалеко от Баден-Бадена. Europa Park предлагает такую модель приема гостей, как Conferainment: Conferences + Entertainment (Деловые мероприятия + Развлечения), чему способствуют солидные конгрессные возможности парка. Ежегодно здесь проходят почти 900 мероприятий. Клиенты могут забронировать тематические зоны в парке, в отелях и даже весь парк целиком.
www.europa-park.de

Баден-Баден

Этот всемирно известный спа-курорт славится также как прекрасное место для проведения международных конгрессов, конференций, инсентив-программ и других корпоративных мероприятий. «Grand your Event» – под таким девизом реализуются MICE-программы в Баден-Бадене. В списке удобных мест для них – «самое красивое в мире» казино, крупная флотилия воздушных шаров, оперный и концертный зал, зал конгрессов.
www.baden-baden.de

Гейдельберг

Город предлагает широкий выбор исторических и современных площадок, конференц-отелей и специальных мест для проведения деловых мероприятий и инсентив-программ. Исторический конгресс-зал Kongresshaus Stadthalle способен принять до 1250 человек. Необычным местом станут руины крепости Гейдельберга. В городе есть и много современных площадок, например, Академия печатных СМИ (Print Media Academy) с 24 конференц-залами.
www.heidelberg.de

Карлсруэ и Karlsruhe Convention Bureau

Конгрессное бюро Карлсруэ (The Karlsruhe Convention Bureau) – первый контакт для всех, кто организует деловые встречи, национальные или международные конгрессы и другие мероприятия в Карлсруэ и его окрестностях. Компании – члены Конгрессного бюро Карлсруэ предлагают полный спектр услуг, которые охватывают большинство аспектов проведения различных деловых мероприятий.
www.conventionbureau-karlsruhe.de

Фрайбург

Фрайбург располагает возможностями для проведения деловых мероприятий как в современных помещениях, так и в исторических стенах. Под управлением организации FWTM находятся конгрессный центр Konzerthaus congress centre, выставочный комплекс Freiburg Exhibition Centre (Messe Freiburg) и исторический Торговый дом – Kaufhaus (Merchants' Hall). Немаловажный плюс – это великолепное расположение на границе трех государств – Германии, Франции и Швейцарии.
www.freiburg.de

КЁЛЬН

Удобное географическое расположение Кёльна, его богатая история, хорошая транспортная инфраструктура способствовали развитию города как одной из лучших площадок конгрессного бизнеса Германии. В городе около пятидесяти конгресс-отелей и более полутора сотен мест для проведения самых разных мероприятий. За 2016 г. в Кёльне прошли 2222 деловых мероприятия (в 2015 г. – 2142), из них 63% конгрессы и другие рабочие встречи, но выставки только 1%. Поэтому Кёльн надо рассматривать прежде всего как место для проведения конгрессных мероприятий, хотя здесь проводятся такие крупные выставки, как Photokina (оборудование для кино- и фотоиндустрии), Anuga (пищевая промышленность, продукты питания и напитки), Orgatec (оргтехника и оборудование для офиса), ART COLOGNE (современное искусство) и IMM (мебель).

В целом в 2016 г. различные мероприятия на всех объектах города привлекли более 900 тыс. посетителей. Общий оборот от конгрессно-выставочной деятельности достиг 13,5 млн евро по сравнению с 12,5 млн в 2015 г. Выставочно-конгрессный комплекс Congress-Centrum Koelnmesse образуют около десятка павильонов общей площадью под 300 тыс. кв. м. В 2016 г. здесь прошли 1278 мероприятий и 1136 рабочих встреч, связанных с выставками. Общее количество посетителей превысило 200 тыс. человек. Congress-Centrum Koelnmesse удобно расположен рядом с железнодорожной станцией, на которой останавливаются поезда, идущие в Кёльн, следующая остановка – Главный вокзал.

