

# RUSSIAN **BUSINESS TRAVEL &** AWARD

2015

18 номинаций Лучшие компании рынка делового туризма и МІСЕ

www.mice-award.ru

Номинирование с 1апреля 2015 г.

Голосование с 16 июня 2015 г.

Церемония награждения 1 октября 2015 г.

Дополнительная информация:

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

















Главный редактор: Александра Загер Бильд-редактор: Юлия Калашникова

Корреспонденты: Александр Попов Владимир Сергачев Елена Смирнова

Анна Юрьева Художник: Владислав Суровегин Фото на обложке: Михаил Грушин

> Отпечатано в России Тираж: 5000 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 комм и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-18985

содержащейся в рекламных объявлениях. При использования материалов ссылка на журнал Business Travel обязательна.

Учредитель: 000 «Турбизнес» **Издатель:** 000 ИД «Турбизнес»



# Генеральный директор ИД «Турбизнес»:

Иван Капашнико i.kalashnikov@tourbus.ru

Исполнительный директор:

Ольга Мальцева o.maltseva@tourbus.ru Заместитель генерального директора:

a.popov@tourbus.ru

Ольга Гришина o arishina@tourhus ru Менеджер по рекламе Анастасия Пшеничная

reclama@tourbus.ru

Лариса Тарасюк L.tarasyuk@tourbus.ru

Лариса Лаврова

Отдел workshop: Людмила Сивова L.sivova@tourbus.ru Елена Архипова

Кристина Сивова Евгения Шуманская workshop@tourbus.ru

Отдел event: Ирина Ильина



©000 ИД «Турбизнес»

# СОДЕРЖАНИЕ

2 НОВОСТИ

Вопрос месяца Russian Business Travel & MICE Award – 2015: номинирование началось Откройте Баден-Вюртемберг Каталог «Россия. Конгресс-услуги» Время новых возможностей в ивент-индустрии что? Когда? Где?

4 TEMA HOMEPA Игры, в которые играют люди

- 9 BECTHUK ABT-ACTE Russia
- 10 НОВОСТИ КОМПАНИЙ
- 12 СОБЫТИЯ ACTE Forum. Курс на персонализацию
- 15 БИЗНЕС-ПАРТНЕР Людмила КИРИЛЛОВА: «Путешествие начинается с общения»
- 18 ПРОФИЛЬ МІСЕ на границе Европы и Азии
- **20** ОТЕЛЬ Вкус весны
- 23 НОВОСТИ ОТЕЛЕЙ
- 24 РЫНКИ Кризис: как быть и что делать?
- 27 РЕГИОН МІСЕ в Поволжье: сыграть на интересе
- 30 ТРАНСПОРТ Airberlin: Новая система тарифов и ставка на потребности клиентов
- 32 ТИМБИЛДИНГ Event под парусом
- 35 ИНСЕНТИВ Приключения на шведских берегах
- 38 НАПРАВЛЕНИЕ MICE в Баден-Вюртемберге Между фиестой и сиестой За мальтийским столом
- **47** ПАУЗА Великолепная семерка











НОВОСТИ

# ВОПРОС МЕСЯЦА

Насколько популярна геймификация среди корпоративных клиентов?

10%

Очень популярна

40%

Только набирает популярность

30%

Пользуется спросом только у некоторых (или малого числа) заказчиков

**20**%

Непопулярна

Источник: onpoc на caŭme www.bt-magazine.ru

# **Russian Business Travel & MICE Award-2015:**

#### номинирование началось



С 1 апреля началось выдвижение номинантов на Russian Business Travel & MICE Award – 2015. Подать заявку на соискание премии в одной из номинаций можно на официальном сайте проекта www.mice-award.ru до 15 июня 2015 г.

Сайт премии был полностью обновлен. Яркий, современный дизайн, простая навигация, адаптация сайта под любые мобильные устройства делают его еще более удобным для пользователей.

На следующий день после окончания номинирования – 16 июня – начнется открытое интернет-голосование, которое продлится до 10 сентября. Торжественная церемония награждения победителей состоится 1 октября.

Департамент туризма и коммерческого маркетинга Дубая (ДТКМ) стал генеральным партнером RBT&MA-2015. Официальным партнером номинации «Самый яркий МІСЕ-проект года» уже во второй раз становится четырехкратный обладатель награды RBT&MA, один из лидеров рынка МІСЕ и индустрии встреч компания MaxiMICE.

Hоминации Russian Business Travel & MICE Award – 2015:

- 1) Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 5\*
- 2) Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 4\*
- 3) Лучшая конгрессная гостиница Санкт-Петербурга
- 4) Лучшая региональная конгрессная гостиница
- 5) Лучшая гостиничная сеть для деловых мероприятий
- 6) Лучший конгрессный центр России
- 7) Лучшая зарубежная гостиница для российских МІСЕ-мероприятий
- 8) Лучший организатор конференций в России
- 9) Лучший организатор конференций за рубежом
- 10) Лучший организатор инсентив-программ в России
- 11) Лучший организатор инсентив-программ за рубежом
- 12) Лучшее business travel агентство
- 13) За инновации и лучшие креативные концепции в деловых мероприятиях
- 14) Самое динамичное business travel агентство
- 15) Лучшая авиакомпания для бизнес-путешественников
- 16) Лучший национальный офис по туризму или конвеншн-бюро в сфере продвижения МІСЕ
- 17) Лучшая онлайн-система бронирования для бизнес-путешественников
- 18) Самый яркий МІСЕ-проект года

# Откройте Баден-Вюртемберг



ИД «Турбизнес» и официальный партнер по туризму столицы Баден-Вюртемберга компания Stuttgart-Marketing GmbH объявляют о запуске нового образовательного проекта – онлайн-академии «Штутгарт и Федеральная земля Баден-Вюртемберг».

Баден-Вюртемберг – один из самых живописных регионов Германии. Горный массив Шварцвальд, Боденское озеро, курорт Баден-Баден, Ульмский собор, «цветочный» остров Майнау – это лишь несколько самых известных его достопримечательностей. Туристический потенциал Баден-Вюртемберга гораздо шире, чем кажется на первый взгляд, и целью академии является всестороннее знакомство турагентов с широкими

возможностями этой немецкой земли, ее историческим наследием, уникальной кух-

ней, курортами, шопингом, конгресс-центрами и лучшими отелями. Проект состоит из восьми тематических разделов. В конце каждого раздела – проверочный тест. Студенты академии, которые успешно пройдут все тестовые задания, получат сертификат «Дипломированного турагента по Штутгарту и Баден-Вюртембергу», а также шанс выиграть поездку в Баден-Вюртемберг.

Зарегистрироваться и начать обучение можно по адресу: http://stuttgart-swgermany.ru.

# Каталог «Россия. Конгресс-услуги»



Вышло в свет 11-е издание каталога «Россия. Конгресс-услуги». Традиционно в каталоге представлены ведущие российские гостиницы, конгрессные центры, выставочные комплексы, а также МІСЕ-компании и агентства делового туризма.

В нем можно найти общую информацию о гостиницах и конгрессных залах, подробное их описание, перечень дополнительных услуг, фотографии и контакты.

Информация о MICE-компаниях представлена в виде информационных модулей с описанием видов деятельности, опыта работы и контактами.

Вся информация в каталоге дается на русском и английском языках.

Каталог распространяется вместе с журналом Business Travel среди корпоративных заказчиков конгрессных услуг, MICE-компаний (5000 адресов), на профильных выставках в России и за рубежом: FITUR (Мадрид), ITB (Берлин), IMEX (Франкфурт), МІТТ (Москва), МІВЕХРО (Москва), WTM (Лондон), EIBTM (Барселона), на специали-

зированных workshop (ANTOR MICE, MICE Forum и др.) и региональных workshop «Турбизнес» в России и странах СНГ, на конференции WTM Vision и семинарах Travel Business Day.

Ознакомиться с электронной версией каталога можно на сайте www.bt-magazine.ru.

Подать заявку на участие в 12-м выпуске каталога «Россия. Конгресс-услуги» можно здесь: http://www.bt-magazine.ru/mice-catalog.php.

Дополнительная информация: Анастасия Пшеничная, catalog@tourbus.ru, (495) 723-72-72.

# Время новых возможностей в ивент-индустрии



Финансовый и политический кризис – сложное время для ивент-индустрии, однако оно открывает новые возможности тем, кто готов к оптимизации и повышению эффективности своего бизнеса. Этот тезис стал основным на завершившемся накануне в Mockвe Russian Meeting Industry Forum.

«В этом году мы постарались так изменить формат форума, чтобы все участники не только выслушивали доклады, но и обсуждали проблемы со спикерами и между собой, чтобы в итоге все присутствующие смогли бы вынести что-то полезное для своего бизнеса», – заявила, открывая форум, Светлана Плиева, генеральный директор Международного агентства конгрессного обслуживания. Она выразила благодарность всем партнерам, которые помогли провести форум на высоком уровне, в частности руководству Центра международной торговли, в стенах которого в этом году проходил RMIF. Гендиректор ЦМТ Владимир Саламатов в свою оче-

Гендиректор ЦМТ **Владимир Саламатов** в свою очередь поприветствовал участников форума, подчерк-

нув важность ивент-индустрии для развития бизнеса. «Человеку больше всего нужен человек. Общение помогает двигаться вперед, развиваться, поэтому индустрия встреч - одна из главных для бизнеса», подчеркнул он. Г-н Саламатов также отметил, что потенциал для развития у этой отрасли огромный: из 7000 международных объединений лишь около 600 когда-либо проводили мероприятия в России, что открывает простор для развития рынка. «Для России сегодня настали непростые времена: санкции, неблагоприятная международная обстановка. Но мы должны продолжать общаться с зарубежными партнерами, приглашать их сюда. В каждом населенном пункте страны много интересного. Сейчас улучшается инфраструктура, создаются конгресс-бюро, и я призываю вас набраться опыта друг у друга в ходе конференции с тем, чтобы ваш и наш бизнес делал любое мероприятие успешным», – заявил глава ЦМТ.

Одной из главных тем форума стала проблема привлечения международных мероприятий в российские города. «Россия сейчас не в приоритете у планировщиков встреч», – признала заместитель генерального директора АНО «Конгрессно-выставочное бюро г. Москвы» Анна Иванько.

Такая ситуация сложилась не только из-за политических проблем и необходимости сокращения бюджетов на мероприятия, но и из-за недостатка информации о стране. Рынок крупных международных конференций конкурентен, привлекать организаторов непросто

# ЧТО? КОГДА? ГДЕ?



#### **4TO: IMEX Frankfurt**

IMEX – один из самых крупных выставочных форумов делового туризма в мире, который проходит под эгидой стратегического партнера IMEX – Германского конвеншнбюро (German Convention Bureau – GCB).

ГДЕ: Германия, Франкфурт КОГДА: 19–21 мая 2015 г.

WEB: www.imex-frankfurt.com



### что: АІВТМ

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, Чикаго КОГДА: 9–11 июня 2015 г. WEB: www.aibtm.com



#### **4TO: OTDYKH MICE 2015**

ОТDYКН МІСЕ – это международная выставка и конференция по деловому туризму и корпоративным мероприятиям.

ГДЕ: Россия, Москва, МВЦ «Крокус Экспо» КОГДА: 15–18 сентября 2015 г.

WEB: www.tourismexpo.ru/mice

2 MAPT - AIIPEJIS 2015 | BUSINESS TRAVEL MAPT - AIIPEJIS 2015 | BUSINESS TRAVEL

Мгновенность

визуализации –



# Игры, в которые играют люди

Времена, когда организация мероприятия подразумевала заказ места, оборудования, кофе-брейка и приглашение спикеров, давно прошли. Креатив сейчас является одним из мерил успеха мероприятия и способом выделить его из тысяч других. В последние несколько лет в моду вошла геймификация, то есть дополнение мероприятий игровыми элементами. О том, как лучше это сделать, чтобы добиться максимального эффекта, ВТ побеседовал с ведущими экспертами отрасли.

Подготовила Александра ЗАГЕР

# Стоит ли игра свеч?

Эффективность конкретно от геймификации посчитать и оценить довольно сложно, поскольку это всё же только один из элементов, работающих на успех мероприятия. «Трактовка понятия «эффективность мероприятия» обретает смысл лишь в связке с бизнесзадачами. Чего мы хотим добиться: обучить сотрудников или партнеров, повысить лояльность аудитории, проверить рабочие навыки, обрести новые контакты? На каждую из этих задач существуют свои приемы геймификации, лишь бы сами задачи были четко определены и достижимы. Во-вторых, если задачи определены, но неизмеримы, то как мы узнаем, приблизились мы к их решению или не очень? Участники могут покидать мероприятие с радостными лицами, расставаясь закадычными друзьями, но если мы собирались развить их навыки продаж, а на выходе не смогли проверить, насколько лучше они научились взаимодействовать с клиентами, боюсь, мероприятие было не очень эффективным», – говорит генеральный директор компании EventPlatform Олег Крючков.

Правильно подобранные методики геймификации не только вовлекают участников в круговорот событий, но и сами по себе служат поводом ввести различные «игровые метрики» – количественные результаты тестов, игровую валюту воображаемой страны или раунды голосования, когда все участники могут быстро дать обратную связь о действиях коллег.

По словам директора департамента Mice&Event UTS Ольги Гулибиной, геймификация действительно стала трендом 2010 гг. и достаточно активно применяется в области организации мероприятий. «Безусловно, она востребована не во всех мероприятиях, а лишь в тех, где есть острая необходимость сделать бизнеснаполнение программы «более легким», так сказать, в игровой форме, чтобы получить определенный эффект. Этот эффект измеряется рядом показателей,

среди которых основными являются большая эмоциональная вовлеченность участников в процесс за счет игрового формата (создание легенды/истории в рамках бизнес-задачи) и использование современных технологий; постоянная и измеримая обратная связь с участниками. В итоге мероприятие получается более динамичным, интересным и разнообразным, создает эмоции и впечатления, которые непосредственно влияют на результат», - рассказывает она. Генеральный директор ООО «Волга-тур» Юлия Скороходова отмечает, что игровые технологии используются в ивент-индустрии в самых разнообразных формах: конференция как модный показ, спортивные состязания и игры, кулинарные мастер-классы, интеллектуальные или танцевальные баттлы, деловые игры, постановочные костюмированные видеосъемки, ток-шоу и т.д. По словам эксперта, сегодняшний однозначный хит сезона - городские игры и квесты. Наиболее удачен этот формат в городах Золотого кольца, где во время квестов участники не только решают бизнес-задачи или отдыхают, но и узнают историю городов, знакомятся с ними как бы «изнутри», с помощью загадок погружаясь в мифы и легенды. Директор MICE & Congress компании UNIFEST Дмитрий Марьин считает, что геймификация значительно влияет на эффективность мероприятия. При этом как любой эффективный инструмент геймификация предполагает определенный уровень навыков с одной стороны и четкий анализ поставленных задач - с другой.

«С моей точки зрения, было бы ошибочно воспринимать инструмент геймификации как игру или развлечение. Тем не менее именно этим дело и может закончиться, если заместить содержание мероприятия геймифицированным процессом», – полагает эксперт. Он также отметил, что если говорить о геймификации как о части процесса познания, то она является неоспоримым толчком для реализации известной китайской мудрости: «Я услышал и забыл, я увидел и запомнил, я сделал и понял».

и на большом экране, и на персональных мобильных устройствах участников - это еще один фактор успеха. Человек любит видеть результаты своей работы, желательно сразу. «Ура, я стала профессором!» радуется медицинский представитель, чей живущий в планшете «аватар» прошел очередной тест и достиг нового уровня «прокачанности». Вырывая участников из повседневности, придумывая им приключения в иных мирах, мы всё еще можем расставить «якорьки», включающие их рабочие

ассоциации.

MAPT — AIIPEIL 2015 | BUSINESS TRAVEL

TEMA HOMEPA



«Хотите максимально вовлечь аудиторию в процесс и донести основную идею мероприятия – подключайте кинестетику, дайте аудитории что-нибудь сотворить своими собственными руками», – подчеркнул эксперт.

Директор департамента бизнес-ивент МахіМІСЕ 27NAMES, главный продюсер студии идей «Крапива» Ирина Самотаева называет основным плюсом в применении игровых методик возможность управлять потоками и поведением посетителей или участников мероприятия. Например, организовав на своем стенде игру-квест (эстетическая геймификация), можно привлечь к нему максимальное количество посетителей, а включив в программу конференции мотивационные игровые элементы, повысить вовлеченность сотрудников в происходящее (соревновательная геймификация). «Сегодня можно смело сказать, что любое использование геймификации дает увеличение эффективности мероприятия, обусловленное удерживанием интереса, которое ведет к увеличению знания о продукте/компании и, соответственно, увеличивает лояльность к бренду/компании», – отметила она. Генеральный директор IBC Corporate Travel Анатолий Курюмов говорит о том, что элементы состязания особенно эффективны, если клиент конкретно формулирует цели, которых хотел бы добиться проведением мероприятия. Например, у компании может возникнуть необходимость в сплочении какой-то рабочей группы, отдела или филиала. В этом случае соревновательные моменты следует организовывать не внутри таких групп, а между ними. «Эффективность геймификации зависит в том числе и от выбранного сценария. Сотрудник может быть прекрасным специалистом своего дела, но очень плохим танцором и не готов ударить в грязь лицом перед коллегами. Поэтому главное в построении сценария, где есть элементы игры, – предусмотреть, чтобы во время самого процесса никто не почувствовал себя неловко. Лучше отказаться от игры вовсе, чем «переборщить» и получить негативный эффект и удрученных участников мероприятия», – подчеркнул эксперт.

## В нужном месте в нужное время

Несмотря на очевидные бизнес-задачи, геймификация все-таки воспринимается как развлекательный элемент. Применять ее по умолчанию в организации любого мероприятия как минимум недальновидно. «Безусловно, решение о формате проведения мероприятия всегда принимает клиент. Подходы бывают разные: современные, с использованием передовой техники и нестандартных решений, а бывают консервативные, с использованием отработанных систем и наработок. Многое зависит и от специфики бизнеса и целевой аудитории, для которой программа

проводится. Если мы говорим о важных бизнес-сессиях, например для топ-менеджеров (так называемые стратегические сессии), то здесь геймификации лучше избегать. А если это мероприятие для аудитории, где важна динамика, современные технологии и игровой подход, то здесь геймификация будет, наверное, лучшим решением, чтобы достичь необходимого результата. Но, повторюсь, всегда важно отталкиваться от конечных целей, для которых мероприятие проводится, и от целевой аудитории. Тогда можно более четко рекомендовать формат», – говорит Ольга Гулибина.

По мнению Юлии Скороходовой, такой формат неуместен во время протокольных мероприятий или среди малознакомых людей, особенно если встреча проходит на высоком уровне.

«Мы помним, что аудитория мероприятия и результаты воздействия на нее есть ядро любого события. Аудитории, т.е. людям, свойственно определенным образом относиться к новому («чуждому»). Помимо этого, легко проследить корреляцию между социальным портретом представленной аудитории и ее способностью к восприятию новых идей и форматов. Зачастую это может послужить причиной недостаточного/отсутствия эффекта от примененных новаций», – объясняет Дмитрий Марьин.

Эксперт посоветовал избегать применения геймифицированного формата как основного стержня конференций с относительно консервативной и/или возрастной аудиторией. Это не означает невозможность применения геймификации, скорее подразумевает большее внимание к процессу внедрения, анализу психотипов и необходимости визуальной (как ни странно) завуалированности нововведений.

Ирина Самотаева отмечает, что наиболее часто и, стоит отметить, продуктивно геймификацию используют при проведении выставок, конференций и тимбилдингов. Иными словами, в мотивационных мероприятиях. Если говорить о тимбилдинге, то здесь царит соревновательная геймификация, которая позволяет сплотить определенные группы людей. Недавно компания MaxiMICE провела крупную внутреннюю BTL-акцию для клиента, где были задействованы 24 региона России, в которой центральную роль играл тимбилдинг. На основе проведенной сотрудниками акции была разработана электронная игра. Следует отметить, что весь контент игры был создан на основе брендбука акции (цвета, слоганы, персонажи). При разработке заданий акцент был также направлен на смысл и цель акции. Этот подход помог еще раз подчеркнуть (в игровой форме) смысл и важность

Эксперт полагает, что геймификация не совсем уместна при реализации и проведении таких корпоративных мероприятий, как празднование Нового года, юбилея фирмы и пр. Эти мероприятия имеют немного

другую цель, и излишняя информация, которую всегда несет геймификация, может внести в них негативный элемент.

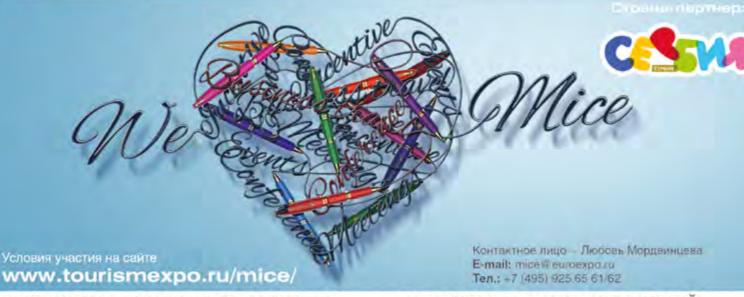
Однако тут мнения экспертов несколько разошлись. «Большим спросом пользуются игры на новогодних корпоративах. Формат традиционного банкета с ведущим и танцами уже неинтересен. Люди целый год ждут волшебного праздника, и их нужно удивить. В 2014 г. мы проводили целый ряд квестов, в рамках которых сотрудники компании разбивались на команды. На улицах вечерней столицы они искали подсказки, а потом собирались вместе и складывали картину воедино. Самым популярным в прошлом году был квест «Пятый элемент», – отмечает Анатолий Курюмов. По его словам, часто геймификация используется в тимбилдингах и корпоративах, когда стоит задача сплотить группы людей в команду. «На ура» проходят квесты, так как взрослые люди еще более азартны, чем дети. «Мы используем игры в рамках мастер-классов, например проводим кулинарные поединки с жюри и выбором победителей. Кроме того, мы уверены, что даже в рамках какой-то серьезной конференции всегда найдется место элементу игры, который взбодрит участников, придаст мероприятию более неформальную атмосферу, раскрепостит людей. Например, в рамках одной серьезной международной конференции мы приглашали барабанщиков. Все участники получили в свое распоряжение по небольшому барабану и повторяли за ведущим различные ритмы», – рассказал он.

«В целом мы придерживаемся правила «если бизнесзадачи и тип аудитории понятны, то геймификация полезна», но тщательно подбираем сценарии. Соревноваться или строить нечто общее? Экономическая игра с нулевой суммой или симуляция развития бизнеса? И, возвращаясь к теме измеримости, мы обязательно предоставляем не просто механизм обратной связи, а механизм мониторинга в реальном времени. Наша миссия как компании и заключается в развитии платформы, которая позволит поддержать любую бизнес-игру, управлять ее ходом, за считанные минуты собрать результаты, интерпретировать их и, возможно, внести коррективы в дальнейший сценарий. Обратили внимание, насколько выиграл механизм трансляции футбольных матчей от технологических нововведений? Всевозможная статистика, крупные планы, комментарии, анализ тактических построений... Вот и для нас сама игра и механизмы ее визуализации и персонализации – это части одного целого», – говорит Олег Крючков.

«Игра должна быть инструментом, форматом, а не содержанием или самоцелью. Результаты, выводы должны быть «переведены» в реальность, спроецированы на настоящую жизнь, бизнес-процессы».