Напротив Congress-Centrum Koelnmesse – расположен отель Radisson Blu, в котором около десятка конгресс-залов. Отсюда недалеко до многофункционального концертно-спортивного комплекса «Ланксесс Арена» (Lanxess Arena). Исторический центр города, Кёльнский собор, пешеходная зона с многочисленными магазинами в 20 минутах ходьбы. Достаточно перейти через мост. Элегантность и вековые традиции определяют характер отеля Excelsior Hotel Ernst 5*, привлекаая гостей со всего мира. Отель построен в 1863 г. Карлом Эрнстом, «придворным королевским ресторатором», между центральным вокзалом и знаменитым Кёльнским собором, самой популярной достопримечательностью Германии. В гостинице 13 элегантных конференц-залов.

В городе множество достопримечательностей, музеев, старинных зданий, киностудий, которые могут стать прекрасными MICE-площадками. Интересное место проведения мероприятий – теплоходы. В Кёльне можно отправиться в Koelsch-тур – лучший способ познакомиться с кёльнским пивом «Кёльш» (Koelsch). Семинар по ароматам в знаменитом доме парфюмерии 4711 подарит участникам возможность не только узнать, как складываются ароматы и запахи, но и придумать собственный аромат под руководством парфюмера. А можно отправиться в «Страну Фантазию», тематический парк развлечений на окраине милого городка Брюль, до которого из Кёльна ехать около 15 минут. В парке, помимо прочего, созданы условия для проведения мероприятий небольшого формата.
www.koelnkongress.de, www.koelnkongress.de

САКСОНИЯ

Развитая туристическая и транспортная инфраструктура, широкие возможности выставочно-конгрессной деятельности, богатая история, архитектура, музеи, музыкальные традиции, прекрасная природа, наконец, выгодное соотношение цены и качества делают Саксонию одним из лучших мест в Германии для проведения MICE-мероприятий. Географический рельеф Саксонии обеспечивает уникальные возможности для формирования программ тимбилдинга.



Главные выставочно-конгрессные центры Саксонии

Выставочно-конгрессный центр «Мессе Лейпциг» (Leipziger Messe) находится в 8 км к северу от города, недалеко от аэропорта Лейпциг-Халле. Традиция проведения знаменитых лейпцигских ярмарок зародилась в конце XII в. В 1895 г. здесь впервые в мировой истории было решено прекратить продавать на ярмарке товары и стали выставлять только образцы. По ним заключались сделки, после чего товар отправлялся заказчику. Это отражено в логотипе ярмарки, который представляет собой две расположенные друг над другом буквы «М» – аббревиатуру слов Muster Messe (в переводе «выставка образцов»).

Выставочный комплекс состоит из пяти связанных между собой стеклянными переходами павильонов. Пятую часть комплекса занимает сферический павильон-вестибюль из стекла и стали. В комплексе пять ресторанов, многочисленные бары, кафе, бистро. Ежегодно здесь проводится до 50 разных мероприятий, на которые съезжаются более 1,6 млн посетителей. На территории комплекса также находится современный четырехэтажный конгресс-центр «Лейпциг» – Congress Center Leipzig (CCL). Он имеет более 30 помещений и может принять одновременно до 10 тыс. человек. Здесь ежегодно проходит более 100 мероприятий.
www.leipziger-messe.de, www.leipziger-messe.ru

Дрезденский международный конгресс-центр. Недалеко от центра города на набережной Эльбы стоит конгресс-центр Internationale Congress Center Dresden/ICD. Примерно в километре от него находится выставочный центр «Мессе Дрезден».

ICD. Здесь около 20 залов для заседаний и семинаров на четырех этажах, где могут разместиться 6,8 тыс. человек. Ресторан вмещает 350 человек. ICD входит в гостинично-конгрессную группу Maritim Hotel & Internationales Congress Center Dresden. Конгресс-центр и отель связывает подземный переход.
www.dresden-congresscenter.de

«Мессе Дрезден». Здесь четыре зала, обеспечивающие около 23 тыс. кв. м рабочего пространства во внутренних помещениях и 13,5 тыс. кв. м под открытым небом. Стеклопанельная галерея связывает «Мессе Дрезден» с историческим местом проведения деловых мероприятий «Дрезденская биржа»/«Розовый двор» (Roeschenhof). Ему около ста лет. Во внутреннем дворе разместилось двухэтажное выставочное бистро.
www.messe-dresden.de

Выставочный комплекс «Мессе Хемниц» (Messe Chemnitz) находится под руководством компании Chemnitzer Veranstaltungszentren GmbH. Он расположен в бывших помещениях завода Wanderer Werke, где началась история автомобилестроения в Саксонии. Комплекс объединяет два связанных между собой выставочных зала (№1 – Chemnitz Arena и №2) и 17 рабочих помещений общей площадью 11 тыс. кв. м. Здесь могут разместиться до семи тысяч человек.
www.messe-chemnitz.com



В этом году AUMA исполняется 110 лет

РОССИЯ НА ВЫСТАВКАХ. ВЗГЛЯД ИЗ ГЕРМАНИИ

Ассоциация выставочной индустрии Германии (AUMA) периодически проводит исследования рынка, по которым можно проследить развитие отрасли как в целом, так и в отношении отдельных игроков. Понятно, что нас в первую очередь интересует Россия. Германия традиционно занимает ведущее место в мире как площадка для проведения международных выставок. Около двух третей из них (примерно 150 мероприятий) проходят в Германии. В них принимают участие до 180 тыс. экспонентов и 10 млн посетителей.

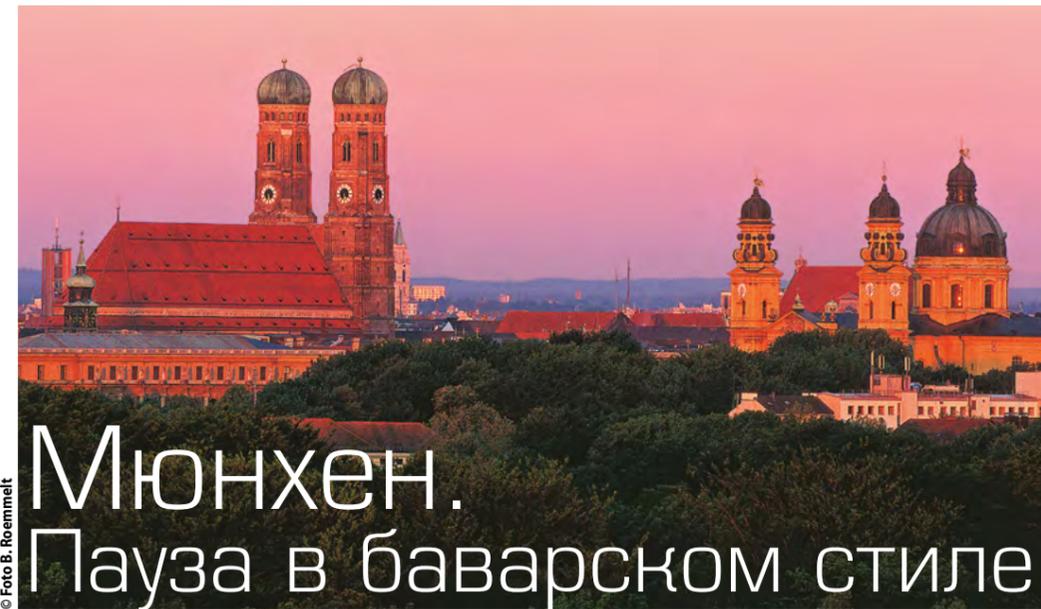
В одном из последних исследований Ассоциации (Die Messewirtschaft: Bilanz 2015) отмечается, что в 2016 г. Федеральное министерство экономики Германии увеличило бюджет на проведение выставок на 2 млн евро. Это в определенной степени вызвано введением продуктового эмбарго на торговлю с Россией и связанные с ним поиски новых рынков сбыта. Заметим, что в целом министерство выделяет ежегодно на проведение выставок за рубежом более 40 млн евро. Минувший год был закончен в Германии с профицитом более 6 млрд евро, но санкции ЕС и низкие цены на нефть в целом сократили экспортные шансы немецкой экономики, заметные потери понесла пищевая промышленность страны. В российском бизнесе, как отмечается в исследовании, по крайней мере в 2015 г., аналогичные процессы не прослеживались (видимо, благодаря политике импортозамещения. – ред.), хотя в знаменитой сельскохозяйственной выставке «Зеленая неделя» Россия не принимает участия уже второй год.