11-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПО ДЕЛОВОМУ ТУРИЗМУ И КОРПОРАТИВНЫМ МЕРОПРИЯТИЯМ 15-18 СЕНТЯБРЯ 2015 МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»



 МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ИНДУСТРИИ ВСТРЕЧ
 16 СЕНТЯБРЯ 2015 • ПРОГРАММА «КОРПОРАТИВНЫЙ ПОСЕТИТЕЛЬ»

мооды госом ЕВРОЭКСПО













MAPT - AIPPER 2015 | BUSINESS TRAVEI

ТЕМА НОМЕРА ВЕСТНИК АБТ-АСТЕ RUSSIA

## Правила игры

Практически все эксперты отмечают, что за формой нельзя терять содержание. Организовывая мероприятие с элементами геймификации, следует помнить, что она – элемент и инструмент, позволяющий достичь целей, поставленных клиентом. «Игра должна быть инструментом, форматом, а не содержанием или самоцелью. Результаты, выводы должны быть «переведены» в реальность, спроецированы на настоящую жизнь, бизнес-процессы. По результатам нужно делать анализ, фиксировать полученные знания, навыки и впечатления», – отмечает Юлия Скороходова.

Дмитрий Марьин приводит несколько правил, которых стоит придерживаться при организации мероприятия с игровыми элементами. Прежде всего, нельзя заменять содержание форматом. Необходимо оценить целесообразность соревновательного элемента с учетом конкретных задач и аудитории. Людям в силу своей природы сложно верить или доверять новому и неизведанному.

Необходимо аккуратно балансировать между wow-эффектом и маскировкой новаторских идей под привычные формы и процессы. Важно помнить, что геймификация – это не балаган. Не нужно превращать серьезный повод в шутку.

Ирина Самотаева отмечает, что особый акцент важно сделать на сроках подготовки такого мероприятия. Проработка хорошей, грамотной и эффективной игровой механики требует времени. Важно учесть массу нюансов: что это за мероприятие (внутреннее или внешнее), какие главные акценты нужно зафиксировать при проведении мероприятия, какие цели оно преследует и пр. Чем более четко будет сформулирован бриф к игротехникам, тем более плодотворен будет результат. Также, по ее словам, важно учитывать аудиторию, на которую направлено мероприятие, это поможет подобрать эффективную механику.

«Геймификация – это подход, связанный, в первую очередь, с технологиями. Поэтому очень важно учитывать опыт и знания рынка в части применения этого подхода.

Здесь можно клиентов как приятно удивить, так и разочаровать плохо продуманной динамикой, механикой и эстетикой. Именно эти три аспекта являются основными в реализации геймификации как подхода к проведению мероприятия», – рассказывает Ольга Гулибина.

Анатолий Курюмов отметил, что зачастую проведению игр препятствует бюджет компании либо серьезные причины, кроющиеся в корпоративной политике. Проблема с бюджетом решается легче, так как мы всегда готовы из подручных средств соорудить инвентарь, можем привлечь социально активную часть сотрудников со стороны клиента, чтобы подготовить какой-то внутренний квест или состязание. «На практике столкнулись с такими примерами, когда ни о какой геймификации речи быть не могло. Так, для того чтобы провести элементарный турнир по боулингу для гостей мероприятия одного из наших клиентов, пришлось пройти несколько внутренних инстанций и даже заручиться поддержкой генерального директора», – говорит эксперт.

# Как это делается

## **EventPlatform**

На одной из конференций крупной торговой компании мы отказались от идеи призовых баллов. Вместо этого в смартфоне каждого участника отображалась полка с продовольственными товарами. За определенные активности и правильные ответы полка пополнялась различными продуктами, и призы получали те, кто быстрее комплектовал свою полку. В общем, главное – придумать, как говорить с участниками на их языке, а остальное – дело техники.

#### «Волга-тур»

Один из ярких примеров нового мероприятия с элементами геймификации – проект «Бегом по Золотому кольцу – 2015», включающий забеги на полумарафонскую дистанцию в семи городах ЗК – Тутаеве, Угличе, Переславле-Залесском, Рыбинске, Мышкине, Ярославле, Ростове Великом. Беговой корпоратив рассчитан на сплочение коллектива и заряд энергией. Он призван укрепить корпоративный дух, повысить мотивацию и эффективность коммуникаций сотрудников, улучшить их здоровье и, конечно, зарядить хорошим настроением!

#### UNIFEST

Организация интерактивного тест-драйва, суть которого заключалась в применении элементов геймификации при организации процесса обучения (теоретическая часть тренинга) особенностям нового автомобиля.

#### **MaxiMICE**

Крупная конференция, направленная на расширение знаний сотрудников о своих брендах, продуктах и пр. Основным помощником в игре стал IPad (корпоративный инструмент сотрудников). Созданное приложение помогло зарегистрироваться на конференции, получить необходимые материалы (расписание, билеты и пр.), пообщаться перед мероприятием с коллегами и узнать всю необходимую информацию о месте проведения. Главным акцентом геймификации данного мероприятия стало проведение тренингов по знанию продуктов. Каждый участник получил в свое распоряжение схему с залами и расписание лекций в них. Занятия шли на протяжении целого дня. Участники включали навигационную систему, задача которой была проверить присутствие участников на тренингах. Чем больше участник посетил тренингов, тем больше баллов он получил. Дополнительные баллы можно было получить за активное участие в тренинге (ответы на вопросы тренера, участие в экспериментах и пр.). На онлайн-табло выводились результаты.

Участники смогли создать идеального супергероя при помощи заработанных баллов: 1 качество = 1 балл. Самые лучшие супергерои были награждены на ужине. Проведенное после мероприятия тестирование (среди сотрудников) показало хороший результат знания всех продуктов.

## UTS

Бизнес-игра «Обучение навыкам продаж» для 90 сотрудников телекоммуникационной компании в Подмосковье. Мы предложили применить элементы геймификации в части презентаций возможностей нового оборудования производителя. По оценке самого Клиента результатом мероприятий стало повышение продаж почти в два раза.

# Как технологии меняют

# процесс оформления командировок

Образовательная сессия АБТ-АСТЕ Russia «Онлайн-инструменты для эффективной организации и управления деловыми поездками» состоялась в московском отеле «Swissôtel Красные Холмы» 2 марта. Участники узнали, как без труда сэкономить больше полумиллиона и при этом упростить жизнь ассистентов и бухгалтеров.

Подготовила Наталья ТРАВОВА

О том, что такое онлайн в понимании корпоративного пользователя, рассказала руководитель административного департамента BNP Paribas Bepa Челенк. Компания находится в процессе перехода на Self Booking Tool. Как отметила спикер, в BNP Paribas в процесс организации командировок вовлечено много участников: путешественники, ассистенты, сотрудники агентства, отдела HR и бухгалтерии, менеджеры. При этом основная нагрузка ложится на плечи ассистентов, которые 25% рабочего времени тратят на подготовку деловых поездок, и бухгалтеров – 32% рабочего времени у них уходит на авансовые отчеты. Внедрение онлайн-инструмента должно привести к большей вовлеченности в процесс бронирования путешественника и меньшей – других участников и существенно снизить загруженность ассистентов, которых можно будет и вовсе исключить из этой цепочки. Далее региональный менеджер по продуктам Travelport Марина Ковшова рассказала о разработанном компанией онлайн-инструменте TripGate. Прозрачность процессов бронирования и утверждения, как подчеркнула спикер, обеспечивает больший контроль за тратами. «Иногда при бронировании рейса с вылетом на два часа раньше можно существенно сэкономить. Если брать среднюю разницу в цене на билет три тысячи рублей, а в компании, скажем, 15 сотрудников, которые путеше-

ствуют каждый месяц, то за год получается экономия в 540 тысяч рублей», – добавила г-жа Ковшова. Онлайн-инструмент UTS Group представила исполнительный директор агентства Ксения Реброва, которая остановилась на специфике его имплементации на примере компании-клиента. «У компании сложная структура данных, которые должны отражаться в отчетах, – всего 13 параметров, – пояснила г-жа Реброва. – Прежде информацию вручную вносили сотрудники трэвел-отдела, а в каждом параметре от 50 до 400 возможных значений! Регулярно происходила путаница, и нужно было переделывать документы. Мы разработали для этого клиента такую систему связок, которая на этапе выбора первого и последующих параметров сразу отсекает ненужные варианты. Количество ошибок стало минимальным». «В первую очередь, SBT – это поисковик, – подчеркнула в своем выступлении директор департамента продаж

«В первую очередь, SBT – это поисковик, – подчеркнула в своем выступлении директор департамента продаж Zelenski Corporate Travel Solutions Светлана Морозова. – В нашей онлайн-системе представлены авиа-, ж/д-билеты, отели. Также есть закладка «индивидуальный заказ», где перечислены услуги, которые нельзя забронировать самостоятельно, но можно заказать через агента. К примеру, VIP-обслуживание в аэропорту, заказ трансфера или конференц-зала, аренда автомобиля».









1. ВЕРА ЧЕЛЕНК, руководитель административного департамента ВNP Paribas
2. МАРИНА КОВШОВА, региональный менеджер по продуктам Travelport
3. КСЕНИЯ РЕБРОВА, исполнительный директор агентства UTS Group

4. СВЕТЛАНА МОРОЗОВА, директор департамента продаж Zelenski Corporate Travel Solutions



Мероприятие состоится в гостинице «Метрополь» 17 и 18 сентября 2015 г. и соберет под одной крышей международных и российских поставщиков МІСЕ-индустрии, профессиональных организаторов встреч и корпоративных покупателей.

International MICE Geography Show станет уникальным для России в силу нескольких факторов:

- ✓ в мероприятии примут участие более 300 профессиональных покупателей, в том числе 50 корпоративных заказчиков из регионов России (Тюмени, Екатеринбурга, Перми, Казани, Иркутска и других городов) и СНГ по программе Hosted Buyers. Это отличная возможность для экспонентов заявить о себе широкой целевой аудитории;
- ✓ на IMG Show Russia будет представлена исключительная образовательная программа, созданная с учетом комментариев корпоративных покупателей, собранных АБТ-АСТЕ Russia в ходе проведения образовательных сессий и семинаров;
- ✓ в первый день IMG Show Russia для поставщиков услуг и приглашенных покупателей из российских регионов будет организована обзорная автобусная экскурсия по Москве;
- ✓ гала-ужин пройдет 17 сентября в главном ресторане «Метрополя» в формате МІСЕ Dream. В ходе вечера участники смогут выбрать победителя уникального МІСЕ-состязания.
- К участию в IMG Show Russia приглашаются поставщики услуг: офисы по туризму и конгресс-бюро, ТМС, DMС, туроператоры, независимые отели и гостиничные цепочки, транспортные компании, авиаперевозчики, площадки для проведения конференций и совещаний, провайдеры технологических услуг, event-агентства. Для экспонентов, представляющих регионы России и услуги в них, предусмотрена специальная цена.

По вопросам участия обращайтесь по тел.: +7 (495) 660-77-83.

R U S S I A

ABT

IN PARTNERSHIP WITH
RUSSIAN ASSOCIATION
OF BUSINESS TRAVEL

8 MAPT - AIIPEIL' 2015 | BUSINESS TRAVEL MAPT - AIIPEIL' 2015 | BUSINESS TRAVEL

НОВОСТИ КОМПАНИЙ НОВОСТИ КОМПАНИЙ



# **GBTA**

## Образовательный курс GBTA «Основы бизнес-трэвел менеджмента»

5 июня 2015 г. GBTA Russia проведет ежегодный образовательный курс «Основы бизнес-трэвел менеджмента», направленный на повышение квалификации участников рынка делового туризма в России. Это базовый курс, дающий представление об основных составляющих трэвел-менеджмента, принципах формирования трэвел-политики компании и способах управления бюджетом деловых поездок. Слушатели узнают о способах решения проблем, которые могут возникать при планировании деловых поездок, а также о компетенциях и навыках, необходимых для успешной реализации бизнес-трэвел проектов в компании. Курс будет наиболее полезен для начинающих трэвел-менеджеров, специалистов по административным вопросам, бизнес-трэвел координаторов, сотрудников ТМС, работающих с корпоративными клиентами, HR-специалистов, вовлеченных в процесс организации деловых пое-

здок, профессионалов, заинтересованных в улучшении понимания практических вопросов трэвел-менеджмента и структурировании уже существующих знаний в данной области, а также региональных менеджеров по продажам бизнес-трэвел услуг. Программа курса: общий обзор трэвел-менеджмента, управление работой с поставщиками, риск-менеджмент, основы трэвел-технологий, измерение успеха (тренды, прогнозы, отчеты).

Обучение проводится на русском языке в московском офисе Continent Express. По результатам сдачи экзамена выдается международный сертификат GBTA. Стоимость обучения и подробная информация – на сайте www.gbta.org/russia.



# **IBC Corporate Travel**

# IBC Corporate Travel запускает онлайн визовый сервис

В феврале 2015 г. агентство IBC Corporate Travel внедрило новый сервис в собственную разработку для корпоративных клиентов – систему управления поездками и мероприятиями «Ракета». Сейчас заказ визы за рубеж, заполнение анкеты стран Шенгенского договора и целого ряда других популярных стран происходит в кабинете клиента в режиме онлайн.

IBC имеет партнерские отношения с консульствами и посольствами многих государств, что помогает клиентам компании существенно упрощать процедуру получения визы в любую страну мира. Новый сервис позволит еще и существенно сократить временные затраты на оформление виз – весь процесс визовой поддержки в системе полностью автоматизирован. Достаточно загрузить в кабинет системы онлайн-бронирования все документы, необходимые для оформления визы. Визовую анкету можно

заполнить в этом же кабинете самостоятельно либо переложить процесс заполнения на сотрудника ІВС. После подачи документов в консульство или визовый центр клиент сможет отслеживать статус своего заказа непосредственно в личном кабинете. Кроме выездных виз новый сервис позволяет оперативно оформлять приглашения для получения виз на въезд в Россию для иностранных граждан. После заполнения несложной формы заказ поступает в обработку. Изготовление визового приглашения занимает от 15 минут, время оформления зависит от целей визита гостя.



# Lingvo de Virino

#### В Москве появился бутик иностранных языков Lingvo de Virino

Совсем недавно в центре Москвы открылся уникальный по своему формату и методике бутик иностранных языков Lingvo De Virino. Теперь появилась возможность не только эффективно учить интересующий язык, но и наслаждаться комфортной и роскошной обстановкой бутика.

Знание иностранных языков в современном мире – неотъемлемая часть нашей жизни. Работа в крупных международных компаниях, общение с представителями других стран делает язык не просто средством общения, но и связующим интернациональным звеном. Поэтому так важно в наши дни обладать отличными знаниями в этой сфере.

Бутик иностранных языков Lingvo De Virino – это не стандартная в нашем понимании школа или курсы, а самый что ни на есть бутик, сродни Gucci или Ralph Lauren. Люкс-апартаменты с изысканным и утонченным интерьером – здесь продумано всё до самых мелочей для комфортного обучения.

Международный английский или страстный итальянский, элегантный французский или «поднебесный» китайский – все эти языки преподают лучшие учителя по своей собственной авторской методике, которую вы не встретите нигде больше. Неформальное общение на иностранном языке, исключающее всю стандартную учебную литературу, – такие уроки становятся не просто приятными и запоминающимися, но и намного более эффективными по сравнению с общими привычными программами обучения.

# **RCS - Russian Corporate Services**

# Премьера интерактивных и цифровых технологий от RCS

тов и интерактивных технологий, позволяющих сделать мероприятия ярче, а интерес посетителей к компании, их использующей, – выше. Главной премьерой вечера стала технология UBI – Interactive от RCS. Благодаря ей любая поверхность превращается в полноценный тачскрин. Всем, что проецируется на нее, можно управлять простым движением руки по экрану либо просто жестами. UBI – Interactive от RCS позволяет спикеру писать на экране, выделять текст и легко управлять меню компьютера без кликеров и помощников. Технология была разработана в конце 2014 г. дочерней компанией концерна Microsoft. Компания RCS является эксклюзивным дистрибьютором этого продукта на территории России. Представляя технологию UBI – Interactive от RCS, Сергей Шаньгин отметил, что это новое слово в конференц-технологиях, что делает обычную PowerPoint презентацию ярким и необычным шоу. Технология вызвала большой интерес со стороны корпоративных клиентов и МІСЕкомпаний. Другой группой потенциальных покупателей технологии являются отели, причем UBI – Interactive от RCS будет не только новой услугой в составе конференц-оборудования отеля, но и необычной интерактивной зоной, например прямо в лобби на любую поверхность можно спроецировать хоть карту местности, хоть интерактивный список достопримечательностей, хоть игры. И отелю удобно, и гостям интересно. Технология свободно продается по цене 98 тыс. рублей за комплект. Другой премьерной технологией стала «дополненная реальность» – оборудование, позволяющее виртуально переносить человека куда угодно, дополнять изображение любыми картинками и надписями, печатать его, а также делиться в социальных сетях. Система может работать как интерактивный press wall. Незаменимая вещь как для развлекательных, так и для серьезных мероприятий. Очень хорошо привлекает посетителей на стенд во время выставок или в период проведения BTL-акций. Это первая в России установка такого типа. А самое главное - очень доступная по цене, что крайне важно для организаторов мероприятий.

Среди других интересных продуктов была показана установка «Виртуальное граффити», так называемая стена wow-wall. Это технология, позволяющая рисовать в стиле граффити. Рисунок наносится на экран устройством, стилизованным под баллончик с краской, причем при рисовании он шипит, как настоящий, создавая полный эффект граффити. Гости могут нари-



совать что-то на экране, или дополнить изображение любыми элементами на свой вкус с помощью встроенных шаблонов и фоновых изображений. Эта технология пользуется большой популярностью на презентациях автомобилей, а также на вечеринках и семейных праздниках. Особенно яркий эффект получается от двойной проекции на огромный экран.

Другая интерактивная зона от RCS – это X-box игры. Широкий набор игр для детей и взрослых делают X-box универсальной техникой для самых различных развлекательных мероприятий, интересной как для взрослых участников мероприятий, так и для детей разных возрастов.

Также на вечере были представлены обновления в интернет-проекте WWW.MICEDISCOUNT.RU – агрегаторе скидок для организаторов мероприятий. Здесь появился новый раздел – поиск конференц-залов по 700 отелям и 130 городам. Пока ни один поисковик по конференцзалам, кроме Micediscount, не предлагает возможность выборки по видам и загрузке залов и количеству номеров для проживания компоновок twin и sql, что очень важно для организаторов мероприятий.

Компания RCS делает и мобильные приложения для корпоративных мероприятий, которые могут быть доступны как для разовых, так и для цикличных мероприятий со всей необходимой информацией – от локаций до докладов спикеров и внутренних чатов. Также в них сохраняется архив материалов.

В рамках вечера гости могли познакомиться с дизайнерской коллекцией чехлов на чемоданы от RCS и, разумеется, самостоятельно попробовать все технические новинки, представленные компанией.

Генеральный директор RCS Сергей Шаньгин, считает, что дальнейшее развитие интерактивных и цифровых технологий будет серьезным конкурентным преимуществом в борьбе за привлечение новых корпоративных клиентов и прочной основой для развития MICE-бизнеса RCS.



# **MaxiMICE**

### Гарантированный отдых

MaxiMICE (MaxiVOYAGE) заявляет гарантированный отдых в и дает этому следующие подтверждения: страховое покрытие в 100 млн рублей, надежные поставщики, опыт ответственной работы на рынке самой компании и, что немаловажно, корпоративный договор. То есть частные туры предлагаются не на массовом рынке, а только для сотрудников клиентов и их близких. Помимо индивидуального подхода к пожеланиям заказчика и выбора любых направлений, компания предлагает услугу выезда к клиенту в офис для проведения бесплатных профессиональных консультаций по вопросам отдыха.

MAPT — АПРЕЛЬ'2015 │ BUSINESS TRAVEL MAPT — AПРЕЛЬ'2015 | BUSINESS TRAVEL RNTIdaoo



Кэролайн АЛЛЕН, региональный директор по Европе и Ближнему Востоку АСТЕ

Около

60%

мероприятий проводились на территории России и СНГ, и в будущем эта тенденция только усилится

# ACTE Forum. Курс на персонализацию

20 марта 2015 г. в Москве в отеле Renaissance Moscow Monarch Center прошел ежегодный форум для корпоративных управляющих деловыми поездками – АСТЕ Forum. Он был посвящен работе рынка индустрии встреч, делового туризма и МІСЕ в нынешних экономических условиях.

Подготовила Александра ЗАГЕР

Открыла работу форума региональный директор по Европе и Ближнему Востоку АСТЕ **Кэролайн Аллен**. Она рассказала о некоторых мировых тенденциях трэвел-индустрии и отметила, что мир меняется и нужно открываться навстречу этим изменениям. Забегая вперед, отметим, что об этом говорили практически все спикеры. «Путешествия – это очень личностный бизнес, поэтому рано или поздно мы придем к персонализированному подходу и в области корпоративного трэвела», – сказала она. Важно понимать новые поколения всё активнее входят в бизнес, и прежде всего – поколение Y. Также г-жа Аллен подчеркнула важность личностного профессионального развития, ведь новые технологии требуют новых знаний.

О тенденциях трэвел-индустрии в России рассказала главный редактор Buying Business Travel Russia Светлана Деникина. В своем выступлении она опиралась на цифры из исследования ABT-ACTE Russia Yearbook – 2015 – ежегодного глобального отчета о ситуации на российском рынке делового туризма. По ее словам, финансово-экономическая ситуация в стране заметно отразилась на состоянии рынка деловых путешествий. Однако благодаря инерции предыдущих лет в 2014 г. российская индустрия делового туризма продемонстрировала рост: объем рынка достиг 560 млрд руб., что на 18% превышает показатели предыдущего года. В нынешних экономических условиях 58% компаний готовы пересмотреть трэвел-политику в сторону ужесточения контроля расходов и лимитов перелетов и проживания. При этом 21% опрошенных проголосовали за внедрение корпоративных карт и других платежных решений, что позволит усилить и упростить контроль за трэвел-бюджетом.

Сокращать расходы на поездки компании собираются прежде всего за счет значительного снижения количества поездок и МІСЕ-мероприятий (76% респондентов), а также за счет перевода части контактов в видеоконференции (52% опрошенных), внедрения технологий онлайн-бронирования (36%), сокращения персонала (15%), смены ТМС с целью найти более выгодные условия сотрудничества (9%).

МІСЕ подвергнется самому жесткому секвестрованию. По данным опроса, половина респондентов собираются сократить количество подобных мероприятий на 20%, треть – на 50–80%, 15% компаний собираются и вовсе от них отказаться, сократив число ивентов до 80–100%. «Уже в 2014 г. около 60% мероприятий проводились на территории России и СНГ, и в будущем эта тенденция только усилится», – отметила спикер. Большой интерес у собравшихся вызвали панельные дискуссии. В рамках первой дискуссии обсуждались инструменты открытого бронирования, их влияние на трэвел-политику и способы контроля бронирований и затрат на командировки.

Самые активные дебаты развернулись вокруг понятия open booking и его актуальности для российского рынка. Open booking - это стратегия, позволяющая сотрудникам бронировать свои командировки по любым каналам, при этом вся информация по таким бронированиям должна стекаться в общую базу корпорации. Это позволяет сделать трэвел-политику более персонализированной, а поездки сотрудников более комфортными для них, не выходя при этом за рамки бюджетов. Однако здесь есть ряд существенных ограничений: такая технология неприменима для больших групп, может отнимать у сотрудника много рабочего времени и, самое главное, требует внедрения (а иногда и разработки) специальных программ контроля и учета. Кроме того, в реалиях российского рынка возникает проблема с подготовкой отчетных и бухгалтерских документов, а также способов оплаты, поскольку не во всех корпорациях внедрены корпоративные платежные карты.

Мнения экспертов, среди которых были **Вера Челенк** руководитель административного департамента и отдела закупок, BNP Paribas; **Елена Луценко** – менеджер по закупкам, Sain Gobain Rus; **Марина Кречетникова** директор администрации, JTI (Japan Tobacco Int.); **Ольга Белюсенко** – исполнительный директор, FCm Travel Solutions Russia; **Валерия Захарова** – sales manager, Travelport; **Ольга Хорасанова** – руководитель направления бизнес-трэвел по странам Восточной Европы и





развивающимся рынкам, Accenture; **Мила Сидорина** – директор отдела маркетинга, Carlson Wagonlit Travel, Russia, разделились.

По словам экспертов, open booking – своего рода «реверанс» в сторону поколения Y, активно входящего сейчас в бизнес. Люди этого поколения привыкли всё сами бронировать и выбирать, им некомфортно обращаться за этим к кому-то.

Но нужно признать, что российский рынок по многим причинам пока не готов полностью принять такой подход к организации деловых путешествий, хотя развиваться в этом направлении необходимо. А ТМС при этом ничуть не утратят своей актуальности, открыв для себя эру консалтинга. Большинство экспертов сошлись на том, что будущее – за персонализированным подходом к бизнес-трэвелу.

Вторая панельная дискуссия касалась Big Data. Эксперты говорили о том, как это работает применительно к нашему рынку, как перейти от Big Data к Smart Data и как всё это согласуется с понятием open booking. В дискуссии приняли участие Филипп Лукьяненко – генеральный директор, HRG Russia; Вартуш Григорян – менеджер по развитию продуктов VISA в России, VISA; Валерий Храбров – генеральный директор, Amadeus Russia.

Если давать весьма общее определение, то Big Data – это очень большой объем данных о чем-то или о ком-то. Грамотная работа с Big Data позволяет вести себя проактивно и спрогнозировать потребительское поведение.

Big Data позволяет построить поведенческий модуль клиента и отнести его к нужному кластеру. Лучше всего это видно на примере разных тарифов у сотовых операторов: в зависимости от того, как и сколько абонент предпочитает общаться, ему предлагаются разные тарифные планы.

Этот же принцип можно использовать и в business travel. Самое важное здесь – суметь правильно проанализировать и «прочитать» данные Big Data и понимать, что это не только и не столько статистика. По большому счету, это аналитика в реальном и будущем времени. Грамотная работа с Big Data позволяет лучше понимать и предугадывать поведение клиента, его нужды и потребности, и подстраивать это под трэвел-политику компании.

Заключительной, но не менее важной частью работы форума стало обсуждение российского МІСЕ в деталях. Здесь речь шла о возможностях решений для более эффективного сотрудничества, новых подходах к организации мероприятий, ограничениях, прописанных в трэвел-политике, влияющих на организацию мероприятий. В обсуждении этой темы приняли участие Олеся Агарева – менеджер по эффективности, Biocodex; Анна Колебаева – Starwood Hotels & Resorts Worldwide, account director, Business Development, Russia & CIS; Наталья Захарова – Head of MICE, FCm Travel Solutions; Анатолий Курюмов – генеральный директор, IBC Corporate Travel; Татьяна Леньшина, руководитель группы по организации корпоративных мероприятий, ZCTS.

Анатолий Курюмов рассказал о новых взглядах и подходах на рынке. Он отметил, что меняется география мероприятий, появились новые для рынка направления, такие как Хабаровск, Орел, Владивосток. Он также отметил, что заказчики стали более требовательны и зачастую им необходим максимально детальный план мероприятия. Приметой времени стало увеличение количества мероприятий и уменьшение их размеров.

Также эксперты говорили о России как о набирающем популярность бизнес-направлении. С одной стороны, в российских городах постепенно развивается инфраструктура, позволяющая принимать мероприятия определенного уровня, а с другой – нестабильная экономическая ситуация и курсы валют делают поездки по России куда выгоднее зарубежных.

В рамках работы ACTE Forum прошел интерактивный workshop «Искусство переговоров», посвященный тактике и стратегии ведения переговоров в период нестабильной обстановки. Вел workshop представитель Бельгийской ассоциации трэвел-менеджеров Коррадо Симонтаччи.



1. Панельная дискуссия об актуальности open booking на российском рынке

2. Разговор о Big Data. Слева направо: генеральный директор HRG Russia Филипп ЛУКЬЯНЕНКО, генеральный директор Amadeus Russia Валерий ХРАБРОВ, региональный директор по Европе и Ближнему Востоку АСТЕ Кэролайн АЛЛЕН

3. Генеральный директор IBC Corporate Travel Анатолий КУРЮМОВ в ходе выступления на панельной дискуссии о российском МІСЕ в деталях

Грамотная работа с Big Data позволяет вести себя проактивно и спрогнозировать потребительское поведение.

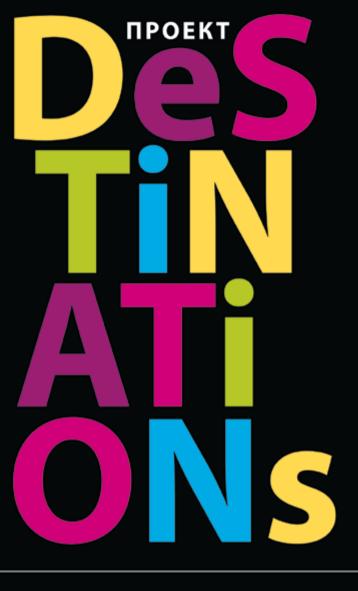
MAPT — AIIPEJE 2015 | BUSINESS TRAVEL MAPT — AIIPEJE 2015 | BUSINESS TRAVEL

В далеком 2001 году проект Destinations ИД «Турбизнес» задумывался как выпуск тематических изданий по странам, городам и курортам.

Сейчас проект успешно реализован. Теперь согласно общему тренду «перехода» в Интернет, проект Destinations продвигается в онлайн.

На нашем сайте теперь есть увлекательные викторины, познавательные академии и «горячие» ньюслеттеры!

За последние два года мы подготовили учебные программы, и многие читатели уже закончили виртуальные вузы по Испании, Маврикию, Италии и Саксонии. Недавно открылась онлайнакадемия «Штутгарт и земля Баден-Вюртемберг», организованная совместно с компанией Stuttgart-Marketing GmbH!



Приглашаем вас принять участие в нашем новом конкурсе «Знаете ли вы Таллин?», подготовленном по заказу Tallinn City Tourist Office & Convention Bureau. Он открывается на сайте www.tourbus.ru в начале

Также читайте у нас на сайте ньюслеттеры о Саксонии, Гамбурге и Штутгарте, выпускаемые при поддержке туристических организаций этих городов и регионов. Есть что почитать на www.tourbus.ru в разделе «Страны».

Следите за нашими новинками! Встретимся в Сети!

QR-код раздела на сайте www.tourbus.ru



# НАШИ АКАДЕМИИ: вы найдете их на нашем сайте www.tourbus.ru под кнопкой ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИЕ



#### Маврикий



www. mauritius-learning.ru

Партнер: управление по туризму

**Тур**бизнес

# Саксония



www.saxony-learning.ru

Партнер: организация по развитию туризма при правительстве Саксонии Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH/T|M|G|S

### Италия



www.italy-learning.ru

Партнер: ЭНИТ — Национальное Агентство по Туризму (Италия)

# Штутгарт и Баден-Вюртенберг



www.stuttgart-swgermany.ru

Партнер: Stuttgart-Marketing GmbH



На рынке делового туризма и МІСЕ появился новый игрок – Art business travel cafe, компания с необычной концепцией, интересными программами и амбициозными планами. Более подробно об этом рассказывает генеральный директор Art business travel cafe Людмила КИРИЛЛОВА



генеральный директор Art business travel cafe

# Людмила КИРИЛЛОВА:

# Путешествие начинается с общения

Как родилась идея создания компании и какова ее

Наша концепция отражена в названии, где каждое слово не случайно. Art – вряд ли кто-то будет спорить с тем, что создание путешествия или любого мероприятия – это искусство; business travel – это, собственно, то, чем мы занимаемся; cafe - это наш стиль обшения с клиентами.

Кафе – это место, где люди встречаются с друзьями, где им комфортно и где хочется быть, и моей задачей было сделать так, чтобы наша компания стала для клиентов таким местом. Мы приглашаем клиентов к себе, у нас ведь не офис в привычном понимании этого слова. Наше «кафе» – это, в первую очередь, территория общения в приятной атмосфере, красивом интерьере, в хорошей компании. Мы угощаем клиентов хорошим кофе, чаем, поданными в дорогом фарфоре, и всегда только домашней ароматной выпечкой. У нас принципиально нет покупной выпечки, всё печем только сами, благо коллектив женский. Сейчас домашнюю выпечку можно попробовать либо у кого-то в гостях, либо в семейной пекарне. А еще – у нас. Такое угощение создает определенную атмосферу, позволяющую нашим гостям расслабиться и чувствовать себя комфортно. К нам можно прийти с друзьями, обсудить все детали путешествия, спокойно, не торопясь, всё выбрать, вместе придумать шедевр туристического искусства и получить от этого удовольствие.

Поскольку одним из направлений нашей деятельности являются свадьбы, к нам приходят невесты с подружками, мамами, общаются, листают тематические журналы, выбирают стиль мероприятия, получается такой интересный девичник, а атмосфера нашего «кафе» настраивает всех на нужный лад, помогает рождаться креативным идеям и создавать праздник. У нас уже есть своя традиция – после оформления ту-

ров мы открываем шампанское, потому что путешествие должно начинаться с хорошего настроения и позитивных эмоций. Иногда люди заходят, чтобы просто пообщаться, узнать новости и модные тенденции в туриндустрии, а мы в свою очередь регулярно посещаем отраслевые выставки и в курсе всех трендов. И потом, когда возникает необходимость в наших услугах, люди, приходившие пообщаться, обращаются за туром.

Идея такой компании родилась у меня давно. У меня большой опыт работы на рынке, в разных компаниях на руководящих должностях. Я хорошо знаю, что и как должно быть, но пока была наемным сотрудником, могла лишь советовать, а прислушиваться или нет, решал собственник компании. Я верю в то, что мысль материальна, я четко представляла себе, какую именно компанию хочу, как должен выглядеть офис, вплоть до деталей декора. Даже логотип нарисовала сама, а профессиональный дизайнер его отрисовал. И тогда поняла: сейчас или никогда, и 11 ноября 2014 г. компания была открыта и начала свой путь.

Наша концепция отражена в названии, где каждое слово не случайно. Art – вряд ли кто-то будет спорить с тем, что создание путешествия или любого мероприятия – это искусство; business travel – это, собственно, то, чем мы занимаемся: cafe – это наш стиль общения с клиентами.

www.tourbus.ru MAPT — АПРЕЛЬ'2015 │ BUSINESS TRAVEL БИЗНЕС-ПАРТНЕР БИЗНЕС-ПАРТНЕР



Наше «кафе» – это, в первую очередь, территория общения в приятной атмосфере, красивом интерьере, в хорошей компании. Мы угощаем клиентов хорошим кофе, чаем, поданными в дорогом фарфоре, и всегда только домашней ароматной выпечкой. У нас принципиально нет покупной выпечки, всё печем только сами, благо коллектив женский.

# Каковы основные направления вашей деятельности?

У нас сейчас три ведущих департамента. МІСЕ-кафе – это департамент, который предлагает креативные решения для всех сегментов МІСЕ-индустрии. Конгрессы и конференции могут быть поданы нестандартно, так, например, в Мексике, где мы застраивали зал под Чичен-Ицу (политический и культурный центр майя) – устанавливали пирамиду и головы драконов из папье-маше, пальмы в кадках, фоном шло щебетание птиц, и всё это нисколько не мешало участникам, настраивая их на нужный рабочий лад.

Пожалуй, самый трогательный наш департамент – это Art Wedding Cafe, который занимается организацией свадеб под ключ. Мы – за комплексный подход к делу и за то, чтобы каждой нашей невесте сделать свадьбу ее мечты. Поэтому на первой встрече мы даем ей понять, что мы – ее друзья и все будем работать на отличный результат. А на вторую встречу с ней приходят и диетолог (если нужно сбросить вес к свадьбе), и косметолог, и стилисты, и флористы. И мы все вместе обсуждаем детали праздника, помогаем, советуем и воплощаем грезы в жизнь. Я рада, что у нас собралась отличная дружная команда профессионалов, которая работает с большой любовью к своему делу и искренним желанием угодить клиенту. Третий департамент – это Art Gourmet Travel, который специализируется на гурмэ-путешествиях по всему миру, кулинарных мастер-классах, тематических агроквестах, дегустациях и индивидуальных турах. Сейчас, например, мы разрабатываем совместно с одним известным московским кондитером программу по итальянским кондитерским. Ее участники смогут и приготовить, и продегустировать итальянские сладости и выпечку как в дорогих ресторанах, так и в типичных маленьких семейных кондитерских Италии. Очень актуальны сейчас гастрономические туры в Грузию, Азербайджан, Узбекистан, Армению, Казахстан. Экзотическая кухня этих стран никогда не теряет своей популярности.

Мое любимое гурмэ-направление – Абрау-Дюрсо. Здесь очень удачный симбиоз потрясающей природы и кулинарных возможностей региона, горное озеро и изумительное шампанское, наше шампанское, заметим. В Абрау-Дюрсо есть замечательные рестораны с хорошей кухней. Местные винные погреба можно использовать не только для дегустаций, но и для групповых программ или в качестве конференц-залов и совмещать приятное с полезным. Место весьма романтичное и поэтому не зря облюбовано парами для проведения свадебных церемоний.

# Как вы выбираете страны и регионы для мероприятий?

Всё зависит от запросов и пожеланий клиента. Наша задача – сделать так, чтобы сбылась его мечта, и тут самое важное – грамотно посоветовать. Иногда бывает,

что клиент нарисовал сказку, которая невозможна в той или иной стране по разным причинам. Его взгляд нужно уметь аккуратно направить на другую страну, чтобы он увидел, что ту сказку, которую он нарисовал, можно воплотить здесь. Или, скажем, появляются модные направления, и мы советуем обратить на них внимание. Например, мы в Италию летаем много лет, все знаем – есть Рим, Венеция, Флоренция, а вот в этом году очень активно вышел на рынок регион Апулия. Мы стараемся о нем рассказывать, активно пропагандируем его в социальных сетях, и уже поступают запросы на организацию путешествия.

Индия сейчас открылась с новой стороны, там появились шикарные направления класса люкс, утопающие в настоящей индийской роскоши. Индийские поезда – это комфорт мирового класса и королевская роскошь на колесах. Поезда подойдут как для индивидуальных путешествий и романтических каникул, так и для корпоративных мероприятий, тимбилдингов и конференций. Держа путь через Раджастан, Махараштру, Карнатаку и Гоа, поезда унесут вас в мир фортов и дворцов, исторических монументов и живописных видов. А у нас появилась отличная новая программа, ведущая по стопам главной героини книги Элизабет Гилберт «Есть, молиться, любить», которая объединяет в себе три страны: в Италии мы погружаемся в мир гурмэ, в Индии успокаиваемся и восстанавливаем эмоциональное состояние, общаемся с астрологами, а в Индонезии расслабляемся, принимаем спа-процедуры, делаем массаж, плаваем и загораем на пляже. Программа рассчитана на 12 дней в осенний период, так как это самое хорошее время во всех странах, комфортная погода и бархатный сезон.

## Что позволило вам не испугаться и начать работать в кризис?

К тому моменту, как я поняла, что уже готова открыть свое дело, у меня было три самых важных компонента: идея, помещение в центре Москвы (тут кризис даже помог, поскольку наш арендодатель дает очень комфортные цены, да и вообще во всем поддерживает) и сильная команда, которая всё умеет и ничего не боится. Как известно, китайский иероглиф «кризис» состоит из двух значений: «опасность» и «возможность». Я решила, что это моя возможность. Иметь свой бизнес нелегко, безусловно, ты за всё отвечаешь и несешь ответственность. Но это и большое счастье быть свободной и ни от кого не зависеть. Главное – работать с удовольствием и уважать команду, которая пошла за тобой.

## Есть спрос на российские регионы и страны СНГ?

У нас сейчас хороший спрос среди иностранных клиентов на Москву, Санкт-Петербург, Татарстан. Мы принимали кинологов со всего мира, возили их в Суздаль, в

Гжель, и их восхищению красотой этих городов не было предела. Много запросов на детские лагеря в Крыму, на Артек. Большой популярностью пользуется Сочи. Вот только что мы делали там проект для одной крупной корпорации, всего на четыре дня, но столько всего успели и увидели: от тимбилдинга на Красной Поляне до квеста на гольф-карах по Олимпийской деревне, от обзорной экскурсии по самым интересным местам до BBQ вечеринки на крыше отеля с дегустацией вин.

Есть в работе программы по Азербайджану, Армении и Татарстану. Эти направления очень интересны со всех точек зрения, их надо показывать и активно рекламировать. Рада, что, например, в случае с Азербайджаном мы работам в тесном контакте с Министерством по туризму страны.

Сейчас возобновляются железнодорожные туристические маршруты в Казань, поезда становятся деловыми площадками, так, конференцию можно провести прямо в вагоне, по дороге в столицу Татарстана. Очень приятно, что наши самые крупные перевозчики поддерживают внутренний туризм.

## Что нужно, чтобы стать вашим партнером в странах, где вы организуете мероприятия?

Очень многие партнеры давно стали нашими хорошими друзьями. Что касается новых партнеров, то главное – нужно быть профессионалом своего дела, знать и любить то, что ты делаешь и предлагаешь. Мне приятно отметить, что сейчас появилась креативная молодежь, которая открыта всему новому и придумывает массу новинок, часто с использованием онлайн-технологий и гаджетов. Мы недавно виртуально познакомились с очень интересной компанией из Якутии. Нашли их в Сети и теперь активно переписываемся. Они показывают то, чем богаты, что умеют. Они предлагают, например, гурмэ-туры с размещением в красивых национальных юртах. Почему нет? Это наша Россия. Это богатейшая культура, которую нужно поддерживать и развивать.

Сейчас главное – дружить и делиться идеями. Не надо их прятать, надо развивать, кооперироваться и делать масштабные проекты на базе нескольких агентств. Можно совместить сильные стороны разных компаний и выдать интересный продукт. Мой клиент всё равно придет ко мне, потому что ему со мной хорошо, он знает, что всё будет организовано на высоком профессиональном уровне, к которому он привык. А я в свою очередь формирую этот продукт, опираясь на проверенных поставщиков, и я за него отвечаю перед клиентом.

Насколько компания дружна с современными IT-технологиями? Есть ли возможность онлайн-бронирования, существует (и есть ли в планах) мобильное приложение? Считаете ли вы маркетинг через социальные сети эффективным?

Мы стараемся следить за технологиями. У нас в компании трудятся молодые девушки, которые с компьютером, кажется, родились. Например, они придумали программу, в которой мы стали вести наши заказы, и это очень удобно.

Компания представлена в социальных сетях, что дает отличную обратную связь. Мы публикуем какое-то предложение и смотрим за реакцией, ведь почти всегда там завязывается обсуждение. И сразу понятно, насколько то или иное предложение отвечает ожиданиям потенциальных клиентов. Молодежь хорошо откликается на мероприятия, анонсированные в «Фэйсбуке».

К большой моей радости сейчас заканчивается работа над нашим сайтом. Я надеюсь, что он станет удобным для пользования и будет оценен нашими клиентами и партнерами. Мир изменился, люди не готовы и не хотят читать пространные тексты о компании или многостраничные описания программ. Материал на сайте будет подаваться по принципу предисловия к книге, книге путешествий каждого конкретного клиента. Он создан таким образом, чтобы человек мог зайти, полистать, почитать короткие описания всего того, что видит, посмотреть яркие фотографии и видео. Примерно через полгода выйдет и мобильное приложение, скачав которое можно будет получать уведомления о новых программах, интересных местах, оригинальных предложениях и специальных акциях.

Единственное, от чего мы отказываемся полностью, – это от любых онлайн-бронирований. У нас «кафе», территория общения. А онлайн-бронирование – инструмент, безусловно, полезный, но не для нас. Это необходимо для глобальных туроператоров, у которых огромное количество специальных предложений и чартерных программ. Art business travel cafe готовит индивидуальные авторские программы любых мероприятий, поэтому мы не нуждаемся в онлайн-бронировании. Мы за то, чтобы путешествие начиналось с общения.

Мы приглашаем вас в наше кафе, в атмосферу комфорта и уюта, пропитанную изысканными ароматами кофе и домашней выпечки, приготовленной с любовью и хорошим настроением. Именно здесь рождаются самые креативные идеи путешествий, мероприятий и праздников. Как приятно встречаться, общаться, с удовольствием поедать вкусности и наслаждаться хорошим кофе в окружении друзей! Идея любого мероприятия или путешествия должна зарождаться в состоянии relax and do it!

Мы предлагаем вам уйти от стереотипов турфирм и погрузиться в атмосферу качественно нового стиля общения с клиентами.

Мы не навязываем своего мнения, мы умеем слушать и слышать! Поэтому создание комфортной атмосферы для совместного творчества – это прежде всего путь к общему успеху!



Мы не навязываем своего мнения, мы умеем слушать и слышать! Поэтому создание комфортной атмосферы для совместного творчества – это прежде всего путь к общему успеху!

MAPT — AIPERI- 2015 | BUSINESS TRAVEL MAPT — AIPERI- 2015 | BUSINESS TRAVEL

ПРОФИЛЬ



Сергей ТУШИН, заместитель главы администрации города Екатеринбурга по организации значимых общероссийских и международных мероприятий

В этом году, помимо ряда крупных деловых событий, таких как Международная промышленная выставка «Иннопром», II Международный форум высотного и уникального строительства «100+ Forum Russia», в городе пройдет целая серия спортивных мероприятий: первенство мира по гандболу среди юношей, соревнования на Кубок мира среди молодежных клубных команд по хоккею, чемпионат Европы по настольному теннису, чемпионат России по фигурному катанию.

# МІСЕ на границе Европы и Азии

Екатеринбург славится большой деловой активностью. Здесь проходит много разноформатных мероприятий, город обладает хорошей гостиничной и транспортной инфраструктурой, именно в нем появилось одно из первых в России конвеншн-бюро. О том, каковы перспективы города как направления для делового туризма, рассказывает заместитель главы администрации города Екатеринбурга по организации значимых общероссийских и международных мероприятий Сергей ТУШИН.

#### Сергей Геннадьевич, чем Екатеринбург привлекателен для организаторов мероприятий и деловых туристов?

Прежде всего хочу отметить, что Екатеринбург – один из немногих региональных центров, в стратегическом плане которого выделен отдельный проект, нацеленный на развитие города как центра индустрии встреч и делового туризма. На данный момент этот сегмент рынка - один из основных составляющих по числу приезжающих в город гостей в общем потоке туристов. Отличительной чертой Екатеринбурга является хорошо подготовленная полностью современная инфраструктура. Это и современный международный аэропорт Кольцово, которому в этом году эксперты авторитетной исследовательской британской компании Skytrax присудили четыре звезды из пяти возможных, а по результатам World Airport Awards 2015 Кольцово вошел в десятку лучших аэропортов в различных номинациях, в том числе как «Лучший аэропорт России и СНГ». Это и разнообразие средств размещения в городе 109 отелей различных категорий, включая отели международных сетей: Hyatt Regency 5\*, Ramada 5\*, Angelo Airport Hotel 4\*, Park Inn 4\*, Novotel 4\*. В этом году мы ожидаем появления отеля международной сети Hilton.

### Известно, что отели зачастую служат площадками для бизнес-мероприятий. Какие гостиницы пользуются большой популярностью у организаторов мероприятий?