В Германии полагают, что в краткосрочной перспективе нормализации во внешней торговле с Россией ждать не приходится. В выставочном секторе 30%-ное падение количества экспонентов из России. Заметно – с 50% до 40% – сократилась доля России в бизнесе компании IPE Group. На этом фоне

Турция и Украина увеличили свое присутствие на немецких выставках на 13%. В текущей ситуации, подчеркивают немецкие специалисты, очень важно сохранять контакты, в том числе и благодаря участию в выставках. Здесь, однако, бросается в глаза, что из-за неуверенности в отношении развития ряда рынков, например, Бразилии, Индии или России, только 9% потенциальных экспонентов планируют увеличить число участия в выставках, но 17% намерены сократить свое присутствие. Тем не менее ежегодный календарь выставок в Германии Messen Made in Germany 2017, который традиционно издает AUMA, вышел в 2017 г. в том числе и на русском языке.

Что касается участия Германии в выставках за рубежом, то в 2015 г. Россия была на втором месте (33 павильона) после Китая (55). На 2016 г. 17 членов AUMA и FAMA (Fachverband Messe und Ausstellungen/Профессиональный выставочный союз) планировали провести около 320 выставок. На начало 2017 г. итоги по 2016 г. еще не определены. По решению Национального туристического офиса Германии (DZT) для российских компаний, работающих на немецком направлении, в марте в Москве будет проходить German International Travel Day/GITD. «GITD проводится в течение одного дня – адресно, сфокусировано и эффективно», – говорит директор по маркетингу и PR DZT Юлия Майер.

В то же время в AUMA отмечают, что влияние украинского конфликта и санкций, а также падение цен на нефть не оказали существенного влияния на число проводимых выставок в России. Тройку важнейших рынков для немецких выставок сегодня образуют Китай с запланированной 91 выставкой, Индия (42) и Россия (37). При этом глубина планирования проведения выставок в России по перечню мероприятий на сайте AUMA определена 2019 г.



© Foto B. Roemmelt

Мюнхен. Пауза в баварском стиле

Не только Global Player, но и многие средние и мелкие компании имеют свои штаб-квартиры в баварской столице. Основные секторы промышленности в Мюнхене – это автомобильная индустрия, авиакосмическая промышленность, медицинская техника, оптическая промышленность.

Мюнхенский международный аэропорт является вторым по величине авиационным хабом в Германии. Это не только «ворота в Баварию», но и удобный пересадочный пункт для дальнейших полетов по 235 направлениям в 63 страны мира. А к услугам тех гостей, которые остаются в Мюнхене, быстрое транспортное сообщение прямо из аэропорта в центр города на пригородном поезде S-Bahn.

Мюнхен входит в число крупнейших выставочных площадок Германии: ежегодно здесь проходят около 40 выставочных мероприятий. Выставочный комплекс Messe München, международный конгресс-центр Internationale Congress Center München ICM, а также центр проведения мероприятий MOC предоставляют для деловых мероприятий площадь свыше 470 000 кв. м. В общей сложности около 430 отелей и пансионатов в городе располагают примерно 38 000 отельными койко-местами во всех ценовых категориях.

Для организаторов и участников любого делового мероприятия крайне важно, что для рамочной программы и отдыха в Мюнхене великолепные условия.