Сегодня около 40 отелей предлагают свои площади для проведения деловых мероприятий с количеством участников от 20 до 800 человек. Так что возможностей довольно много. Касательно наиболее популярных отелей, здесь всё зависит от формата мероприятия. Учитывая, что ежегодно город является площадкой для порядка 350 мероприятий среднего формата числом от 100 до 400 участников, отели, располагающие такими площадями, всегда пользуются спросом у организаторов.

# На каких площадках, помимо отелей, проходят мероприятия в Екатеринбурге?

Если говорить о конгрессных мероприятиях, то к услугам организаторов действуют более 130 различных площадок максимальной вместимостью до 5 тыс. человек. Помимо конференц-залов отелей это деловые и выставочные центры, площадки вузов и учреждений органов власти. Большинство из них оборудованы современными техническими средствами, являются многофункциональными и позволяют одновременно проводить несколько мероприятий. В городе действуют около двадцати РСО- и DMC-операторов, организующих мероприятия «под ключ»; профильные организации предоставляют полный комплекс сопутствующих услуг, включая планирование и подготовку мероприятий, организацию питания участников, экскурсионную программу, изготовление рекламно-сувенирной продукции, услуги переводчиков. В помощь организаторам мероприятий работает Конгресс-бюро Екатеринбурга и Информационно-туристическая служба.

# Многие организаторы мероприятий сетуют на то, что сложно найти площадку для проведения крупного события. Есть ли таковые в Екатеринбурге?

Хочется верить, что в случае с нашим городом таких проблем у организаторов не возникнет, хотя всё, безусловно, зависит, как я уже говорил, от формата мероприятия. Если перед организатором стоит задача провести крупный форум или выставку или объединить их на одной площадке, то в Екатеринбурге это с легкостью можно сделать, например, в международном выставочном центре «Екатеринбург-ЭКСПО». Ежегодно здесь проходит множество крупных мероприятий, в том числе выставка и форум промышленности и инноваций ИННОПРОМ, которая сегодня является главной промышленной выставкой России, собирающей более 46 тыс. человек. В этом году страной-партнером выставки выступит КНР. Естественно, это не единственная крупная площадка, есть и современный многопрофильный бизнес-комплекс ЦМТ, и центр культуры «Урал», и многие другие.

Кроме того, у нас прекрасный опыт проведения ежегодных крупных событий на открытом воздухе. Например, Венский фестиваль музыкальных фильмов или фольклорный фестиваль «Малахитовая шкатулка», проходящий на площадке Центрального парка культуры и отдыха им. В.В. Маяковского и собирающий около 15 тыс. участников. В декабре в Литературном квартале города совместно с генеральными консульствами европейских стран мы проводим рождественскую ярмарку «Европейское Рождество в Екатеринбурге», которую посещают более 5 тыс. горожан.

# Расскажите, пожалуйста, об опыте города в проведении и принятии крупных и знаковых мероприятий.

Екатеринбург успешно принимает дипломатические, деловые, культурные и спортивные мероприятия федерального и международного масштаба. В 2009 г. город принимал саммиты ШОС и БРИК, а в 2010-м российско-германские межгосударственные консультации на высшем уровне, в 2012 г. – форум авиационной отрасли Routes CIS, в 2013 г. – Саммит «Россия – ЕС» и Форум межрегионального сотрудничества России и Казахстана, в 2014-м – чемпионат мира по спортивному программированию, собравший свыше тысячи молодых ІТ-специалистов, Международный форум высотного строительства «100+ Forum Russia», объединивший свыше тысячи российских и международных экспертов в области высотного строительства, чемпионат Европы по парикмахерскому искусству и многие другие. Одним словом, Екатеринбург доказал на практике способность успешно принимать и обслуживать статусные международные события. В этом году, помимо ряда крупных деловых событий, таких как Международная промышленная выставка «Иннопром», II Международный форум высотного и уникального строительства «100+ Forum Russia», в городе пройдет целая серия спортивных мероприятий: первенство мира по гандболу среди юношей, соревнования на Кубок мира среди молодежных клубных команд по хоккею, чемпионат Европы по настольному теннису, чемпионат России по фигурному катанию. Естественно, Екатеринбург активно готовится к проведению чемпионата мира по футболу 2018 г.

# Расскажите, пожалуйста, об опыте и процессе подготовки города к приему матчей чемпионата мира по футболу 2018 г.

Подготовка к такому крупному событию всегда включает целый комплекс мер. Например, пересмотр схемы организации дорожной сети, что позволит эффективно перераспределить потоки общественного и личного автотранспорта, учесть особенности движения пешеходов и велосипедистов, а также существующие требования ФИФА. Уже началась реконструкция Центрального стадиона, вместимость которого будет

составлять 35 тыс. человек. Помимо стадиона основными объектами ЧМ-2018 в Екатеринбурге станут три тренировочные площадки на базе существующих спортивных комплексов города, их реконструкция с целью приведения в соответствие с требованиями ФИФА позволит оставить в наследие городу полностью оборудованные современные спортивные площадки, которые будут способствовать развитию в том числе детского спорта.

Летом 2014 г. Екатеринбург вошел в число городов, где ФИФА разрешила проведение международного фестиваля болельщиков. На площадке Центрального парка культуры и отдыха имени В.В. Маяковского работала фан-зона, которую посетили порядка 50 тыс. человек. Кроме показа матчей, фестиваль предоставлял болельщикам возможность качественного ежедневного отдыха, включая различные музыкальные и иные программы в течение всего времени работы площадки. Для города проведение фестиваля болельщиков стало возможностью «отрепетировать» подготовку более масштабной фан-зоны в 2018 г. и обкатать механизм обслуживания крупного мероприятия силами волонтеров.

# Проводятся ли в городе квесты, связанные с его историей и культурой, интерактивные экскурсии, инициированные администрацией?

Я бы сказал, что администрация города скорее старается создавать все условия для того, чтобы такие акции инициировались городским сообществом, которое, к счастью, у нас очень активно в этом отношении.

Например, в городе с успехом живет проект, придуманный и реализованный самими горожанами, -«Красная линия Екатеринбурга», пешеходный туристический маршрут по историческому центру Екатеринбурга, обозначенный специальной разметкой на асфальте. А администрация города в рамках развития комплекса туристской навигации реализует проект по установке объектов навигации с использованием технологии QR-код. Служба ИТС предоставляет всем желающим аудиоэкскурсии по городу различной тематики, в том числе по маршруту «Красной линии». Успех Екатеринбурга зависит во многом от того, насколько мы можем конкурировать с другими российскими городами в соотношении цена/качество. На мой взгляд, главным нашим преимуществом, помимо удачного географического положения на границе Европы и Азии и хорошей инфраструктуры, становится именно формирование высочайшего уровня услуг как основной характеристики Екатеринбурга среди профессионалов рынка индустрии встреч. Так что приглашаю всех к взаимовыгодному сотрудничеству, будем рады видеть ваши мероприятия в Екатеринбурге и с удовольствием окажем всяческое содействие!







1. В 2009 г. город принимал саммиты ШОС (на фото) и БРИК
2. І Международный форум высотного строительства «100+ Forum Russia» (фото предоставлено организационным комитетом форума)
3. Международный фан-фест FIFA

Ежегодно город является площадкой для порядка **350** мероприятий среднего формата числом от **100** до **400** участников.

18 MAPT - AIIPEJI5'2015 | BUSINESS TRAVEL MAPT - AIIPEJI5'2015 | BUSINESS TRAVEL

ОТЕЛЬ





# Вкус весны

Не секрет, что меню ресторанов московских отелей регулярно обновляется. Пасхальные бранчи и постное меню, кухни стран мира и тематические обеды, главное – успеть всё попробовать.

Подготовила Александра ЗАГЕР

# Все кухни будут в гости к нам

Шеф-повар гостиницы «Рэдиссон Ройал, Москва» Мартин Репетто решил отправить своих гостей в большое гастрономическое путешествие и, изучив на практике лучшие достижения гастрономии, предлагает попробовать наиболее интересные блюда из национальных кухонь мира.

Каждый месяц на протяжении всего 2015 г. в меню лобби-бара, рум-сервиса и клубного ресторана будут появляться специальные сеты от шеф-повара гостиницы, которые познакомят гостей с лучшими гастрономическими традициями одной из стран мира.

Расписание «встреч» следующее: март – кухни Чили и Перу; апрель – кухня Испании; май – кухня Аргентины; июнь – кухня Японии; июль – кухня Бразилии; август – кухня Карибских островов; сентябрь – кухня Индии; октябрь – кухня Франции; ноябрь – кухни Азии; декабрь – кулинарные традиции Рождества.

# Завтрак, обед и ужин

В **AZIMUT Moscow Olympic Hotel** представлены рестораны и кафе с разнообразными предложениями завтрака, обеда и ужина для жителей и гостей столицы. Ресторан «Олимпик» проводит ежедневные

завтраки и продолжает традицию воскресных встреч в кругу самых близких: каждое воскресенье в ресторане проходят семейные бранчи. Кондитерская отеля, кафе «Бейкери», предлагает широкий выбор тортов, пирожных, а также хлеб собственной выпечки. Ресторан «495» подходит деловым людям, которые при выборе ресторана в обеденное время руководствуются тремя факторами: вкусная еда, быстрота обслуживания и цена. Меню бизнес-ланча ресторана рассчитано на такой подход – обед за 45 минут, состоящий из блюд разных стран мира, по оптимальной цене. Меню представлено русской, итальянской и тайской кухнями. С наступлением весны в ресторане «495» открылся фестиваль ирландских блюд: салат Уэльский, цыпленок по-ирландски, брауни с мятным кремом.

В ресторане Fleur Cafè отеля Holiday Inn Moscow Suschevsky с середины апреля до конца мая (с 13 апреля по 31 мая) действует «Спаржевое меню». В него входят салат с маринованным лососем с сырными чипсами под кисло-сладким соусом, салат со спаржей и моцареллой под муссом из печеного перца, крем-суп из спаржи, морской окунь со спаржей и артишоками под пряным соусом, корейка баранины с овощами под виноградно-имбирным соусом, ризотто со спаржей и креветками.

B Holiday Inn Moscow Lesnaya продолжатся тематические бранчи. Богатый выбор блюд на шведском столе,

алкогольные и безалкогольные напитки без ограничения порадуют даже взыскательного гурмана. Среди традиционных блюд: копченый лосось, рулетики с пармской ветчиной, буженина, миланское салями, колбаски Чоризо, копченая утиная грудка, жареная говяжья вырезка и множество других угощений. Во время бранчей звучит живая музыка, а дети могут весело провести время в игровой комнате. Праздничная и дружеская атмосфера, царящая на воскресных бранчах, порадует всех гостей, собравшихся за столами. При этом на бранчи сохранены прошлогодние цены: стоимость бранча для взрослых – 2600 руб.; для детей от 6 до 12 лет – 1300 руб.; дети младше 6 лет – бесплатно. Виды весенних бранчей: «Пасхальный» (12 апреля), «Средиземноморский» (26 апреля), «Фестиваль кавказской кухни» (17 мая), «Тропикана» (31 мая).

Воскресные бранчи в ресторанах «Самобранка» и «Гранд Александр» – это разнообразное меню закусок, салатов, горячих блюд на шведском столе, а также огромный выбор десертов. Живая музыка и различные развлекательные программы для детей. Время проведения – с 12:30 до 17:00. Стоимость бранча зависит от выбора напитков: 5250 руб. на человека (аргентинские и итальянские вина, просекко, водка, пиво и безалкогольные напитки), 4750 руб. на человека (домашнее красное и белое вино, российское игристое вино, водка, пиво и безалкогольные напитки). Бранч без алкоголя – 3750 руб. на человека. Для детей до 5 лет – бесплатно, с 5 до 11 лет – 1500 руб.

По средам у гостей есть возможность окунуться в мир настоящих гурманов в лобби-баре отеля и попробовать интересные сочетания вина и сыров. Мероприятие проходит каждую среду с 18:00 до 23:00. Стоимость – от 2250 руб. на человека (в цену входят два бокала белого вина, два бокала красного вина, сырный ассортимент).

Каждую субботу гостей ждут на «Царском застолье» в ресторане «Гранд Александр». В меню – закуски, салаты (сервируются в стол), горячее блюдо от шефа и, конечно же, десерты. Стоимость – от 5450 руб. на человека. Обязательно предварительное бронирование минимум за неделю.

Воскресные бранчи в ресторане «**Аврора**» – это роскошный шведский стол с десятками видов закусок и салатов, карвинг- и суши-станции, шоколадный фонтан и огромный выбор десертов, живая музыка и различные развлекательные программы для детей.

Время проведения бранча – с 12:30 до 17:00. Стоимость также зависит от выбора напитков. Королевский бранч (австралийские и итальянские вина, просекко, коктейли на основе игристых вин, водка, пиво и безалкогольные напитки) – 5400 руб. на человека. Бранч без алкоголя – 3900 руб. на человека. Бранч с шампанским Моёт & Chandon – 8800 руб. на человека. Для детей существует система скидок: до 12 лет – 1900 руб., а для самых маленьких (до 6 лет) – бесплатно.

## Глоток удовольствия

Весной даже в наших широтах солнце припекает довольно сильно, и барная карта не менее важна, чем основное меню. В ресторанах московских отелей можно найти напитки на любой вкус, подходящие как для делового обеда, так и для веселой вечеринки. «Сити Спейс» расположен на 34 этаже «Swissôtel

«сити спеис» расположен на 34 этаже «Swissotei Красные Холмы» и напоминает летающую тарелку, приземлившуюся на крышу небоскреба. Главное «блюдо» в его меню – коктейль. Этой весной здесь можно попробовать интересные авторские коктейли в яркой весенней интерпретации, насладиться приятными беседами и великолепной кухней.





«Рэдиссон Ройал, Москва»

3. Овощной салат от шеф-повара
«Марриотт Грандъ-Отеля»
Эммануэля ГАРДЕ
Коктейль Borneo от Максима ЕЖОВА
на основе красного вермута
и эвкалиптовой водки, бар «Сити

Спейс», «Swissôtel Красные Холмы»

1-2. Кухни мира в отеле







Широкий выбор блюд в ресторанах отелей Holiday Inn Moscow Lesnaya и Holiday Inn Moscow Suschevsky

MAPT — AIIPEJE 2015 | BUSINESS TRAVEL MAPT — AIIPEJE 2015 | BUSINESS TRAVEL

ОТЕЛЬ НОВОСТИ ОТЕЛЕЙ







- Коктейль Lady-Killer от Алексея НЕРЕТИНА с водкой, табаско, лимонником
- 6. Десерт от шеф-кондитера «Марриотт Грандъ-Отеля» Ольги ЧИЛИКИНОЙ ванильная паннакотта с клубничной эмульсией и сорбе
- 7. Коктейль Charlotte от Никиты ХЛОПЯНОВА на основе водки, мартини с персиком, ванилью и корицей

Бармены «Сити Спейс» не просто смешивают алкоголь, они задают настроение коктейлю. Кулинарный акцент может быть любой: цитрусовая спираль, лепестки роз и жгучий перец, коктейльный лук правильной температуры, экзотические фрукты – свежие и сушеные или веточка ароматного розмарина.

«Сити Спейс» регулярно принимает у себя в гостях ведущих барменов мира и знакомит своих гостей с самыми новейшими тенденциями современной миксологии. Меню, созданное шеф-поваром бара, включает лучшие блюда международной кухни в оригинальной авторской интерпретации. Особый почерк шеф-повара чувствуется в блюдах японской кухни – вкуснейшие суши, сашими и фирменные роллы ресторана остаются в меню уже много лет подряд и являются фаворитами постоянных гостей.

Весеннее чайное меню появилось в отеле Holiday Inn Moscow Lesnaya. В зависимости от трапезы и настроения гости могут выбрать имбирно-медовый, малиновый, жасминовый, мятный или чай с маракуйей. Чай подается с медом в чайниках по 350 и 700 мл, горячим или холодным. Стоимость напитка соответственно 390 и 500 руб.

# На посту

Постные блюда могут быть и интересными, и разнообразными. Об этом свидетельствуют постные меню многих московских отелей.

К весеннему сезону шеф-повар отеля Эммануэль Гарде приготовил много новых интересных предложений.

Так, в ресторане «Грандъ Александр» и лобби-баре «Марриотт Грандъ-Отеля» в постном меню о были, например, овощной салат (карпаччо из свеклы, морковь, сельдерей, цикорий, помидоры черри, спаржа), заправленный легким соусом с зернистой горчицей, супминестроне со средиземноморскими овощами, с тостом с оливковым тапенадом, тортеллини с овощами, темпура из брокколи с томатным соусом с базиликом, овощное карри по-тайски с кокосовым молоком и рисом «Басмати», жареная лапша с овощами и кунжутом с

устричным соусом. Постный десерт приготовлен шефкондитером Ольгой Чиликиной: ванильная паннакотта с клубничной эмульсией и клубничным сорбе.

Из простых и всем известных продуктов шеф-повар отеля «Марриотт Ройал Аврора» Карл Дамеггер создал изысканные блюда, восхитительные на вкус и оригинальные по дизайну. Среди них – карпаччо из томатов с оливковым маслом и базиликом, весенний салат из салатных листьев, редиса и спаржи с медово-горчичной заправкой, свекольно-гранатовый суп и суп-пюре из картофеля и сельдерея с обжаренными белыми грибами, гречка с грибами, жареные шарики тофу с салатными листьями, томатной сальсой и гуакамоле. В десертном постном меню: клубничное рагу с лимонным сорбе и карпаччо из ананаса с кокосовым желе и сорбе из маракуйи.

В специальном постном меню в ресторане «Граци» и лобби-баре отеля «Марриотт Тверская» от шеф-повара Александра Кутепова – салат из копченых артишоков, грейпфрута, авокадо и микс-салата с лимонным соком и растительным маслом, постные «Николаевские» щи с белыми грибами, картофелем и квашеной капустой с чесночной ржаной гренкой, баклажаны, фаршированные прованскими овощами, с томатным соусом с розмарином и кускусом с медом и лимонным соком. А на десерт – теплый фруктовый салат с клубничным смузи и ягодным соусом, украшенный бирюзовой карамелью, или персиковый мусс с медом и грецкими орехами, домашними конфетами из киви и моркови.

Бахтиер Николькин, глава F&B-службы отеля AZIMUT Moscow Olympic Hotel, отмечает, что подготовка постного меню для повара всегда непростая задача: сокращая количество ингредиентов, нужно сохранить энергетическую ценность блюда и добиться того, чтобы оно было сытным. В меню: суп из красной чечевицы с гренками и томатно-оливковым тапенадом, салат из свежих помидоров, оливок и артишоков с итальянской заправкой, пенне «Примавера» с томатным соусом и овощами, кускус с оливковым маслом и жареными овощами, постный пирог с сухофруктами, орехами и яблоками.

# В Уфе открылся отель Hilton Garden Inn

Новый отель Hilton Garden Inn Ufa Riverside расположен в исторической части города на берегу реки Белая. Отель стал вторым проектом Hilton Garden Inn, реализованным совместно с компанией КЕSCO. Рядом с отелем находятся основные центры деловой активности города и достопримечательности, в том числе памятник национальному герою Башкирии Салавату Юлаеву, республиканский конгресс-холл и стадион «Динамо». Удобное расположение отеля позволяет гостям легко добраться до выставочного комплекса ВДНХ-Экспо и развлекательного комплекса «Огни Уфы», где проходят основные культурные мероприятия и концерты города.

В отеле есть все возможности для организации деловых переговоров, конференций и свадебных торжеств. Для этого в составе комплекса предусмотрены четыре конференц-зала и банкетный зал, общая площадь которых составляет более 478 квадратных метров, бесплатный Wi-Fi на всей территории отеля, а также круглосуточные бизнес-центр и фитнес-зал. Все 167 номеров отеля укомплектованы фирменными кроватями для комфортного отдыха, а также удобными эргономичными столом и креслом для работы. Кроме того, в каждом номере имеется небольшой холодильник и зона для приготовления горячих напитков.



# Accor открывает третий отель ibis в Москве

В июне в Москве на Ленинградском проспекте откроется третий в российской столице отель под брендом ibis. Гостиница будет располагаться в деловом районе столицы вблизи станции метро «Динамо» в шаговой доступности от ряда крупных бизнес-центров. Это делает ее оптимальным выбором для деловых поездок отель предлагает услуги высочайшего качества и комфорт по демократичным ценам.

Отель расположен по адресу: Ленинградский пр-т, д. 37, стр. 8. В ibis на Ленинградском проспекте 317 комфортабельных номеров с оригинальным дизайном, ресторан ibis Kitchen, где предлагаются популярные блюда русской и мировой кухонь, а также бесплатный Wi-Fi на всей территории отеля.

Звуконепроницаемые комнаты и светонепроницаемые шторы обеспечат комфорт, тишину, уют и спокойный отдых даже в таком оживленном деловом квартале, как московский район «Динамо». Кровати оснащены инновационными матрасами, принимающими форму тела и «подстраивающимися» под каждого гостя. К услугам тех, кто предпочитает работать ночью, круглосуточное обслуживание: кухни отелей івіз, бар и ресепшен работают 24 часа в сутки 7 дней в неделю. Сотрудники гостиницы в любое время дня и ночи готовы прийти на помощь – любой, даже самый неожиданный вопрос, в отелях івіз решается не более чем за 15 минут.



# IHG подписывает соглашение по Holiday Inn Moscow – Seligerskaya

InterContinental Hotels Group (IHG®) объявила о подписании соглашения по Holiday Inn® Moscow – Seligerskaya. Управление отелем, который откроется в начале следующего года, будет осуществляться в рамках договора с компанией Amtel Properties.

Отель Holiday Inn Moscow – Seligerskaya, ранее носивший название «Ирис Конгресс Отель», расположен на Коровинском шоссе на севере Москвы. Отель имеет выход на шоссе А104, связывающее этот район с деловым центром столицы, и на новую скоростную трассу, ведущую в аэропорт Шереметьево. В следующем году в непосредственной близости от отеля откроется станция метро.

Общее число номеров в отеле составит 201, включая 25 люксов. Для гостей будут работать круглосуточный ресторан, крытый бассейн, фитнес-центр и сауна. Большое внимание уделено зоне для проведения конференций, которая будет включать три зала заседаний, четыре конференц-зала, банкетный зал на 70 гостей

и бальный зал вместимостью до 300 человек. В Holiday Inn Moscow – Seligerskaya гостей также будет ждать фирменное открытое лобби, расположенное в атриуме, высота которого составит восемь этажей.

Концепция открытого лобби отражает последние тенденции в сфере гостиничного бизнеса, которые были выявлены в ходе исследования вкусов и предпочтений путешественников, проведенного ІНG в 2013 г. Выяснилось, что одной из формирующихся новых групп деловых путешественников сегодня являются те, кого всё чаще называют «работниками лэптопа и латте». Всегда на связи со своими смартфонами и лэптопами, и им по душе креативная атмосфера бистро и кофеен, где они черпают вдохновение из общения с другими путешественниками. Расположенные в отелях Holiday Inn кафе 24/7 То Go придуманы как раз для них – посетители могут занять столик внутри, расположиться снаружи или вообще забрать еду с собой в номер.



MAPT - AIPEJIS 2015 | BUSINESS TRAVEL MAPT - AIPEJIS 2015 | BUSINESS TRAVEL 22

РЫНКИ



# Кризис: как быть и что делать?

Деловые новости последнего полугодия напоминают сводки с фронтов, только вместо убитых и раненых – количество закрывшихся или сильно сократившихся компаний. Нестабильная экономическая ситуация, безусловно, сказывается и на состоянии рынка business travel и MICE. Бюджеты уменьшаются, жертвами оптимизации зачастую становятся инсентивы и тимбилдинги. Однако это ли не повод взглянуть на ситуацию иначе и «сделать из лимона лимонад»?