ДЕНЬ И НОЧЬ В МУЗЕЕ

Знаменитые мюнхенские художественные музеи – так называемые Пинакотекы – прославили этот город во всем мире. В баварской столице их три. Старая Пинакотекa знакомит с основными вехами европейской живописи: здесь наиболее полно представлено

развитие художественного искусства от Средневековья и эпохи Возрождения до барокко и окончания периода рококо. Постоянная экспозиция включает более 700 полотен немецкой, фламандской, голландской, французской, итальянской и испанской живописи. Здесь находятся шедевры Дюрера, Рубенса, Яна Брейгеля Старшего. Здание музея – творение архитектора Лео фон Кленце – было построено в 1836 г. в классическом стиле. Новая Пинакотекa будет интересна поклонникам творчества художников-импрессионистов. Здесь собраны шедевры Эдуарда Мане, Клода Моне, Винсента ван Гога, Густава Климта, Эдгара Дега и многих других. Пинакотекa современного искусства – это интересное и богатое собрание картин, скульптур и объектов современного дизайна.

Помимо Пинакотек в Мюнхене множество других художественных собраний: музей скульптуры Глиптотека, Музей Ленбаххаус с собранием картин группы «Синий всадник», открывшийся в 2009 г. Музей Брандхорст с произведениями Энди Уорхола, Йозефа Бойса и другие галереи мирового уровня. Насладиться музейными сокровищами города можно не только днем, но и, например, во время очень популярного мероприятия «Длинная ночь мюнхенских музеев», которая в 2017 г. пройдет 14 октября.

ФУТБОЛЬНЫМ ФАНАТАМ

Для любителей футбола Мюнхен – это, конечно, родина прославленного футбольного клуба FC Bayern München. Домашней спортивной ареной клуба является современный стадион Allianz Arena на севере Мюнхена. Даже если в определенные дни на стадионе нет игр, зато о фанатах думают постоянно: здесь работает Музей клуба – FC Bayern Erlebniswelt. В нем поклонники клуба могут

Популярность столицы Баварии Мюнхена среди деловых путешественников очень высока, и на это есть множество причин. Этот третий по величине город Германии (после Берлина и Гамбурга) объединяет в себе экономическую мощь, высокое качество жизни, живые баварские традиции, насыщенную культурную жизнь и близость к прекрасной альпийской природе.

Подготовила Ирина КЛИМЕНКО



1. Международный мюнхенский аэропорт является вторым по величине авиационным хабом в Германии
2. Один из множества интересных музеев Мюнхена

© Flughafen München GmbH

© München Tourismus, Werner Boehm



©Bayerische Schlosserverwaltung



©Munich Tourismus, Tommy Loesch



3. Знаменитый замок Нойшванштайн расположен недалеко от Мюнхена
4. Мюнхен знаменит своим пивом, причем пьют его здесь не только во время Октоберфеста, но и круглый год
5. Поход по магазинам в Мюнхене – сплошное удовольствие

познакомиться с его историей и спортивными достижениями, купить сувениры, по определенному расписанию проводятся экскурсии по всему стадиону. И, кстати, само помещение музея FC Bayern Erlebniswelt можно арендовать для проведения делового или праздничного мероприятия в необычной атмосфере.

ПИВНАЯ ПАУЗА

Не надо ждать знаменитого Октоберфеста, чтобы насладиться отменным баварским пивом. Лучшее время для кружки пива на свежем воздухе – это, конечно, теплое время года, когда по всему городу работают пивные сады (Biergarten). Зимой же любителей пенного напитка приглашают прославленные пивоварни баварской столицы: крупнейшая в мире – Hofbräuhaus, старейшая в Мюнхене – Augustiner, а также Hacker Pschorr, Löwenbräu, Paulaner, Spaten. И это только шесть крупнейших пивоварен города. А сколько еще в Мюнхене маленьких семейных предприятий, которые варят так называемое крафтовое пиво!

МУЗЫКАЛЬНАЯ ПАУЗА

На самом деле пауз в музыкальной жизни Мюнхена не бывает. Баварская государственная опера под музыкальным руководством дирижера Кирилла Петренко дает до 400 спектаклей и представлений за сезон. Мюнхен вообще очень музыкальный город. Помимо оперы музыкальный ландшафт баварской столицы украшают выступления Мюнхенского филармонического оркестра. Летом огромной популярностью у жителей и гостей города пользуются концерты этого коллектива под открытым небом на площади Одеонсплатц, которые проводятся совместно с Симфоническим оркестром Баварского радио. В течение всего года в Мюнхене проходят фестивали классической, джазовой и экспериментальной музыки.