Подготовила Александра ЗАГЕР

# Неприятность эту мы переживем!

Эксперты, к которым мы обратились за комментариями о ситуации на рынке, оказались единодушны в своем оптимизме. Да, ситуация непростая, да, она меняется постоянно, и не очень понятно, что будет завтра, однако это своего рода вызов, который надо уметь достойно принять. Одним из самых важных факторов успешного преодоления кризисной ситуации, по общему мнению, является грамотное выстраивание отношений с клиентом. «Уже неоднократно высказывалось мнение, что кризис способствует оздоровлению рынка, и это действительно так. Среди поставщиков услуг business travel и МІСЕ выживут сильнейшие игроки, сумевшие построить грамотные отношения как с поставщиками, так и с корпоративными клиентами», - отмечает маркетинги PR-менеджер компании FCm Travel Solutions Галина Барыкина. По ее словам, прежде всего это касается ухода от дорогого кредитования в банках и перехода на современные платежные инструменты, такие как ВТА. Конечно, кредитование не исчезнет совсем, но условия и объемы должны поменяться.

Солидарен с ней и генеральный директор IBC Corporate Travel **Анатолий Курюмов**. «Очень важно объединение усилий в борьбе с дебиторской задолженностью клиентов. Не секрет, что в нашей сфере мы кредитуем клиен-

тов на невыгодных условиях, часто получаем серьезные задержки платежей и тем не менее миримся с ними. Это происходит потому, что рынок готов перехватывать друг у друга клиентов в ущерб собственному финансовому здоровью. А результат такой игры – компании терпят серьезные убытки и вынуждены сворачивать свою деятельность. Ведь поставщики в сфере бизнес-трэвела, напротив, отсрочек не дают и не допускают промедления в оплате счетов. Для того чтобы решить эту насущную проблему, необходимо договориться, объединить усилия и занять принципиальную позицию по срокам и остановке обслуживания в связи с несвоевременной оплатой счетов», – рассказывает он.

«Сложившаяся ситуация в стране задает определенный ритм работы, ровно как и определенные условия. Правильная реакция каждой компании в данный период – пережить кризис с наименьшими потерями, а этому поспособствует только взаимопонимание двух сторон – клиента и агентства. Но также необходима адекватная реакция клиентов на ситуацию, происходящую на рынке туризма, – подчеркнула исполнительный директор UTS Ксения Реброва. – В первую очередь, это, конечно, готовность отказаться или сократить отсрочки платежей. Сегодня рынок достиг максимума в несоответствии потребностей клиентов и возможностей агентств. Классическая схема продаж: два из трех вариантов – быстро,

дешево, качественно. Клиент должен сам выбрать, что ему важнее: быстро и дешево, но, возможно, не очень качественно; быстро и качественно, но это будет дорого; дешево и качественно, но не быстро. Однако и агентства со своей стороны должны быть честными с клиентами и не обещать невозможного».

«Сейчас важно правильно адаптироваться к меняющейся экономической ситуации, – говорит руководитель подразделения по работе с клиентами департамента МІСЕ Continent Express Анна Ширшикова. – Первым правилом поведения во время финансового кризиса эксперт назвала жесткий контроль платежей, так как при текущих рисках кредитование клиентов – это игра в русскую рулетку. Поэтому поиск взаимовыгодных решений по условиям взаиморасчетов с клиентами и поставщиками услуг поможет ТМС не скатиться в финансовую пропасть. Сложность для всех компаний заключается в поиске единой оптимальной тактики взаимодействия, и если это удастся сделать, тогда развитие МІСЕ-индустрии в России перейдет на новый уровень», – отметила она.

Основатель и генеральный директор компании MaxiMICE **Елена Мельникова** рекомендует воспринимать изменения окружающей среды как естественные. Она отмечает, что внешние факторы всегда будут динамичными и нужно им следовать и меняться самим. «И потом, трудности закаляют, так что в сложившейся ситуации важно сделать правильный анализ, наметить пути преобразований и заняться их внедрением и реализацией. Еще один хороший пример, побуждающий к перестройке, – это то, что глобально ситуация не изменилась, как это было, допустим, с рынком пленочных фотоаппаратов или видео- и аудиокассет, клиенты продолжают промотировать свои товары и услуги, а мы, агентства, продолжаем обеспечивать их инструментами эффективного продвижения», – отметила она. Среди других путей преодоления кризиса были названы и оптимизация бюджетов, это касается и самих ТМС, и компаний-клиентов. Однако Галина Барыкина подчеркнула, что предложить клиентам выгодные программы сокращения трэвел-расходов в условиях кризиса смогут только высокопрофессиональные ТМС, которых на рынке немного.

Анатолий Курюмов также отметил, что автоматизация процессов бронирования и переход в онлайн позволят существенно сократить производственные издержки, что является важным звеном в цепочке антикризисных мер.

«В сфере MICE сегодня появились интересные предложения по проведению выездных мероприятий в России. В нашей стране достаточно прекрасных мест, которые не были востребованы, так как выезд за рубеж априори считался более престижным», – рассказал эксперт.

«Индустрия MICE и business travel переживает далеко не первый кризис за последние годы и, несмотря ни на



что, перерождается, как феникс, наращивая свой потенциал и возможности. На мой взгляд, есть несколько сценариев развития, по которым будут двигаться участники рынка. Наиболее простой (экстенсивный) путь — повышение сборов. Логичное решение — во всех отраслях цены увеличиваются по экспоненте, наш рынок — не исключение. Однако это решает лишь краткосрочные задачи и вряд ли позволит действительно преодолеть кризис. Выстоят сильные и дальновидные, те, кто готов вкладывать в развитие. Повышение собственной эффективности и внутренняя оптимизация процессов — надежная поддержка ТМС в кризис», — считает заместитель генерального директора по продажам и клиентскому сервису компании UNIFEST Маргарита Слободяник.

Эксперт также отмечает, что на передний план выходят IT-технологии и применение платежных решений.

Правила поведения в кризис

Практически все игроки рынка так или иначе ведут в компаниях антикризисную политику. Без этого не выжить. Но рецепт выживания у каждого свой.

«Наша компания всегда на 90% была ориентирована на обслуживание внутри России. Это касается и МІСЕ, и business travel. Мы особенно сильны знаниями региональной специфики, особыми льготными условиями организации мероприятий и аренды конференц-площадок в разных городах России. Но даже с учетом этой нашей особенности в 2015 г. мы разрабатываем

Возможно, кризис будет способствовать оздоровлению бизнеса и построению действительно взаимовыгодных партнерских отношений между клиентом и агентством.

24 MAPT – AIPEJIS 2015 | BUSINESS TRWEL MAPT – AIPEJIS 2015 | BUSINESS TRWEL 25

РЫНКИ



Выстоят сильные и дальновидные, те, кто готов вкладывать в развитие. В нынешней ситуации на передний план выходят IT-технологии и применение платежных решений.

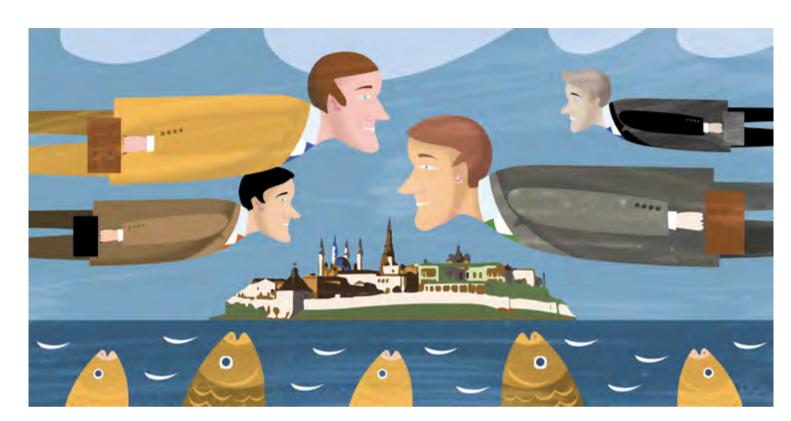
и добавляем новые программы и предложения по мероприятиям и групповым поездкам внутри России, так как сейчас весь рынок пытается переориентироваться на это и нам важно сохранить здесь свои лидерские позиции», – говорит Анатолий Курюмов. По его словам, особый упор в этом году делается на развитие и продвижение онлайн-продукта «Ракета», позволяющего бронировать поездки и мероприятия онлайн с контролем бюджета и полной отчетностью. «Мы гордимся тем, что наши иностранные коллеги оценили разработку IBC Corporate Travel по достоинству и берут нашу платформу себе на вооружение. Не зря российские разработки в сфере IT так ценятся в мире. Несмотря на кризис, мы не планируем сворачивать инвестиции в собственный онлайн-продукт, а напротив, готовы и дальше его совершенствовать», – подчеркнул эксперт. «Мы приняли решение минимизировать издержки и стремиться сохранить и приумножить доходы. Помимо этого, нами выбран путь минимизации рисков, – отмечает Ксения Реброва. – Ведь любой кризис предполагает более гибкое реагирование компании на изменение рынка. Несмотря на то что наша компания достаточно крупная, мы стремимся настроить все бизнес-процессы так, чтобы в любой момент можно было максимально быстро отреагировать на любые изменения на рынке как со стороны поставщиков и конкурентов, так и со стороны клиентов», – рассказала она.

В компании MaxiMICE ситуацию воспринимают в позитивном ключе, ведь всё происходящее – это возможности для развития. И MaxiMICE перестраивает технологический процесс, ведет переговоры о перестройке отношений с поставщиками, даже в какой-то степени меняет клиентский портфель. «Мы готовим новые продукты и один уже даже представили на рынке. И, самое главное, мы меняемся и развиваемся сами, ищем пути вдохновения, учимся быть проактивными, решаем задачи с энтузиазмом», – подчеркнула Елена Мельникова. Антикризисная политика в компании FCm Travel Solutions – это акцент на совершенствовании внутренних процессов, доработка технологий, уменьшение затрат. «Другими словами, всё, что делалось на этих направлениях ранее, получило мощный стимул в связи с изменением внешних условий», – отметила Галина Барыкина.

В компании UNIFEST антикризисная политика призвана оптимизировать внутренние процессы приема заявок, оформления закрывающих документов, ведения отчетности и закрытия проектов. «Мы провели стандартизацию предоставления кредитных линий клиентам и предлагаем сотрудничество на условиях специализированных платежных решений. Для себя мы решили не принимать кризис в стране за катастрофу вселенского масштаба, а использовать его как возможность для качественного скачка. Поэтому мы прилагаем множество усилий для развития клиентской базы и стараемся работать в автономном режиме без привлечения кредитов и овердрафтов», – говорит Маргарита Слободяник.

«Перед нами не стоит жесткая задача пережить кризис, мы ориентируемся на сохранение качества услуг в условиях нестабильной финансовой ситуации. Однако мы изменили некоторые внутренние и внешние процессы. В первую очередь пересмотрели затраты на трудовые ресурсы путем реорганизации бизнеспроцессов внутри компании. Также особое внимание мы уделяем оптимизации расходов при подготовке проектов. Хочется отметить, что клиенты с пониманием относятся к этому и с особой внимательностью контролируют бюджеты, сами предлагают сэкономить там, где это возможно. Мы считаем, что перечисленные меры позволяют выстроить оптимальную тактику взаимодействия с клиентами, при которой для них гарантируется привычное качество услуг», рассказывает Анна Ширшикова.

«Это уже не первый кризис, и накопленный опыт помогает в выстраивании работы. В данной ситуации сокращение расходов для всех - наиважнейший момент. Поэтому наша задача – как можно более тщательно обрабатывать каждый запрос, предоставляя клиентам различные варианты размещения и перелетов. Но главное – это поддержка со стороны наших партнеров. И вот это мы действительно видим и ценим! Удается снять штрафные бронирования или перенести даты поездки, или получить дополнительные скидки и бонусы. Это и результат нашей совместной работы в прошлом, и задел на будущее для тех поставщиков, кто нацелен на работу с российским рынком. Мы проходим этот этап вместе, ведь друг познается в беде! Мы консультируем клиентов, проводим семинары, рассказываем обо всех возможностях максимально бюджетно организовать поездки и мероприятия», – говорит директор по развитию бизнеса компании «Демлинк Тревел» Ирина Карнаухова.



# МІСЕ в Поволжье: сыграть на интересе

«Интерес к Поволжью как перспективной МІСЕ-дестинации со стороны игроков рынка федерального уровня в последнее время явно вырос, – констатирует ситуацию руководитель департамента корпоративного обслуживания компании «Самараинтур» Сергей Рыжов. – Теперь они сами нередко обращаются к нам для того, чтобы получить наиболее полную информацию о его возможностях. И всё чаще речь идет не о намерениях, а о конкретных делах».

При этом и он, и другие эксперты уверены: на волне растущего в объемах внутреннего туризма обязательно будут достигнуты успехи и в развитии местного делового туризма, который и в Самаре, и в Татарстане, и в других регионах Поволжья по праву считают одним из приоритетов. Однако для этого всё равно придется работать не покладая рук.

# Инфраструктура улучшается не везде

В течение последних полутора лет туристическая инфраструктура регионов Поволжья стала совершеннее. Однако во многих из них говорить о ее полном соответствии современным требованиям пока не приходится.

Что нового? Главная транспортная новинка – открывшийся в Самаре 24 февраля 2015 г. новый пассажирский терминал международного аэропорта Курумоч: событие оказалось настолько важным, что в нем принял участие премьер правительства РФ Дмитрий Медведев. «Для нашего региона, а также для части территории Оренбургской и особенно Ульяновской областей это знаковое событие: благодаря новому терминалу мы не только увеличим пассажиропоток, но и обеспечим вылетающим через аэропорт самые комфортные условия», – заявил губернатор Самарской области Николай Меркушкин.

Действительно, Курумоч стал одним из наиболее современных аэропортов региона: регистрация пассажиров осуществляется здесь на 24 стойках, терминал оснащен 7 телетрапами и способен принимать около 3,5 млн пассажиров в год. В перспективе запланированы строительство гостиницы уровня 4\* на 150 номеров, конференц-комплекса на 2 тыс. кв. м и паркинга, а также организация через аэропорт скоростного железнодорожного сообщения Самара – Тольятти. Курумоч стал «первой ласточкой»: сходные по параметрам аэропорты в ближайшем будущем должны

Поволжье – один из самых интересных и перспективных регионов с точки зрения развития МІСЕ и делового туризма. Этому способствует много факторов – от богатого культурного и исторического наследия до хорошо развитой инфраструктуры. Проблемы и «узкие места» здесь тоже есть, как и планы по их преодолению.

Подготовил Владимир СЕРГАЧЕВ

MAPT — AIPELIS 2015 | BUSINESS TRAVEL MAPT — AIPELIS 2015 | BUSINESS TRAVEL

РЕГИОН



Казань – перспективное и популярное направление для МІСЕ

Новогодние праздники 2015 г. в Казани сопровождал настоящий туристический бум: загрузка гостиниц столицы РТ в эти 10 дней колебалась от 90 до 100%.

появиться в Нижнем Новгороде и Саратове – реализованный в Самаре проект стал первенцем программы подготовки объектов транспортной инфраструктуры Поволжья к проведению чемпионата мира по футболу в 2018 г. И еще, выступая на состоявшемся в рамках открытия нового терминала совещании, Дмитрий Медведев заявил, что программа развития и субсидирования регионального авиасообщения будет продолжена в России и в 2015 г. Для деловых людей это особенно важно, поскольку всё чаще добираться по воздуху из одного региона в другой можно не через Москву.

Что касается собственно туристической инфраструктуры, то особых изменений не так уж и много. В Самаре, к примеру, в дополнение к уже действующим объектам вступил в строй сетевой отель Hampton by Hilton. Расположенный в удачном месте в историческом и культурном центре города (рядом с железнодорожным вокзалом и недалеко от набережной), он предлагает 126 номеров различных категорий и полный набор услуг для деловых людей, включая бизнес-центр и конференц-зал. Ожидается прибавка и в Ульяновске: как значится на сайте оператора, отель Hilton Garden Inn Ulyanovsk откроется в городе в августе 2015 г. В его структуру войдут 176 номеров разных категорий (включая самые высокие), а также 7 конференц-залов, большой торгово-развлекательный центр, несколько ресторанов и полный спектр сервиса для бизнес-туристов.

Увы, но из других регионов Поволжья вестей о появлении каких-либо значимых для развития делового туризма объектов в последнее время не поступало. Происходит это по разным причинам, поскольку в одних их уже и так достаточно, а в других изменять ситуацию в лучшую сторону или не хотят, или не могут. «В Ульяновске ждем открытия отеля Hilton, а в других регионах (Саратов, Нижний Новгород и т.д.) ситуацию в сфере развития делового туризма можно в целом охарактеризовать, как тишь да гладь...» – комментирует ситуацию Сергей Рыжов.

#### «Узкие места»

Проблемы у разных регионов Поволжья тоже разные. И если в одних до сих пор жалуются на отсутствие (или недостаточное развитие) туристической инфраструктуры, то в других уже не могут ее загрузить. И в этом отношении пример одного из явных лидеров поволжского МІСЕ-рынка – Республики Татарстан (РТ) – особенно показателен.

Когда в 2013-м Казань приняла Универсиаду и в связи с этим получила современную инфраструктуру (аэропорт, отели и т.д.), казалось, что после этого события турист (в т.ч. и деловой) хлынет в Татарстан рекой. И местные власти сделали для этого немало: на сайте республиканского Центра развития туризма, к примеру, есть даже специальный раздел, посвященный деловому туризму (http://tdc-tatar.ru/mice), в котором можно и специализированный каталог посмотреть, и даже мероприятие заказать. Но...

Отчитываясь в феврале 2015-го на итоговой коллегии Госкомитета РТ по туризму, его глава Сергей Иванов констатировал, что «число туристов в регионе ежегодно стабильно увеличивается (в среднем на 14,8%)». В 2014 г. Татарстан посетили 2,5 млн туристов и экскурсантов, а объем туристических услуг вырос на 10,8%. При этом после Универсиады средняя загрузка отелей Казани... снизилась, и в 2014-м, по официальным данным, составила всего 47% (в 2013-м – 60%). То есть фактически упала почти на четверть. В связи с чем Сергей Иванов и заявил, что «темпы развития инфраструктуры заметно опережают рост самого турпотока: существующая инфраструктура республики способна принимать в два раза больше туристов, чем приезжает сейчас».

Местные отельеры подчас называют еще более печальные цифры и бьют тревогу. Они уверены, что Казань и Татарстан в целом не могут загрузить туристические мощности (в т.ч. ориентированные на деловых туристов) из-за слабого продвижения дестинации на внешних рынках. Например, президент ассоциации туроператоров РТ Рамиль Мифтахов полагает, что «основная проблема – низкая информированность о Казани, и сейчас наша задача – тратить средства на ее продвижение в других регионах и странах». Солидарна с ним и Евгения Лодвигова, председатель Комитета внешних связей и туризма Казани, вице-президент Ассоциации рестораторов и отельеров РТ. «Не каждый даже в России знает, что в Казани есть и развлечения, и хорошие гостиницы с высоким уровнем сервиса, и прекрасная инфраструктура, – говорит она. – Надо больше рекламировать и продвигать Татарстан как на внутрироссийском рынке, так и на международном».

Согласны ли с этим «наверху»? Вполне. Поэтому среди семи задач в сфере туризма на ближайшее время Сергей Иванов на первое место поставил продвижение

республики как в РФ, так и за рубежом, а в числе приоритетов назвал максимальное присутствие Татарстана в Интернете, его продвижение с помощью диаспор татар и развитие перспективных видов туризма. А для того, чтобы всё это делать было легче, предложил объявить 2016 г. в Татарстане Годом туризма и создать в РТ координационный совет по развитию отрасли.

# Громадье планов

Специалисты австрийской компании Kohll & Partner, призванные разработать для РТ концепцию развития туризма на перспективу, в числе наиболее перспективных направлений уверенно называют и деловое. Выступая на одном из профильных совещаний, представитель Kohll & Partner заявил, что «ожидается рост делового туризма на фоне снижения санаторно-курортного», а в ближайшие 5-10 лет основным рынком для Татарстана будет Россия. Планы амбициозны: к 2025 г. в Татарстане надо вдвое увеличить число ночевок (до 10 млн), количество мест в объектах размещения должно достичь 29 тыс. (в 2013 г. – 13,2 тыс.), а сумма доходов от туризма – возрасти до 69 млрд руб. (в 2013-м объем туристских услуг составил 8,3 млрд руб.). Планы, по оценке австрийцев, реальны, но при этом Татарстан должен выделять ежегодно как минимум 150 млн руб. на маркетинг туризма (вместо имеющихся 15 млн) и «вкладываться» в перспективные проекты, некоторые из них требуют не менее 900 млн руб. ежегодных инвестиций... Впрочем, нынешняя ситуация складывается в пользу внутреннего (и делового как его составляющей) туризма: по оценке Евгении Лодвиговой, новогодние праздники 2015 г. в Казани сопровождал настоящий туристский бум: загрузка гостиниц столицы РТ в эти 10 дней колебалась от 90 до 100%.

Примерно в том же ключе действуют и в другом регионе Поволжья, активно развивающем МІСЕ, - Самаре. Представляя стратегию комплексного развития города, руководитель департамента экономического развития мэрии Александр Карпушкин сразу подчеркнул – акцент делается и на деловом туризме. В частности, власти Самары намерены создать в городе креативную деловую среду и превратить его в площадку для проведения конгрессов и крупных выставок. По словам Александра Карпушкина, столица региона готова принимать до 20 фестивалей и форумов российского масштаба и может стать центром делового туризма всего Поволжья. Здесь намерены создать туристический кластер, провести в городе туристско-рекреационное зонирование и организовать особую экономическую зону для развития туризма. «Потенциал у города есть, и важно обозначить для инвесторов, что власти поддерживают это направление», - подчеркнул он. Планы тоже амбициозные: в перспективе турпоток в Самару должен вырасти ни много ни мало в 7,5 раза.

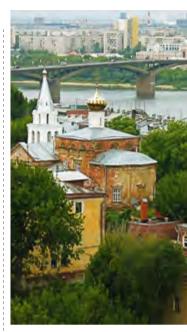
# Деловой акцент

«Если раньше на продвижение своих услуг и делового потенциала региона мы тратили огромные усилия, то теперь МІСЕ-компании федерального уровня сами выходят на нас, – говорит руководитель департамента корпоративного обслуживания компании «Самараинтур» Сергей Рыжов. – Мы приняли уже несколько подобных делегаций, и похоже, что ведущие игроки рынка делового туризма вплотную принялись изучать состояние регионов страны с той целью, чтобы составить о них наиболее полное представление. Пока мы отмечаем только значительный рост интереса с их стороны, но уверен, что уже в начале лета речь пойдет о реальных серьезных делах».

По его оценке, в настоящее время рынок МІСЕ в России по понятным причинам переживает сложности. Но если одни отрасли (к примеру, фармация) ослабили желание участвовать в деловых турах, то другие (нефтегаз, банки и пр.) его сохранили. Однако предлагать клиентам банальные деловые туры без изюминки становится всё сложнее: заказчикам всё чаще требуется что-то особенное. «Для одной из автомобильных компаний, например, недавно мы организовали квест-тур по региону, который «привязали» ко всяким интересностям», – рассказывает эксперт. «А если нефть вдруг подорожает и доллар упадет, сохранится ли в этом случае появившийся интерес к регионам со стороны организаторов деловых мероприятий?» Вопрос вызвал некоторую паузу, но затем Сергей Рыжов уверено ответил: «Сохранится». Он аргументировал это тем, что еще в прошлом году, когда и с нефтью, и с долларом всё было о'кей, количество деловых мероприятий в регионах (включая, конечно, и Поволжье) стало расти. «В ближайшем будущем рынок конференций и других массовых деловых мероприятий в России ждет серьезный рост, – полагает он. – За границу будут отправлять только в качестве особых поощрений. Или при крайней необходимости».

Вместе с тем сидеть и ждать, когда заказчик придет сам, смысла нет – спрос надо стимулировать. В «Самараинтуре», например, провели цикл профессиональных бизнес-семинаров для НR-сообщества области (их посетили более 100 специалистов по работе с персоналом) по теме «Нематериальные мотиваторы», на которых представили весь спектр услуг в области Travel-management & MICE. И активную работу в этом направлении постоянно совершенствуют.

Похоже, что программа импортозамещения сейчас касается уже не только продуктов и промышленности: в российском деловом туризме эта тенденция тоже заметна. И Поволжье, способное предложить огромный выбор МІСЕ-услуг по конкурентоспособным ценам, может рассчитывать на свой кусок этого «пирога». Главное – при его дележе не зевать и оказаться вовремя в нужном месте...



Нижний Новгород – место, где встретились история и современность.
Здесь можно организовать как интересный квест, так и крупную деловую конференцию

# Top-5

Самые популярные MICE-направления Поволжья

- ✓ Казань
- ✓ Нижний Новгород
  - ✓ Самара
  - ✓ Саратов
  - ✓ Тольятти

MAPT — AIIPEIIS 2015 | BUSINESS TRAVEL MAPT — AIIPEIIS 2015 | BUSINESS TRAVEL

ТРАНСПОРТ



Стефан ПИХЛЕР, новый генеральный директор компании airberlin group

Новые эксклюзивные залы ожидания для участников программы topbonus, начиная со статуса Silver, будут открыты в марте и апреле 2015 г. в Нюрнберге и Штутгарте, дополнив, таким образом, уже существующие залы ожидания в Берлине, Дюссельдорфе, Гамбурге, Кёльне, Мюнхене и Вене.

# Airberlin:

# Новая система тарифов и ставка на потребности клиентов

Накануне выставки ITB, 3 марта, в Берлине прошла пресс-конференция нового генерального директора компании airberlin Стефана ПИХЛЕРА, где он представил новую стратегию airberlin group. В ее рамках авиакомпания планирует уделять больше внимания потребностям своих клиентов, а также более рационально мотивировать своих сотрудников.

«Наша корпоративная стратегия заключается в следующем: являясь европейской авиакомпанией с множеством узловых аэропортов, мы имеем четыре основных преимущества перед конкурентами – у нас низкие издержки по сравнению с другими сетевыми авиаперевозчиками (мы будем и дальше работать в режиме рационального использования финансовых средств); наша сильная позиция на рынке позволяет расширять деятельность в ключевых регионах обслуживания, мы имеем сильные позиции в туристической сфере, а также в нашей компании работают энергичные и опытные сотрудники», – заявил он.

# Turnaround – обновление в три этапа

Стефан Пихлер познакомил участников пресс-конференции с новой стратегией авиакомпании Turnaround на 2015 и 2016 гг. Программа будет реализована в три этапа. На первом этапе будет проведена проверка системы управления компании с точки зрения ее эффективности и качества. Большие изменения намечены в сегменте сетевого планирования, управления доходами и в департаменте продаж. На втором этапе предусмотрено улучшение системы сегментации рынка. Первые два этапа должны быть завершены к весне 2016 г., они дадут толчок началу реализации третьего, завершающего, этапа – с апреля 2016 г. планируется рассмотреть возможности повышения рентабельности и расширения сети узловых аэропортов airberlin.

# Специальные условия для деловых путешественников

У компании большие планы и в отношении деловых путешественников. «Сегмент business travel имеет для airberlin большое стратегическое значение. Мы уже реализовали ряд существенных технических измене-

ний: представили на континентальных перелетах бизнес-класс с полностью раскладывающимися сиденьями, а также установили новые кресла. Теперь настало время оптимизировать тарифы для корпоративных клиентов», – подчеркнул г-н Пихлер.

По словам вице-президента отдела глобальных корпоративных продаж airberlin Штефана Магиры, airberlin демонстрирует значительный рост в сегменте делового туризма; благодаря обновленным салонам бизнескласса авиакомпания сумела увеличить число своих клиентов и на дальнемагистральных рейсах.

Так, в результате внедрения новой программы airberlin business benefits компания создает новое направление, ориентированное на корпоративных клиентов. Здесь можно выделить три основных продукта. Прежде всего это уже зарекомендовавшая себя программа Business Points, которая постоянно расширяется и совершенствуется. А также новый продукт Business Pro, дающий возможность бесплатного изменения бронирования, в том числе в рамках тарифа FlyClassic. И, наконец, Business Prime – усовершенствованная программа для корпоративных клиентов, которая дает еще больше возможностей с точки зрения сервиса и тарифов.

Новая система тарифов airberlin будет представлена на новой платформе бронирования в Интернете, которая откроет широкие возможности корпоративным клиентам.

«Мы непременно станем номером один для тех, кто отправляется в деловую поездку. Свою задачу мы видим в том, чтобы предложить каждой компании оптимальный продукт и возможность бронирования авиабилетов любым удобным способом. Мы совершенствуем свои продукты и услуги, а также объединяем их в пакетное предложение под новым брендом, который намерены постоянно развивать в будущем», – отметил коммерческий директор airberlin Гётц Амельманн.

# Новые тарифы – новые возможности

Кроме того, в результате тшательного анализа рынка airberlin приняла решение о расширении своей тарифной системы: с 5 мая 2015 г. будут предложены новые тарифы на полеты короткой и средней дальности. В частности, будет введен тариф JustFly, где не предусмотрен бесплатный провоз багажа, но данная услуга будет предложена по выгодной цене. В тарифной системе будет четыре основных тарифа – JustFly, FlyDeal, FlyClassic и FlyFlex+, которые максимально отвечают индивидуальным потребностям пассажиров. По случаю проведения выставки ITB airberlin открыла продажу билетов по цене от 44 евро (в одну сторону). Продажи стартовали 4 марта в полдень, всего по такой цене в продажу поступил миллион билетов. Этот тариф не включает бесплатный провоз багажа, но клиентам будет предложено большое количество билетов по низкой цене.

# Авиакомпания с сердцем

Каждый, кто хоть раз летал на рейсах авиакомпании airberlin, знает, что полет оканчивается приятным бонусом в виде шоколадного сердечка из рук старшего бортпроводника. Однако этим забота о пассажирах в компании не ограничивается. В рамках новой стратегии развития компании расходы на выплаты пассажирам в связи с задержками рейсов или утерей багажа будут увеличены втрое за счет привлечения дополнительных инвестиций.

С июня 2015 г. клиенты, подавшие свое обращение в авиакомпанию, получат предварительный краткий ответ в течение 24 часов, а окончательное рассмотрение каждого случая будет осуществляться в течение семи дней.

«Девиз airberlin – «Авиакомпания с сердцем». Для нас очень важно, чтобы клиенты в случае возникновения каких-либо проблем получили необходимую поддержку. Только таким образом мы сможем обеспечить положительное впечатление от наших рейсов, даже в случае возникновения непредвиденных трудностей. Мы хотим, чтобы наши пассажиры ощутили на себе изменения качества сервиса уже летом текущего года», – отметил Стефан Пихлер.

# Билет в телефоне

Компания airberlin идет в ногу со временем и активно осваивает и развивает новые каналы продаж, такие как, например, онлайн-продажи и разработка технологических приложений для мобильных устройств. Ведь это дает возможность привлечь новых клиентов. Так, у приложения airberlin iPhone App уже более миллиона пользователей, и каждый четвертый пассажир

авиакомпании airberlin уже пользуется данным мобильным предложением, причем эта тенденция с каждым годом возрастает.

В рамках выставки ITB авиакомпания представила новое приложение Android App, с помощью которого пользователь сможет зарегистрироваться на рейс, выбрать или изменить место в салоне, скачать посадочный талон. Кроме того, пассажир сможет получить информацию о погоде в месте назначения, управлять своими бронированиями, узнавать актуальную информацию по активным милям в программе topbonus.

Сайт airberlin.com ежегодно посещают около 90 млн пользователей, через него осуществляется свыше одной трети от общего количества бронирований и продаж авиабилетов. При бронировании через Интернет airberlin дает гарантию лучшей цены: в случае если билет на тот же рейс и тот же день можно приобрести на другом ресурсе дешевле более чем на 10 евро, airberlin возвращает пассажиру разницу стоимости.

# Довольный клиент – лояльный клиент

Программа лояльности airberlin называется topbonus. Согласно ее правилам, пассажир, который ранее являлся пользователем другой программы накопления полетных миль, сможет перейти на программу topbonus с сохранением своего статуса с помощью опции Status-Match. Кроме того, часто летающий пассажир, решивший произвести Status-Match, сразу получает ряд преимуществ в новой программе накопления миль. 25 тыс. миль или 24 перелета дают участникам программы topbonus статус Silver. К примеру, участникам бонусной программы важнейшего немецкого конкурента для получения такого же статуса требуется 35 тыс. миль или 30 перелетов.

#### Новинки с выставки

На выставке ITB airberlin представила новые сиденья в салонах самолетов Recaro, которые обеспечивают на три сантиметра больше пространства между креслами. К 2017 г. весь флот самолетов на рейсах средней дальности будет оснащен такими сиденьями. Новые сиденья Recaro оснащены USB-портами, с помощью которых можно заряжать в полете мобильные устройства – смартфоны, планшеты и портативные компьютеры. Новые сидения станут важным элементом на пути оснащения всего парка воздушных судов Интернетом. На данный момент два аэробуса А320, которые выполняют рейсы в Абу-Даби, уже оснащены новой системой. Весной 2015 г. запланировано оснащение Интернетом еще нескольких самолетов. В течение 2015 г. от 25 до 30 самолетов будут оборудованы airberlin connect. Airberlin планирует завершить переоснащение воздушного флота в течение трех лет.







На выставке ITB airberlin представила новые сиденья в салонах самолетов Recaro, которые обеспечивают на три сантиметра больше пространства между креслами

2–3. Эконом- и бизнес-классы самолетов airberlin позволяют пассажирам комфортно путешествовать в любую точку мира

MAPT - AIPEIIS 2015 | BUSINESS TRAVEL MAPT - AIPEIIS 2015 | BUSINESS TRAVEL

ТИМБИЛДИНГ



# Event под парусом

В этом году, по прогнозам экспертов, рынок корпоративных мероприятий ожидает существенный спад. В начале года, январе-феврале, количество тендеров на event-услуги по отношению к аналогичному периоду прошлого года снизилось в 1,5–1,7 раза (данные портала «Госзакупки»). Несмотря на то, что первые месяцы года не слишком показательны для event-рынка, его участники признают: по итогам года стоит ожидать снижения оборота на 20-25%, это сравнимо с ситуацией кризиса 2008–2009 гг.

Подготовила Анна ЮРЬЕВА

Одновременно с этим многие признают: мероприятия не отменяются, но заказчик сокращает бюджет и становится всё более требовательным. Кроме того, не все сегменты рынка корпоративных мероприятий просели одинаково. Опрошенные ВТ представители круизных компаний рассказали, что пока не слишком сильно ощутили влияние кризиса.

# Погружение в тему

Деловые мероприятия на круизных судах имеют свою специфику: судно - это закрытая площадка, что обеспечивает полное погружение и вовлечение участников в происходящее. Достаточно вспомнить, что именно на кораблях Агентство стратегических инициатив проводило форсайт-сессии, посвященные развитию образования и медицины в нашей стране. «Корпоративные мероприятия в круизах – это особый вид услуги, который вряд ли следует напрямую сравнивать с другого рода корпоративными мероприятиями», - рассказал директор по продажам и маркетингу компании «Инфофлот» Андрей Михайловский. По его словам, не только на корпоративные, но и на научные конференции в таком формате существует постоянный спрос, который не сильно зависит от экономических колебаний. «Круизное мероприятие позволяет обеспечить наивысший уровень «погружения» в тему конференции, обеспечивая при этом высокий уровень комфорта и сервиса. При этом стоимость услуг на этот вид корпоративного отдыха сильно не изменится, несмотря на повышенный спрос на круизы в целом», – отметил эксперт.

«Как ни странно, на проведение корпоративных мероприятий нынешняя рыночная ситуация повлияла не слишком сильно», – рассказала бренд-менеджер флотилии «Рэдиссон Ройал, Москва» Ольга Ткачева. Она отметила, что по ценовой категории мероприятия на судах флотилии скорее попадают в средний сегмент, предлагая высокий уровень сервиса и необычную площадку. «Будем надеяться, что этот спрос останется на прежнем уровне или начнет меняться в лучшую сторону», – сказала г-жа Ткачева.

По словам директора по внутреннему туризму компании «Водоходъ» Андрея Смолина, сегмент мероприятий на судах в целом просел не сильно, однако в Москве высока конкуренция, которая связана с переизбытком флота. С 2005 г. в столице стало существенно больше судов, на которых можно проводить подобные мероприятия, и одновременно возросли требования клиентов к их качеству. «Те форматы, которые были раньше, с шашлыком на зеленой стоянке, ушли в прошлое. Сейчас востребованы такие суда, как флотилия Radisson, именно за такими форматами будущее. А теплоходы типа «Москва» не могут обеспечить такой уро-

вень проведения мероприятия, там нет условий для приема пищи и многого другого», – рассказал эксперт. Как отметил г-н Смолин, у подобных мероприятий есть особенность: у теплоходов, на которых они проводятся, большая вместимость, и семинар на 10–15 человек на них не проведешь. В то же время суда прекрасно подходят для крупных компаний, поскольку могут вместить всех сотрудников.

К примеру, флотилия «Рэдиссон Ройал, Москва» состоит из десяти речных яхт ледового класса. Пять яхт — «Фердинанд», «Капелла», «Бон Вояж», «Селебрити», «Скарлет» — позволяют проводить мероприятия до 200 персон. Суперяхты «Примавера», «Баттерфляй», «Бьюти», «Монтана» и «Феличита» вмещают до 300 гостей.

По словам Ольги Ткачевой, одно из отличий суперяхт состоит как раз в том, что на них возможно проведение не таких масштабных мероприятий: салоны первого класса на верхней палубе подходят для проведения небольших мероприятий – до 40 гостей.

Сами мероприятия могут быть очень разными – корпоративные праздники, частные банкеты, презентации новых продуктов и даже пресс-конференции перед запуском новых фильмов, также достаточным спросом пользуются и конференции. Несмотря на то, что суда флотилии ходят по Москве-реке круглый год, спрос на проведение мероприятий носит сезонный характер: пик приходится на период с мая по сентябрь, однако праздничные дни – Новый год, 23 февраля, 8 марта – также востребованы.

# Вниз по Волге-реке

Другой популярный сегмент «МІСЕ на воде» – корпоративные речные круизы по России. Как правило, теплоход арендуется на три дня с пятницы по воскресенье. Маршруты могут быть самые разные – в Санкт-Петербург, на Валаам, в Тверь, Углич, Мышкин. Для участников организуется трехразовое питание, экскурсионная программа, банкет, рассказал Андрей Смолин. Четырехпалубные суда, на которых проходят такие поездки, вмещают группы из 200-240 человек. При этом бюджет поездки оценивается приблизительно в 5 млн руб., а планировать ее нужно не меньше чем за год, чтобы рейс был включен в расписание теплохода. «За последние 10 лет характер таких поездок несколько изменился: раньше компании не считали деньги, которые потратили на них. Теперь бюджет строго регламентирован, сменился формат поездки, заказчики стали более цивилизованно и обдуманно подходить к ее стоимости», – отметил эксперт. По его словам, каких-то существенных изменений спрос на подобные мероприятия не претерпел. «К нам по-прежнему обращаются наши постоянные заказчики, которые путешествуют из года в год, так что в этом плане ничего не изменилось», - рассказал г-н Смолин.



Сейчас сегмент корпоративных речных круизов по России даже выигрывает от сложившейся ситуации. Падение курса рубля сделало корпоративные выезды за рубеж менее доступными, в то же время инсентивы и прочие корпоративные выезды никто не отменял. «Если кто-то ищет альтернативу зарубежному отдыху, то речные круизы по России – это идеальный выбор. Это отличное сочетание цены и качества отдыха. Фактически это комфортабельное путешествие в плавучем мини-отеле. А цена места в этом «отеле», который работает на all inclusive, составляет от двух до шести тысяч в день», – рассказал Андрей Михайловский. По его словам, в компании почувствовали возрастающий спрос на отдых в России: «Раскрывая коммерческую тайну, могу сказать, что в декабре 2014 г. был уже выполнен план марта 2015 г. Многие круизы полностью или почти полностью проданы».

# В далекое плавание

МІСЕ-мероприятия проводятся и в рамках морских круизов. «По нашему опыту, круизы чаще выбирают в качестве инсентив-мероприятия для поощрения лучших сотрудников. Основными мотивами заказчика, выбирающего такую площадку, выступают сочетание относительно невысокой цены и отличного качества услуг, предоставляемых на лайнере, а также, конечно, широкая география поездки. Возможность за неделю путешествия посетить столицы нескольких государств является ключевым фактором при выборе круиза», – рассказала Светлана Наумова, руководитель отдела по работе с корпоративными клиентами компании РАС Group. «Корпоративные мероприятия в круизах – это особый вид услуги, который вряд ли следует напрямую сравнивать с другого рода корпоративными мероприятиями»

MAPT — AIPETIS 2015 | BUSINESS TRAVEL MAPT — AIPETIS 2015 | BUSINESS TRAVEL



Популярный сегмент «МІСЕ на воде» – корпоративные речные круизы по России. Как правило, теплоход арендуется на три дня с пятницы по воскресенье. Маршруты могут быть самые разные – в Санкт-Петербург, на Валаам, в Тверь, Углич, Мышкин.

Она уточнила, что круизы можно условно разделить на два типа: экспедиционные круизы, которые проходят по сложным маршрутам, на небольших экспедиционных лайнерах и занимают длительный период времени, и развлекательные круизы. Они проходят по отработанным туристическим маршрутам на лайнерахгигантах и длятся от трех ночей до двух недель. Первый вид круизов – действительно дорогостоящие поездки, порой даже чтобы попасть в них, необходимо ждать очереди до года. Развлекательные круизы не так дороги, как это кажется на первый взгляд, их стоимость сравнима со стоимостью отдыха в гостинице «на берегу». «Мы проводим корпоративные круизы минимум семь раз за сезон, в основном в Средиземноморье, на лайнерах компании MSC Cruises. Они обладают широкими возможностями для проведения как небольших, так и крупных мероприятий. На лайнерах есть залы вместимостью до 25 до 250 человек. В то же время на каждом лайнере есть театр, который позволяет разместить до 1000 человек», – рассказала г-жа Наумова. По ее словам, идеальный размер группы для круиза – 50-80 человек. Но поскольку лайнеры компании MSC способны разместить свыше 4000 человек на борту, размер группы ограничивается только желаниями заказчика.

## Кризисная ситуация

Опрошенные эксперты отмечают, что и в кризис спрос на проведение мероприятий «на воде» остается высоким. Даже зарубежные круизы, несмотря на высокую стоимость, востребованы, хотя и не в такой степени, как поездки по России.

«Спрос на зарубежные круизы пока прекратил свой рост, но нельзя говорить и о его серьезном снижении. Мы в этом году предложим клиентам интереснейшие маршруты по Рейну», – рассказал Андрей Михайловский. По его словам, интерес к зарубежным круизам есть, об этом свидетельствует успех новогодних речных круизов по Европе, которые предлагала компания в этом году.

Как отметила Светлана Наумова, для «круизных» клиентов характерно то, что, отправившись в такую поездку однажды, они непременно захотят сделать это снова. «Наши корпоративные клиенты, которые хотя бы раз сходили в круиз, возвращаются снова и снова. Даже в сложившейся экономической ситуации, когда наблюдается спад в туристической отрасли, интерес к круизному продукту остается стабильно высоким. Для примера, уже сейчас идут продажи на новый двухнедельный маршрут «Легенды Средиземноморья» с выходом из Сочи», – рассказала она.

По прогнозу Ольги Ткачевой, корпоративные мероприятия на судах флотилии «Рэдиссон» будут так же популярны, особенно в летнее время, тем более что компания предлагает и более экономичные варианты организации ивентов. «Мы предоставляем возможность организовывать мероприятия на регулярных рейсах без необходимости полной аренды яхты. Иными словами, заказчик сразу получает декорации и программу: живую музыку на рейсах по четвергам, пятницам и субботам и меняющиеся виды вечерней Москвы», – рассказала г-жа Ткачева.

Как рассказал Андрей Михайловский, варианты специальных скидок и специальных предложений для постоянных клиентов, партнеров и слабозащищенных социальных слоев населения у компании были всегда. «Что касается корпоративных клиентов, мы также предлагаем хорошие скидки профсоюзам и тем компаниям, которые настроены на долгосрочное сотрудничество с нами», – пояснил эксперт.

Есть у компании и «антикризисное» предложение для всех клиентов: «Если кто-то воспринимает окружающие изменения исключительно в негативном ключе, то он особенно нуждается в позитиве и снятии стресса. Будем предлагать максимальное количество антистрессовых мероприятий и заряжать людей позитивом, чтобы, вернувшись из путешествия отдохнувшими, полными сил и энергии, они увидели вокруг себя новые возможности», – рассказал г-н Михайловский.



# Приключения на шведских берегах

# Порыбачить в свое удовольствие

В Швеции рыбачить можно с весны по осень, в зависимости от региона – либо с апреля по ноябрь, либо с мая по октябрь. Исключение составляет южная часть страны, где в море рыбу можно ловить круглый год. Если рыбачить с удочкой с леской в море и в пяти крупнейших озерах Швеции – Венерне, Веттерне, Меларене, Ельмарене и Стуршёне, то рыбалка будет бесплатной. Заметим, что рыбачить можно даже в Стокгольме, и тоже бесплатно, более того, экология в городе настолько хороша, что запросто можно выудить семгу прямо у королевского дворца.

Однако в других регионах Швеции за речную и озерную рыбалку придется заплатить, обычно это порядка 45 крон в день. Стоит учитывать, что ловля таких видов рыбы, как семга, форель и ручьевая форель, стоит от 200 крон в день.

Для того, чтобы порыбачить, в Швеции необязательно куда-то уезжать из города. В Стокгольме, Гётеборге, Мальмё – выбор большой. Рыба в городах ничуть не хуже, так сказать, провинциальной. Так, в Стокгольме, например, водятся лосось, кумжа, щука, окунь, сельдь, а также судак или муксун, которых, если очень повезет, как уже говорилось выше, можно поймать даже в центре города. Местные рыбаки любят берег Стромгатан рядом с резиденцией премьер-министра Швеции.

В Гётеборге водятся сом, треска, хек, скумбрия, а в ресторанах Мальмё всегда есть в меню форель разных видов и окунь.

Если все-таки есть желание покинуть большие города, то стоит поехать порыбачить на озера, коих в Швеции около 100 тыс. Самое большое – Венерн, где полным-полно семги, форели, щук и судака, которых можно ловить на блесну. Выбирать озера и рыбу в них можно по вкусу – равнинные и горные, северные и южные, клев везде будет отличный.