ОЛИМПИЙСКИЙ ДУХ

С момента открытия в 1972 г. Олимпийский стадион Мюнхена привлекает внимание своим необычными архитектурными формами и спортивными событиями мирового уровня, которые здесь проходят. Сам стадион можно посетить в любое время в рамках организованных экскурсий. Но спортивный дух Мюнхена на этом только начинается. Город отлично оборудован для велосипедных прогулок: система аренды велосипедов MVG Rad – это идеальное дополнение к транспортной системе метро и пригородных электричек. С мая по сентябрь в хорошую погоду во многих парках города бесплатно проходят занятия йогой, пилатесом, волейболом, спортивной ходьбой и другими видами спорта под руководством тренеров. В Мюнхене мно-

жество крытых и открытых бассейнов, а также термальных комплексов. Один из крупнейших – это комплекс Terme Erding, который находится в 36 км от Мюнхена. Здесь на площади 183 300 кв. м расположились сауны и бассейны, водные горки, роскошный зеленый сад, косметические и массажные кабинеты. К услугам гостей собственный отель на 400 спальных мест.

НАЕДИНЕ С ПРИРОДОЙ

Одно из неоспоримых преимуществ баварской столицы – это ее близость к Альпам и вообще к природным красотам Баварии. Примерно за час комфортабельный региональный поезд доставит гостей города на знаменитый горнолыжный и природно-климатический курорт Гармиш-Партенкирхен. Или к чистым озерам Штарнбергер-Зе и Аммерзе, что на юго-западе от города. Или на живописнейшее озеро Тегернзе, которое прославилось не только своей природной красотой, но и ресторанами высокой кухни.

АВТОМОБИЛЬНЫЕ ДОСТИЖЕНИЯ

Мюнхен и автомобильная индустрия – понятия неразделимые. Знаменитый Музей BMW, производственные цеха автоконцерна и экспозиция BMW Welt образуют уникальный автомобильный ареал, который будет интересен любителям автомобилей, поклонникам современной архитектуры, а также всем, кто хочет познакомиться с увлекательной историей мирового автомобильного гиганта. В рамках юбилейного года, посвященного 100-летию марки, музей до конца сентября 2017 г. показывает экспозицию из ста уникальных автомобилей.

ПО МАГАЗИНАМ

Мюнхен предлагает комфортный шопинг и магазины на любой вкус и кошелек. Поклонники эксклюзивных брендов и знаменитых дизайнеров отправляются на улицу Максимилианштрассе – самую роскошную торговую улицу города. Популярными торговыми центрами на центральной улице Кауфингерштрассе и прилегающих к ней улочках и переулках предлагают мужскую, женскую и детскую одежду, украшения, аксессуары, книги, товары для дома и занятий спортом, одним словом, всё-всё-всё. А сразу за Ратушной площадью находится площадь Виктуалиенмаркт, где работает одноименный популярный рынок продуктов и сельхозпродукции. Ну, а любителям совершать покупки с большими скидками стоит отправиться в недалёкое путешествие в аутлет Ingolstadt Village (примерно 40 минут от Мюнхена), где в течение всего года предлагается дизайнерская одежда со скидками до 70%.

СТИХИ И ЛИБРЕТТО
МИХАЭЛЬ КУНЦЕ

РЕЖИССЕР ОРИГИНАЛЬНОЙ ПОСТАНОВКИ
РОМАН ПОЛАНСКИ

РЕЖИССЕР
КОРНЕЛИУС БАЛТУС

МУЗЫКА
ДЖИМ СТЕЙНМАН

ПОДДАЙСЯ СОБЛАЗНУ!



ЕЖЕДНЕВНО В ТЕАТРЕ МДМ
MUSICAL-VAMPIRES.RU (495) 739 37 37

Основано на фильме «Бесстрашные убийцы вампиров» режиссера Романа Полански, авторы сценария Жерар Браш и Роман Полански.



18+

parter.ru