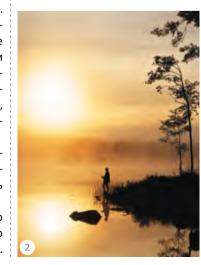
Западная Швеция знаменита рыбными деликатесами, которые при желании можно выловить самостоятельно. Озера и реки этого региона прекрасно подходят для рыбалки, особенной любовью у рыбаков пользуются уже упомянутое озеро Венерн и самая длинная река Швеции Кларэльвен. Особенно богатый улов можно собрать летом – будут вам и щука, и окунь, и форель, и судак. Организовывать рыбалку желательно с привлечением гидов, поскольку они имеют доступ к частным водам национальных парков, где клев самый лучший.

Другое рыбное во всех смыслах место – Сконе, это небольшая провинция на юге Швеции. Здесь многокилометровые береговые линии, прекрасные озера, и есть специально организованные рыболовные лагеря.

На южном и восточном побережьях Сконе прямо с берега весной, летом и ранней осенью можно ловить форель. Весной ее ловля начинается с марта.

Несмотря на скромные по российским меркам размеры, Швеция может предложить большое разнообразие инсентивов: от рыбалки до турнира викингов, от спортивных состязаний до гастрономических туров.

Подготовила Александра ЗАГЕР



MAPT — AIPETIS 2015 | BUSINESS TRAVEL MAPT — AIPETIS 2015 | BUSINESS TRAVEL

ИНСЕНТИВ **ИНСЕНТИВ** 









Самым богатым на форель местом является река Ронне, по ней рыба поднимается от устья на сорок километров вверх по течению.

Впрочем, и северо-восточная часть Сконе не обделена рыбой. Здесь есть ряд озер и рек, интересных для рыбалки.

Река Лодде к югу от Ландскроны считается одной из лучших для ловли щуки в Европе. Кроме того, здесь есть крупный окунь и сиг.

## O, спорт, ты – мир!

Остров под названием Вен расположен между Ландскроной и Данией, на юге Швеции. По легенде, он возник, когда гигант метнул в море осколок скалы. Удачно метнул, поскольку остров очень живописен - утесы, подпирающие небо и обрывающиеся прямо в море, пляжи, коттеджи и множество холмистых троп, по которым можно кататься на велосипеде.

Можно совместить приятное с полезным и, приплыв на корабле с большой земли, то есть с Ландскроны, взять велосипеды, в том числе и двухместные, и побывать в Музее Тихо Браге, съездить в обсерваторию, добраться до гавани и попробовать продукцию местных рыбных коптилен. Те, кто доедет до центра острова, будут вознаграждены козьим сыром и аутентичным виски, сваренным в галерее Backafallsbyn.

Если горы манят, имеет смысл посетить заповедник «Куллаберг». Там есть всё для занятий скалолазанием, спелеологией, а также дайвингом и наблюдением за птицами. Особенно интересно – китовое сафари. Кроме того, здесь стоит Nimis. Это объект современного искусства, нечто вроде башен из дерева, которые можно и нужно трогать руками, говорят, дети и вовсе обожают на него карабкаться.

# Вкусно и полезно

Пожалуй, таким мог бы быть девиз скандинавской кулинарии в целом. В Швеции вкусно везде, но гастрономической жемчужиной Скандинавии всё же называют Гётеборг. За последние годы город стал гастрономическим чудом, многие его рестораны входят в десятку лучших в Швеции и отмечены мишленовскими звездами. Самое лакомое здесь, конечно, морепродукты и рыба. Свежие креветки, устрицы, омары, да мало ли наименований морских гадов может быть в городе, стоящем у самого Северного моря. Оценить всё их разнообразие можно на рыбном рынке «Фескечерка».

Однако гурманский рай не ограничивается одним только Гётеборгом. Западная Швеция признана гастрономической столицей Северной Европы. Именно здесь работают лучшие шеф-повара, а регион полон органических продуктов, особенно знамениты местные моллюски, которые считают одними из самых вкусных в мире. Пищевое разнообразие тоже имеет свой календарь. Мидии и устрицы здесь можно есть круглый год, лангустов весной и летом, лобстеров – осенью и зимой.

Особенной удачей будет попасть на праздник «Вкус Западной Швеции», учрежденный в 2000 году. Сейчас в нем участвуют более 30 ресторанов, каждый из которых рад и готов поразить воображение пришедших на праздник гостей.

Помимо морепродуктов и рыбы в шведской кулинарии царствуют яблоки. Говорят, самые вкусные – в деревне Кивик, что находится в Сконе. Каждый год в конце сентября здесь работает яблочный рынок. Это, по сути, фестиваль еды, где можно всё и прежде всего – яблоки: попробовать, узнать, что и из чего приготовлено, а также прогуляться по прекрасным яблоневым и грушевым садам.



ИД «Турбизнес» совместно с туристической организацией VisitSweden выпустил два журнала, посвященных Швеции. На страницах журнала «Швеция. Идеи и руководство для профессионалов» представлены Стокгольм и регионы страны, отельная база, музеи, кухня и другая разнообразная информация о Швеции, включая календарь событий. Выпуск «Шведский край Сконе - скандинавская Ривьера» рассказывает об этой области на юге Швеции, где пейзаж украшают пронзительной красоты национальные парки и песчаные пляжи, живописные деревеньки и самобытные города.

> для МІСЕ, множество вариантов инсентив-программ.



Получить журналы можно в ИД «Турбизнес». Тел.: (495) 723-72-72, e-mail: l.tarasyuk@tourbus.ru Лариса Тарасюк

# Немного истории

В Швеции сохранилось множество памятников старины, к которым относятся как замки и соборы, так и традиции, вроде турниров викингов. Всё это можно посмотреть, пощупать, а может быть, и принять участие.

Начать имеет смысл с региона Уппланд, что в центральной Швеции, к северу от Стокгольма, в миле от Балтийского моря. Это Швеция в миниатюре. Здесь находятся самый большой в Скандинавии собор, курганы трех королей периода викингов, дом и сады Карла Линнея.

Если замки и соборы в целом достаточно стандартные объекты показа, то о курганах стоит поговорить отдельно. В Упсале есть удивительные места, связанные с историей викингов, с историей времен опасных и увлекательных. В северной части города находится район Гамма Упсала - это ценнейший археологический объект Скандинавии. Здесь и расположены могильные курганы королей викингов, а рядом – музей с теми находками, которые были сделаны в этих курганах и не только. Например, там есть лодки-могилы. Чуть дальше на запад – и можно погулять по замку Лэке, совершенно сказочному барочному строению, что на берегу озера Венерне. Замок был построен в 1298 г. и дает широкое представление об истории Швеции. Следует помнить, что открыт он с 1 мая по 30 сентября. Летом здесь проводятся разнообразные культурные мероприятия, концерты, оперные спектакли, так что скучать не придется.

Более грозное, но не менее сказочное место - крепость Бохус на реке Гета. Крепость была построена 700 лет назад, пережила 14 осад и выстояла. Всё в ней осталось нетронутым со времен викингов.

Южнее, в юго-восточной части Сконе, среди полей золотого рапса и кукурузы стоит одна из наиболее

хорошо сохранившихся древних средневековых крепостей Швеции. Она была возведена в 1499 г. в качестве резиденции датского рыцаря Йенса Хольгрсена Ульфстранда. По замку можно гулять с гидом, а можно – самостоятельно. Главное – не забыть заглянуть на ферму и испытать старинные сельскохозяйственные орудия труда. Кроме того, здесь есть ресторан с блюдами которые готовятся по средневековым рецептам.

Нельзя пропустить и одно из чудес Сконе – окруженные фантастическим ландшафтом Kaseberga камни Ales. Камни Ales – прекрасно сохранившийся корабельный курган, расположенный над деревней Kaseberga. Их иногда называют шведским Стоунхенджем. Камням 1400 лет, кто и зачем завез их туда – неизвестно. Так и стоят 59 больших валунов, повторяя очертания корабля, храня свою тайну и привлекая в год порядка 700 тыс. туристов. Обсудить их происхождение, да и вообще отдохнуть от тайн можно, спустившись в деревню Kaseberga и отдав должное продукции местных рыбацких коптилен. Прекрасным дополнением к обеду будет вид на Балтийское море. Наследие викингов в Швеции – повсюду, что, в общем-то, неудивительно. В 1988 г. оплот викингов был обнаружен на самой высокой точке Троллеборга. Это была крепость в форме кольца. Ее реконструировали, и теперь она доступна для посещения. За стенами крепости есть и восстановленный средневековый дом, и ферма викингов. Здесь можно купить копии местных археологических находок.

В деревне Foteviken история ожила. Здесь воссоздали деревню викингов, причем на том самом месте, где в 1134 г. происходила великая битва, а еще раньше, до 970 г., эта земля была посвящена богам Асгарда. В деревне можно встретить и викингов, и ремесленников тех времен, можно взглянуть на их дома и даже







1. Замок-крепость Глиммингехус 2. В Швеции есть много мест для любителей рыбалки 3. Гамма Упсала – могильные курганы королей викингов 4. Деревня Foteviken, где ожила история 5. Троллеборг – древняя крепость викингов 6. Швеция славится рыбными деликатесами 7–9. – Разнообразие шведской кухни

MAPT — АПРЕЛЬ'2015 │ BUSINESS TRAVEL MAPT — АПРЕЛЬ'2015 │ BUSINESS TRAVEI



# МІСЕ в Баден-Вюртемберге

Баден-Вюртемберг – один из самых экономически сильных регионов Германии и Европы, что способствует постоянному развитию здесь инфраструктуры МІСЕ. К основным центрам делового туризма в Баден-Вюртемберге относятся Штутгарт и близлежащий Людвигсбург, Баден-Баден, Фрайбург, Карлсруэ, Гейдельберг, Фридрихсхафен и тематический «Европа-парк».

Подготовили Елена СМИРНОВА и Александр ПОПОВ

# Штутгарт

В Штутгарте 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, конференц-отелей и прочих площадок для деловых и культурных мероприятий.

## NEUE MESSE STUTTGART

Выставочно-конгрессный комплекс NEUE MESSE STUTTGART находится через дорогу от международного аэропорта Штутгарта, рядом разместились два отеля, до центра города около 20 минут езды. В состав NEUE MESSE STUTTGART входит Stuttgart Exhibition Centre. Девять павильонов центра общей площадью около 105 тыс. кв. м разместились вокруг

красивого парка с террасами, каскадными водопадами и несколькими кафе. На входе в выставочный центр расположен международный конгресс-центр International Congress Center Stuttgart ICS/ ICS. Он одновременно может вместить до 10 тыс. человек. Здесь действует служба AFTERWORK service, которая организует культурный досуг экспонентов и посетителей мероприятий. Конгрессное бюро Штутгарта (Stuttgart Convention Bureau) – главный контакт для менеджеров, планирующих мероприятия.

## Конгресс-отели в Штутгарте

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

# Наиболее популярные места проведения мероприятий и экскурсий в Штутгарте

Приятным дополнением деловой программы может стать посещение музеев автомобильных концернов – Mercedes-Benz Museum и Porsche Museum, там же можно проводить и мероприятия.

Музей «Мерседес-Бенц» (Mercedes-Benz Museum). Около 160 автомобилей, а также двигатели и другие экспонаты музея расположены в хронологическом порядке на спускающемся вниз с девятого этажа спиральном пандусе. Минувшие времена оживают также в музыке и видеокадрах. В музее можно взять аудиогид на русском языке. Здесь есть сувенирный магазин и выставка-продажа новых моделей.

www.mercedes-benz.com/museum

Музей «Порше» (Porsche-Museum) расположен в пригороде Штутгарта Цуффенхаузене на площади Поршплатц. В музейной коллекции представлено около 80 автомобилей: первые достижения профессора Фердинанда Порше начала XX в., легендарные «Порше 91» и «Порше 917», другие экспонаты. Машины – в рабочем состоянии и время от времени участвуют в соревнованиях и ретро-пробегах. Аудиогиды и групповые туры предлагаются также и на русском языке. www.porsche.de/museum

# **Технопарк «Майленверк»**

В Бёблингене (пригороде Штутгарта) на территории бывшего аэропорта находится технопарк «Майленверк» (Meilenwerk). Часть помещений аэропорта, включая диспетчерскую башню, здание пассажирского терминала, гостиницы и несколько ангаров, сохранилась, став одним из самых необычных мест для проведения МІСЕмероприятий. После реконструкции здесь появились конгресс-центр, несколько ресторанов, сувенирные магазины, пункт проката и частный гараж исторических автомобилей, а также тематический отель в автостиле. Помещения пассажирского терминала и аэропортовой гостиницы ныне занимает V8 Hotel. По результатам исследования компании HRS (Hotel Reservation Service) гостиница включена в число десяти лучших тематических отелей Европы. В гостинице 34 номера. Место в ведущей десятке необычных отелей Европы ему обеспечили десять тематических номеров, в интерьере которых использованы фрагменты и детали авто- и мототехники.

## Людвигсбург

www.meilenwerk.com

Город находится примерно в 20 минутах езды от Штутгарта. Главная историческая и культурная достопримечательность Людвигсбурга – роскошный дворец-

резиденция, который за красоту и роскошь назвали «швабским Версалем». Помимо экскурсий во дворце проводятся крупные торжественные мероприятия, приемы, банкеты.

Во дворце открыты для осмотра покои Карла II Евгения, двенадцатого герцога Вюртембергского. Джакомо Казанова, например, говорил, что у него был самый блестящий двор в Европе. Здесь находятся Театральный музей, Музей моды, Галерея барокко, Музей керамики, где проводятся экскурсии. Ежегодно с апреля по октябрь здесь устраивается старейшая в Германии выставка садовопаркового искусства «Цветущее барокко». www.schloss-ludwigsburg.de

# Фридрихсхафен

Город расположен на северном берегу Боденского озера в спокойной бухте. В конце XIX в. граф Фердинанд фон Цепеллин построил здесь фабрику дирижаблей (по-немецки – цепеллинов). Сегодня дирижабли – туристический аттракцион. Над озером организуются прогулочные полеты. Во Фридрихсхафене проводятся крупные ярмарки международного значения. Среди них ярмарка воздухоплавания (Aero), ярмарка водного спорта (Interboot), европейская ярмарка велосипедов (Eurobike), крупная многоотраслевая потребительская ярмарка Бодензее (Internationale Bodenseemesse fur Konsum- und Investitionsguter – IBO) и другие. Многие мероприятия проводятся в культурном и конгрессцентре Graf-Zeppelin-Haus.

www.friedrichshafen.de

# Баден-Баден

Brand your Event – под таким девизом реализуются MICE-программы в Баден-Бадене. В списке удобных мест для них – «самое красивое в мире» казино, одна из крупнейших флотилий воздушных шаров, второй по величине в Европе оперный и концертный зал, радио SWR, красивый белоснежный Курхаус и зал конгрессов на Лихтенталльской аллее.

www.baden-baden.de

## Гейдельберг

Самая большая площадка здесь – исторический конгресс-зал Kongresshaus Stadthalle – вмещает до 1250 человек. Еще одно место – руины крепости Гейдельберга, здесь могут вместиться до 650 человек внутри и около 2000 – во дворе. В городе много современных площадок, например Академия печатных СМИ (Print Media Academy) с 24 конференц-залами. Старые исторические кварталы города предлагают широкий выбор конференц-возможностей и размещения.







1. Не снимая пиджаков и при галстуках на «русских горках». Аттракцион «Голубое пламя» Газмпрома в «Европа-парке» 2. Фридрихсхафен. Дирижабльаттракцион над Боденским озером 3. Штутгарт. Messe Stuttgart 4. Штутгарт. Музей Порше

MAPT — AIIPEJIS 2015 | BUSINESS TRAVEL MAPT — AIIPEJIS 2015 | BUSINESS TRAVEL 31





- 5. Бёблинген, технопарк «Майленверк: Тематический номер «Автомойка» в отеле V8
- б. «Европа-парк». Аттракцион «Русские горки» в тематической зоне «Россия»

ИД «Турбизнес» приглашает на бизнес-завтрак, посвященный туристическому потенциалу земли Баден-Вюртемберг. Бизнес-завтрак пройдет 14 мая 2015 г. в Санкт-Петербурге в гостинице «Коринтия Санкт-Петербург». Участие возможно только по предварительной регистрации. Для регистрации обращайтесь

по тел.: (495) 723 72 72

e-mail i.ilina@tourbus.ru

Ирина Ильина

# Карлсруэ

Некоммерческий обслуживающий центр «Конгрессноебюро 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 для проведения различных деловых мероприятий. pk@100pro-mice.de

# Фрайбург

Фрайбург располагает помещениями для проведения самых разных деловых мероприятий как в современных, 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). Элегантный Konzerthaus может разместить около 1750 участников, Freiburg Exhibition Centre имеет 10 конференц-залов. Исторический Торговый дом Kaufhaus (1520 г.) – хорошее место для эксклюзивных собраний.

# **Europa Park**

Солидными конгрессными возможностями располагает тематический «Европа-парк» (Europa Park), расположенный на окраине небольшого городка Руст недалеко от Баден-Бадена. В минувшем году парк получил почетный «Золотой билет» как лучший парк развлечений в мире по классификации авторитетного издания в сфере индустрии развлечений Атизетет Тоday. При этом в сентябре 2015 г. здесь был зарегистрирован стомиллионный посетитель. В 2015 г. парк отмечает сорокалетний юбилей.

«Европа-парк» — это своего рода маленькая Европа площадью в 65 га, поделенная на 13 тематических зон. Здесь можно «посетить» Великобританию, Германию, Францию, Австрию, Россию, Голландию, Швейцарию, Скандинавские государства. Europa Park предлагает такую модель приема гостей, как Confertainment: 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. В парке пять гостиниц: El Andaluz 4\*, Castillo Alcazar 4\*, Santa Isabel 4 \*, Colosseo 4\*, Bell Rock 4\*, а также пансион Circus Rolando, где, однако, не предусмотрены завтраки.

www.europa-park.de

# **StuttCard:** одна карта – много скидок и путешествия по региону



В Штутгарте удобно пользоваться туристической картой StuttCard, которая как путеводная нить ведет туристов по самым интересным местам. Ее владелец может

посещать государственные музеи, принимать участие в экскурсиях бесплатно или со скидками, пользоваться другими льготами. В том числе сюда входят автобусные экскурсии Hop-on/Hop-off (есть аудиогид).

Удобство поездки на двухэтажных автобусах Hop-or Hop-off заключается в том, что в течение дня можн выходить и снова садиться уже в другой автобус. Предлагаются аудиогиды на 11 языках. Продолжительност экскурсии на одном автобусе – 100 минут.

Также для владельцев карты предлагаются экскурсии на теплоходах, покупка сувениров в информационных пунктах (i-Punkt), входные билеты в театр и бассейны, скидки в некоторых ресторанах, а также на покупки в магазинах. Для каждого участника программы есть свой купон в прилагаемом к карте скидочном буклете. Карту StuttCard можно скомбинировать с проездным билетом на три дня VVS 3-Таде Тіскеt для поездок внутри города или с проездным билетом на три дня для всей сети общественного транспорта региона.

Подробная информация: www.stuttgart-tourist.de/stuttcard Тел.: +49 (0) 711/22 28 100

# **SchwarzwaldCard**



Бесплатное посещение более 100 туристических объектов и достопримечательностей, включая музеи, канатные дороги, пароходные прогулки и спа-курорты.

www.blackforest-tourism.con

Туристическая карта Schlosscard открывает двери в историю Земли Баден-Вюртемберг. С ней можно посетить 24 замка, дворца и монастыря, разбросанные по всей территории Баден-Вюртемберга, уплатив всего лишь 24 евро на человека. В список объектов включены малоизвестные замки и дворцы. Это дает шанс открыть еще неизведанные места в Германии. Карта действует в течение года, с даты ее покупки.

Свободный вход для водителей автобусов и сопровождающих группы гидов во все исторические памятники.

Контакт

Staatliche Schlösser und Gärten Baden-Württemberg (State Heritage Agency Baden-Württemberg) Берит Ресс (Berit Ress) Schlossraum 22 a D-76646 Bruchsal Тел.: +49 7251.74-2736 Факс: +49 7251.74-2711 gruppenreisen@ssg.bwl.de

gruppenreisen@ssg.bwl.de <u>www.schloe</u>sser-und-gaerten.de



Вы сделаете правильный выбор, решив провести своё корпоративное мероприятие на одном из курортов Каталонии. Колорит и туристические возможности испанского побережья непременно привнесут изысканности важному событию в жизни Вашей компании. А делегирование процесса организации мероприятия туроператору ANEX Tour станет вдвойне правильным выбором. Для этого у нас есть ряд аргументов:



# МИНИМУМ ЗАТРАТ

Anex Tourism Group владеет собственным авиапарком, поэтому применяет гибхий подход к формированию чартерной программы в Барселону. С 2015 года управлять приемом туристов в Испании стала собственная принимающая компания туроператора ANEX Tour. Постоянное совершенствование бизнес-процессов позволяет подстраиваться под колебания спроса и сказывается на цене турпакета в пользу заказчика.



# ОТСУТСТВИЕ ОГРАНИЧЕНИЙ

Безупрочная оргонившим разолекательных, экскуромонных, спортивных программ, олестящее праводение турниров, церемонии вручения каград и гала-ужинов, в также неординарные решения в осуществлении мероприятии любой сложности. Патенциал компании ANEX Торг в сфере М.І.О.Е. практичноки неогоаничен



# КОМАНДА ПРОФЕССИОНАЛОВ

Работа с клиентом начинается с консультации. Когда определены цели, бюджет и формат мероприятия, команда высокопрофессиональных специалистов приступает к формированию продукта. Рекомендует место проведения: страну, регион, отель, располагающий необходимыми функциональными возможностями; подбирает варианты авиаперелатов участников; занимается оформлением медицинских страховок, виз; обеспечивает трансферное обслуживания. Более того, клиенты могут полностью возложить на нас организацию экскурсионных, развлекательных, тематических или культурных программ.



# индивидуальный подход

Успех организации любого корпоративного или делового мероприятия зависит от правильно поставленных целей и задач, а также четкого понимания допустимых рамок бюджета. Самое сложное, но в то же время интересное - это разработка концепции мероприятия. Главное - не упустить ни одной детали, быть четкими и последовательными на каждом этапе реализации проекта.

март – лірель 2015 | Business travel. +7 (495) 799-92-92, доб. 1123 / zapros@anextour.com



# Между фиестой и сиестой

Это страна парадоксов и страстей, солнца и гордых идальго, карнавалов и хамона, теплого моря и холодных Пиренейских вершин. Здесь правили королевский дом и диктатор Франко, творили Дали и Гауди, бередят душу фламенко и Сервантес. Здесь обожают яростные футбольные схватки «Реала» и «Барселоны» и неспортивные, но бескомпромиссные корриды. Здесь соединились Африка и Европа, пребывали во вражде христиане и мусульмане, свирепствовала инквизиция и проходили анархические бунты. Это страна-мозаика, это Испания.

Подготовила Елена СМИРНОВА

В Испании говорят, что «работа – это время между праздниками». Но тем не менее Испания – один из лидеров мировой МІСЕ-индустрии. В стране более 40 крупных конгресс-центров, 36 организаций, специализирующихся на деловом туризме, и около тысячи отелей категорий 3–5\* с бизнес-центрами и фондом размещения на 250 тыс. номеров.

Согласно официальным данным Spain Convention Bureau, в 2013 г. в Испании было проведено 19 619 деловых встреч и зарегистрирован почти миллион бизнес-туристов. Что касается распределения по типам событий, то в течение 2013 г. было проведено 56% рабочих встреч, 28% съездов и 16% конгрессов. 40% от общего числа проведенных мероприятий в Испании приходится на долю Мадрида и Барселоны. Средний ежедневный расход одного участника деловой встречи, съезда или конгресса в 2013 г. составил 451 евро. Неизменно лидирующую позицию в рейтинге тематических секторов делового туризма занимает торговоэкономический и санитарно-медицинский секторы. Самыми «продуктивными» месяцами стали май и октябрь, атакже июнь и ноябрь. 31,6% встреч были организованы в гостиницах, 29,2% – во дворцах конгрессов, 18,3% – на специальных площадках, таких как винные погреба и хозяйства, культурно-исторические здания и т.д. Средняя продолжительность встреч в 2013 г. составила 2,34 дня. Итоги за 2014 г. еще не подведены, но вполне оптимистичны: согласно мнению профессионалов MICE-туризма, ожидается незначительное увеличение

как числа деловых встреч, так и количества участников, ежедневные расходы сохранятся на уровне 2013 г.

Испанские организации, занимающиеся деловым туризмом, объединены в три основных ассоциации: Spain Convention Bureau – объединение городов, где проходят конгрессы (www.scb.es); OPC España – объединение предприятий, профессиональных организаторов конгрессных мероприятий (www.opcspain.org); SIMA (Spain Incentives & Meeting Association) – ассоциация отелей и туристических агентств, занимающихся конгрессами и деловыми поездками (www.sima.es). Основной деловой центр Испании и один из самых больших в Европе – Мадрид.

#### Мадрид

Занимающий центральное положение в Испании и благодаря этому ставший столицей в 1561 г., Мадрид магически привлекателен для туристов – это самый солнечный город Европы, соединивший мавританские черты старых кварталов и жизнерадостный ритм современного города.

Важную роль в структуре делового туризма испанской столицы играет Конгрессное бюро Мадрида (Madrid Convention Bureau). Гостиницы столицы насчитывают 67 тыс. мест, половина из которых приходится на отели категории 4–5 звезд. Мероприятия культурной программы организуются во всемирно известных музеях, таких как Прадо, музей Тиссена-Борнемисса, Центр искусств

Королевы Софии, а также в 70 других музеях города. В Мадриде ежегодно проходит одно из крупнейших событий в туристической индустрии – выставка Fitur.

# Главные конгресс-центры Мадрида

К ним относятся Дворец конгрессов и выставок Мадрида (Palacio de Congresos de Madrid), мадридский Выставочный центр в парке Хуана Карлоса I (Centro de Convenciones de Feria de Madrid/IFEMA) и Муниципальный дворец конгрессов (Palacio Municipal de Congresos Campo de Las Nationes). Palacio de Congresos расположен в центре Мадрида на Paseo Castellana. Дворец существует уже 30 лет. Его залы (всего 18) способны принять до 4 тыс. человек. Самый большой зал дворца «Аудиториум» рассчитан на 1900 сидячих мест. Проведение конгрессов здесь можно приурочить к работе выставки, которую, в свою очередь, удобно провести на территории одного из семи выставочных залов комплекса размером от 246 до 1385 кв. м. Дополнительно могут быть использованы 1000 кв. м выставочной площади под открытым небом.

Авангардистский Palacio Municipal de Congresos был открыт Avenida Capital de Espana в Campo de las Naciones, новом финансовом центре Мадрида, в 1993 г. До Дворца легко добраться от центра города, а от аэропорта Barajas – потребуется всего 5–10 минут. Здесь большие выставочные площади, два зала на 2000 и 1500 мест соответственно, а также холл многоцелевого назначения площадью 2200 кв. м. Centro de Convenciones de Feria de Madrid расположен в парке Хуана Карлоса I, в нем 150 тыс. кв. м выставочной площади. Здание разделено на два больших комплекса. Помещения Северного конгресс-центра El Norte (10 тыс. кв. м) трансформируются с учетом пожеланий заказчика. В Южном конгресс-центре El Sur – классический зал заседаний на 600 мест и девять вспомогательных помещений, которые могут также трансформироваться.

## Другие места для деловых мероприятий

Конгресс-центр Recinto Ferial de la Casa de Campo расположен в парке на юго-востоке столицы в зеленой зоне Мадрида. Центр состоит из нескольких зданий – Pabellón de Cristal располагает выставочной площадью 20 тыс. кв. м; Pabellón de Conferencions

может вместить до 2 тыс. участников конференций; Pabellón Aren, мультифункциональное здание общей площадью 30 тыс. кв. м, используется и для проведения спортивных мероприятий.

Estación Puerta de Atocha Station находится в центре города. Здесь три выставочных и конгрессных зала. Рядом с Palacio de Congresos в Мадриде расположен Mapfre Convention Centre. Его исключительно выигрышное расположение искупает относительно небольшие размеры: общая вместимость центра – 680 человек, а помещения рассчитаны для работы от 15 до 400 человек.

Мадрид — признанный мировой центр культуры и искусства. И деловые встречи можно проводить в таких местах, как, например, музей, картинная галерея, культурный центр, казино. Музей Прадо расширил свои конференц-залы. Интересен Железнодорожный музей, в котором можно провести деловую встречу. В мадридском Теаtro Real для бизнес-встреч может быть заказан зал на 150 человек. Мадридское казино Casino de Madrid принимает заказы на деловые мероприятия до 1000 человек. До 900 человек принимает у себя Palacio de Cristal, до 500 — Hard Rock Café. Casa América в одном из своих четырех конференц-залов может разместить 300 гостей, в остальных — по 200 приглашенных.

# Что посмотреть в свободные часы

Любители истории найдут в Мадриде архитектуру эпохи Габсбургов и Бурбонов, приверженцы современности – авангардный стиль. Не менее привлекательны и пригороды испанской столицы. Прекрасен Толедо с готическим кафедральным собором (1227) – одним из шести самых больших христианских храмов в Европе. Из любой точки города виден Королевский дворец Алькасар. Величественный Эль-Эскориал (XVI) испанцы называют восьмым чудом света. Небольшой городок под названием Алкала-де-Энарес знаменит домом-музеем Сервантеса, в котором в 1547 г. родился великий испанский писатель.

В Мадриде можно сделать покупки в крупных торговых центрах, а в районах Salamanca, на улицах Serrano и Princesa расположились бутики ведущих мировых дизайнеров одежды. Особо интересно познакомиться с легендарным стилем жизни испанцев, посидеть с бокалом вина в уютных уличных кафе, провести вечер, наслаждаясь фламенко.

2



Mадрид – столица Испании и самый солнечный город Европы
 Aвангардистский Palacio Municipal de Congresos Campo de las Naciones
 3. Дворец Сибелес – один из символов Мадрида
 4. Толедо – старая столица Испании



В конце прошлого года в посольство Испании в России на должность советника по туризму пришел г-н Луис Бовес Мартин. Профессионалы российской туриндустрии хорошо знают нового советника – с 2004 по 2010 г. он уже работал в Москве в том же качестве.

Несмотря на непростые времена, г-н Мартин преисполнен оптимизма. «В предыдущие два сезона была заложена хорошая база в продвижении Испании на российском туррынке. 2013 г. был особенно удачным: больше 1,5 млн россиян посетили Испанию. В 2014-м, довольно сложном сезоне, ситуация тоже вполне приемлемая: по данным за восемь месяцев, снижение турпотока составило всего 5%», – отметил г-н Мартин в интервью ИД «Турбизнес».

42 MAPT - AIIPEJE 2015 | BUSINESS TRAVEL MAPT - AIIPEJE 2015 | BUSINESS TRAVEL



# За мальтийским столом

Кухня Мальты представляет собой оригинальное смешение разных кулинарных традиций, прежде всего итальянских, арабских и английских, немало рецептов сохранилось с рыцарских времен. Широко представлена и международная гастрономия. Но понятно, что путешественникам обычно интересно попробовать что-то из традиционной кухни. Ее основным блюдам посвящена эта статья, тем более что в меню их названия могут быть написаны на мальтийском языке.

Подготовил Александр ПОПОВ

# Ravjul, hobz biz-zejt и helwa...

От северного соседа Мальте досталась, например, паста во всем ее многообразии. Мальтийское слово **ravjul** обозначает то же, что и итальянское «равиоли». В эти пельмешки закладывают свежий сыр типа ricotta, сдобренный петрушкой. Сверху их поливают томатным соусом с сельдереем и базиликом и присыпают тертым пармезаном. Типичный для Мальты густой овощной суп minestra тоже явно происходит от итальянского minestrone.

Популярное мальтийское блюдо hobz biz-zejt представляет собой толстую гренку с мелко нарезанными помидорами, сбрызнутую оливковым маслом и густо натертую чесноком. В итальянской Тоскане подобную закуску называют bruschetta. Широкое использование риса – очевидный признак восточной кухни. С арабского Востока появились и многие здешние десерты: сытные, сладкие, даже приторные, с обилием орехов, цукатов и фиников. Мальтийская helwa – явно восточная «халва».

# Рыба-меч с помидорами

На Мальте обилие рыбы и морепродуктов. Деревушка Марсашлокк славится набережной с рыбными

ресторанами и рынком, куда расписные баркасы привозят свежий улов. Здесь можно попробовать и обычные рыбные супы, сдобренные чесноком и пряностями, и изысканные деликатесы вроде краба или осьминога, фаршированные овощами.

Хорошо готовят на Мальте рыбу-меч, здесь ее называют **pixxispad**. В одном из вариантов несколько тонких слоев рыбы перемежаются своеобразным фаршем из тунца с луком, помидорами и зеленью. Всё это поливают лимоном, обваливают в муке и обжаривают до золотистого цвета.

Оригинален также пирог из рыбы лампуки – лампуки пай (lampuki pai), закрытый, круглый или прямоугольный по форме.

# **Трубочка мясная. Классическая**

Еще один классический мальтийский специалитет – браджоли (bragioli): очень тонкий кусок говядины, свернутый в трубочку, фаршированный рубленым беконом, сыром, крутым яйцом, петрушкой с чесноком, обжаренный в оливковом масле и тушеный в томатном соусе с луком, горошком, травами и вином.



# МАЛЬТА - задумана для встреч

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

ЖАЛЬТА МАЛЬТА

www.meetmalta.ru

mice@malta.ru

MAPT - AIIPEJIS 2015 | BUSINESS TRAVEL

НАПРАВЛЕНИЕ ПАУЗА





- 1. Разнообразие мальтийских десертог
- 2. Классическое местное блюдо бралжоли
- 3. Hobz biz-zejt гренка с помидором, оливковым маслом и чесноком

2015

# Десять лучших ресторанов Мальты и Гозо

### Medina

7, Trig is-Salib Mgaddes, L-Imdina, Malta

#### de Mondion

The Xara Palace Relais & Châteaux Misraħ il-Kunsill, L-Imdina, Malta

## Tarragon 72 B, Triq il-Knisja,

San Pawl il-Baħar, Malta

Hotel Corinthia San Ġorġ, Ix-Xatt ta' San Ġorġ, San Ġiljan, Malta

# Sa Re Ga Ma

Hotel Fortina Tigne Seafront Sliema Malta

# The Arches

113, Gorg Borg Olivier Street, Mellieha, Malta

#### Patrick's

Trig L-Ewropa, Ir-Rabat, Għawdex, Gozo

## Ta' Frenc

Triq Ir-Rabat, Iż-Żebbuġ, Gozo

#### The Villa

39, Trig il-Kbira, Il-Bajja tal-Balluta, San Ġiljan, Malta

#### San Andrea

Palazzo Castelletti, Triq San Pawl, Ir-Rabat, Malta

# Fenkata как образ жизни

Хит мальтийской кухни – блюда из кроличьего мяса. Множество рецептов их приготовления сводятся к двум основным вариантам: кролика – по-местному «фенек» (fenek) – либо обжаривают досуха и перед подачей посыпают мелко рубленным чесноком, либо тушат в винном соусе с травами и подают в горшочке – стуффат тал-фенек (stuffat tal-fenek). Блюда из кролика занимают важное место в жизни мальтийцев. Есть даже термин «фенката» (fenkata) для обозначения совместной трапезы и застольного общения.

# Козий сыр и вдовий суп

Еще один мальтийский специалитет - сыр «джбейна» (gbejna). Его делают из козьего молока на острове Гозо: наисвежайший вариант – однодневный, еще нежный и пресный, почти без собственного аромата. После маринования джбейна превращается в солоноватый твердый сыр с характерным букетом пряностей. Без джбейны не приготовить настоящий мальтийский «вдовий суп» (soppa tal-armla). Его название намекает на вдовью бедность, отчего и суп этот исключительно овощной. Сырный куличик джбейны играет в этом блюде роль густых сливок.

## Местные плюшки

Наконец, особый мальтийский кулинарный жанр под названием «пастицци» (pastizzi). Это разнообразная выпечка (чаще всего из слоеного теста) с мясной, рыбной, сырной или овощной начинкой. Пастицци едят на завтрак с чаем или кофе. Излюбленный десерт жителей острова – канноли (Kannoli), хрустящие трубочки, жаренные во фритюре, с начинкой из цукатов, сыра рикотта, сахара или шоколада.

# Как во французской Шампани

На Мальте есть виноградники и неплохие вина. Так, компания Emmanuel Delicata выпускает белые сухие и полусухие вина под общим названием «Зеленая этикетка» (Green Label), аналогичная серия красных и розовых вин называется «Красная этикетка» (Red Label). Виноделы из компании Marsovin предлагают Merlot, Cabernet Sauvignon и Cabernet Franc. Они производят игристое вино «традиционным методом», как во французской Шампани. Лишь в дорогих и престижных мальтийских ресторанах можно встретить продукцию винодельческой компании Meridiana (Chardonnay Isis или Merlot Nexus). Хороши на Мальте ликеры, например Madlien (сделанный на местных травах) или Tamakari (с «осенним» ароматом).

#### Сначала были чеки... Потом пиво

Любителям пива обычно нравится самый популярный местный сорт – светлый Cisk (произносится «чиск») от пивзавода Farsons. У истоков мальтийского пивоварения стояла банкирская династия Шиклуна (Scicluna), которая еще в 1830 г. ввела в деловой оборот страны банковские чеки. Но мальтийцам никак не удавалось правильно произнести слово «чек», неизменно получалось «чиск». Поэтому появившийся в 1928 г. первый мальтийский сорт пива был назван уже раскрученным в народе словом. Хорошо идут и другие бренды этого же завода – Blue Label (Ale), Hopleaf (Pale Ale).

# Мальтийский лимонад

Полвека назад на Мальте появился безалкогольный прохладительный напиток «Кинни» (Kinnie). Его делают из горьковатых апельсинов и 18 мальтийских трав. У «Кинни» сладко-терпкий вкус, он неплохо утоляет жажду.

# Великолепная семерка

Барселона знакома и любима российскими путешественниками. Кто-то приезжал сюда в отпуск, кто-то – по делам, кто-то совмещал приятное с полезным, ведь Барселона богата как культурным и историческим наследием, так и деловыми площадками. Этот город для каждого свой, и каждому гостю он открывается чуть иначе, даже если тому кажется, что он исходил здесь всё вдоль и поперек. В Барселоне есть множество мест, которые обязательно надо посетить и куда никогда не надоест возвращаться.

Подготовила Александра ЗАГЕР



Готический квартал. Самое сердце Барселоны, ее начало и ее история. Готический квартал находится между бульваром Ла Рамбла и проспектом Виа Лаетана. Узкие улочки, напоминающие все возможные рыцарские и приключенческие романы; остатки римских построек как напоминание о древней истории этого места, прекрасные базилики – всё это будоражит воображение и при некотором напряжении фантазии позволяет превратить прогулку по этим местам в увлекательное путешествие во времени. Стоит выйти, например, на площадь Святого Иакова, где сейчас расположены здание правительства Каталонии и ратуша, прикрыть глаза и представить, что когда-то здесь пересекались главные улицы римского поселения Барсино и находился Форум и храм Августа, от которого сохранились четыре колонны, находящиеся сейчас на холме Монт-Табер... Свое нынешнее имя площадь получила по имени церкви, стоявшей здесь в Средние века и снесенной по градостроительной надобности.

Кстати, именно здесь проходят соревнования по построению кастелей, то есть башен из людей. А если оказаться на площади Святого Иакова в воскресенье, можно посмотреть, как горожане танцуют местный национальный танец сардана, чем-то напоминающий наш родной хоровод.



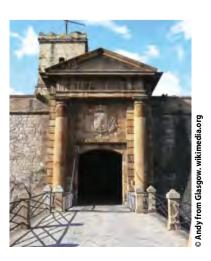


Парк Гуэля. Говорим «Барселона» – подразумеваем Антонио Гауди. Знаменитый архитектор, безусловно, добавил городу модернистского шарма. Два самых знаменитых его творения – парк Гуэля и собор Святого Семейства. В последний попасть бывает сложно из-за огромного количества желающих. Эусеби Гуэль задумал построить город-сад, купил землю, разделил ее на участки и попытался их продать. Увы, куплено было всего три, причем один из них автор задумки купил сам, второй – его адвокат, а третий – Антонио Гауди, создавший это архитектурное чудо. Их дома сохранились по сию пору. Когда попадаешь туда, кажется, что ожила книга сказок и один из эльфийских родов вдруг решил пустить простых смертных погулять в своих садах. И смертные гуляют, не уставая изумляться причудливому видению мира автора. «Зал ста колонн», знаменитая изогнутая по изгибам человеческого тела скамья, удивительные мозаики, прогулочные зоны, созданные с большой фантазией, – в парк Гуэля никогда не надоедает возвращаться. А история рождения этого места убедительно доказывает, что иногда планы не сбываются для нашего же блага. Если бы век назад Гуэль осуществил свой план, одним пунктом в списке Всемирного наследия ЮНЕСКО было бы меньше.



Лучше гор может быть только... холм Монжуик. Не такой уж и маленький, его высота составляет 173 м. а гостеприимство навсегда вписано в историю города. Здесь Барселона принимала Всемирную выставку 1929 г. и летние Олимпийские игры 1992 г. Именно здесь расположен знаменитый поющий Магический фонтан, радующий горожан и гостей Барселоны яркими водно-световыми представлениями. Его соорудили еще ко Всемирной выставке, а реконструировали к Олимпийским играм 1992 г. Наследия обоих крупных событий здесь множество – от Национального музея искусства Каталонии (MNAC), хранящего огромное количество произведений каталонских художников, до Олимпийского стадиона имени Луиса Компаниса с музеем прошедших здесь Игр.

Какой холм без крепости? Здесь она тоже есть – крепость Монжуик, с ее смотровой площадки открывается чудесный вид на город и порт. Крепость датируется XVII в., имеет богатую военную историю и, как и большинство крепостей, успела побывать тюрьмой, причем сравнительно недавно – во времена правления Франко. Здесь был расстрелян глава каталонского правительства Луис Компанис. Желающие погулять по Испании, не выезжая за пределы Барселоны, могут посетить Испанскую деревню, также построенную ко Всемирной выставке в 1929 г. Это архитектурный музей под открытым небом. Здесь есть и ремесленные мастерские, и таверны, где представлено разнообразие испанской кухни. Тем, кто устал от города и соскучился по природе, стоит заглянуть в парки Монжуика Hoy Jardi Botanic и Jardins de Mossèn Costra i Lljober и отдохнуть в тишине и разнообразии флоры и фауны.



MAPT — АПРЕЛЬ'2015 │ BUSINESS TRAVEL MAPT — AПРЕЛЬ'2015 | BUSINESS TRAVEL





«<mark>Квартал раздора».</mark> И парк Гуэля, и храм Святого Семейства находятся в районе Эшампле. Здесь же расположен так называемый Квартал раздора (несогласия). Он назван так в силу архитектурнотворческих исканий авторов зданий, его заполняющих. Для эпохи модерна это было нормально. Так, здесь стоят: дом Лео Морера с растительным орнаментом (архитектор Л. Доменек-и-Монтанер), знаменитые дом Амалье (архитектор Ж. Пуч-и-Кадафальк) и дом Бальо, перестроенный по проекту А. Гауди. Еще дальше, на четной стороне проспекта, под номером 82, расположен еще один шедевр Гауди – дом Мила, или Ла Педрера (каменоломня), считающийся вершиной модернистской архитектуры. Каждый из этих домов достоин детального осмотра, а прогулка по этому кварталу, да и вообще по району Эшампле доставит массу эстетического удовольствия.



Рамблас. Будучи в Барселоне, нельзя не прогуляться по Рамбласу (или Рамбла) – пешеходной улице протяженностью чуть больше километра. Здесь есть всё, что бывает обычно на центральных туристических пешеходных улицах больших городов. Рамблас состоит из пяти бульваров с весьма говорящими названиями: Рамбла Каналетес (находится рядом с площадью Каталонии); Рамбла Учения (здесь когда-то был университет); Рамбла Цветов (здесь расположен один из самых крупных продуктовых рынков города); Рамбла Капуцинов (театральный отрезок пути, поскольку тут находятся оперный театр «Гран-театр Лисео» и театр «Принсипаль» – первый театр Барселоны); Рамбла св. Моники (упирается в площадь Портал де ла Пау, то есть «Врата мира». Здесь стоит памятник Христофору Колумбу и находятся здания верфи и таможни). Есть еще и Морская Рамбла – пешеходный мост, построенный в 1992 г., который ведет к «Маремагнуму» – современному торговому центру, расположенному прямо на воде Барселонского порта.





Храм Святого Семейства. Самый узнаваемый архитектурный памятник Барселоны. Самое знаменитое творенье Антонио Гауди. Самый знаменитый долгострой. Как известно, храм строится исключительно на пожертвования прихожан, поэтому процесс идет очень не быстро, строительство было начато в 1882 г. Храм построен в форме латинского креста, образованного пятью продольными и тремя поперечными нефами. Начинал строительство другой архитектор – дель Вильяр, однако буквально через год его сменил Антонио Гауди. Он достроил крипту, с которой и началось создание храма, кстати, первоначальный проект он сильно расширил и видоизменил, получив большое анонимное пожертвование. Гауди умер, успев увидеть лишь 100-метровую колокольню фасада Рождества, посвященную св. Варнаве. Он спроектировал фасады Рождества и Страсти, а также внутреннее убранство храма. Часть его чертежей и планов пропали во времена Гражданской войны. Предполагается, что храм будет закончен в первой трети ХХІ в., то есть у нас есть все шансы увидеть, как реализуется безграничная фантазия старого мастера.



Кафе «Четыре кота». После продолжительной прогулки посидеть в кафе – то что надо. Разумеется, Барселона не испытывает недостатка в привлекательных кафе и ресторанах. Но если уж гулять в Готическом квартале, стоит заглянуть в знаменитые «Четыре кота» (El Quatre Gats) на улице Монтсье. Кафе открылось в конце позапрошлого века и было в те времена кабаре и маленькой гостиницей. Его очень любили знаменитые барселонцы Пабло Пикассо и Антонио Гауди. Оно было одним из мест притяжения героев и талантов «прекрасной эпохи». Именно здесь в 1900 г. прошли две первые персональные выставки работ Пикассо.

Любителям прозы современного испанского писателя Карлоса Руиса Сафона тоже будет интересно побывать в «Четырех котах», именно здесь разворачивались некоторые знаковые события его популярного романа «Тень ветра». Впрочем, выписав все места, упомянутые в романе, можно устроить себе отдельную и крайне увлекательную экскурсию по Барселоне.

**1211 БИЗНЕС** МЕРОПРИЯТИЙ НА 5 КОНТИНЕНТАХ B 60 CTPAHAX MUPA С 1992 г. БОЛЕЕ 50 БИЗНЕС МЕРОПРИЯТИЙ В ГОД ФОРУМЫ КОНГРЕССЫ ВЫСТАВКИ WWW.CONCORDGROUP.RU КОНФЕРЕНЦИИ WWW.CONCORDSPB.RU КОРПОРАТИВНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ MAPT - AIIPEJIЬ'2015 | BUSINESS TRAVEI

CONCORD®

МЫ ЗНАЕМ ГДЕ И КОГДА!