

www.bt-magazine.ru

№10–12 октябрь–декабрь 2018

BUSINESS TRAVEL

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ

ВСТРЕЧИ ■ ИНСЕНТИВ ■ КОНФЕРЕНЦИИ ■ ВЫСТАВКИ



12+



**ЕКАТЕРИНА КОРСУНСКАЯ:
«РОСТ ВОЗМОЖЕН И В КРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ»**

antormice 2019

14-ая международная рабочая встреча
по организации конференций, деловых
встреч и корпоративных поездок

29

января
вторник
2019

Гостиница
**The
Ritz-Carlton
Moscow**

РЕКЛАМА

Meetings

Incentives

Conferences

Events

Площадки для
мероприятий



Destination
Management
Company
(DMC)

Конгрессы

Семинары

Meeting Industry

Поощрительный
туризм

Конференц-пакеты

Team building

Corporate
Buyers



Корпоративный
туризм

К участию в мероприятии приглашаются:

Компании по организации деловых, событийных и корпоративных поездок;
Гостиницы и гостиничные сети; Авиакомпании;
Бизнес и конференц-центры; Круизные компании;
Национальные туристические представительства;
А также другие компании, работающие в области делового туризма.

Организаторы:

тел.: +7 499 5005628
sales@antormice.com
www.antormice.com

На посещение мероприятия приглашаются:

Корпоративные клиенты;
Организаторы деловых и корпоративных мероприятий;
Туристические компании из Москвы и регионов.



Выпускающий редактор: Иван Калашников
Редактор: Лариса Мартынова
Корреспонденты: Владимир Сергачев
Мария Акунова
Геннадий Габриэлян
Художник: Владислав Суворевгин

Отпечатано в России
Тираж: 9000 экз.

Редакция журнала «Business Travel/
Международный деловой туризм»

Адрес редакции: Тихвинский пер., д. 11, стр. 2
Почтовый адрес: 107031, Москва, а/я 32
Тел./факс: (495) 723-72-72
Интернет: www.bt-magazine.ru

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

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

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

Турбизнес
МЕДИАХОЛДИНГ • с 1997 г.

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

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

Заместитель
генерального директора: Александр Попов
a.porov@tourbus.ru

Директор по рекламе: Ольга Гришина
o.grishina@tourbus.ru

Менеджер по рекламе: Татьяна Башарина
reclama@tourbus.ru

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

Отдел workshop: Людмила Сивова
L.sivova@tourbus.ru
Виктория Перова
Илья Плясунов
Кристина Сивова
workshop@tourbus.ru

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

Турбизнес
Travel Trade Russia

Выпускающий редактор: Лариса Мартынова
l.martynova@tourbus.ru

destinations
ТУРБИЗНЕС

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

Турбизнес
на Северо-Западе

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

СОДЕРЖАНИЕ

2 ГЛАВНЫЕ СОБЫТИЯ ГОДА

4 СОБЫТИЯ

Объединенные одной целью
RBT&MA — уже девять лет
Обладатели премии Russian Business Travel &
MICE Award — 2018

12 НОВОСТИ КОМПАНИЙ

«Интурист». Снова учиться?!
Раз MAXIMICE, два MAXIMICE
UTS Group ускоряет бизнес-процессы
«Демлинк» начал учебный год
MICE Market зовет на заводы
Raketa.travel штурмует ближнее зарубежье
«TUI Россия» развивает MICE в РФ

16 БИЗНЕС-ПАРТНЕР

Екатерина и Илья Корсунские,
Aerotone Business Travel: расти можно
и в кризисных условиях

19 ОТЕЛЬ

Вперед, в столицу, в Marriott!
Работа и праздники в «Имеретинском»
Больше функций, хороших и разных!

25 Вестник АБТ-АСТЕ RUSSIA

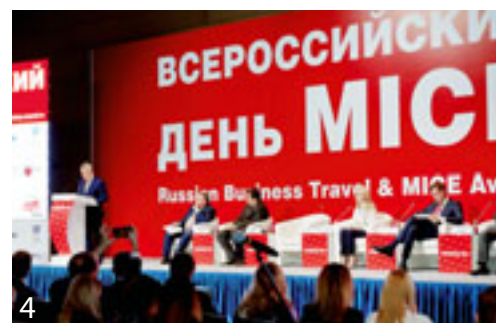
Зачем развивать туризм
«третьего возраста»?

26 НАПРАВЛЕНИЕ

Грузия, Азербайджан, Армения:
три южные MICE-звезды
Япония зовет
Место встречи — Хорватия
Китай: один пояс, один путь

35 БИЗНЕС-ПАУЗА

Саксонская Швейцария. Встречи на Эльбе



MICE в России: тенденции

Год на исходе. Что он принес российскому рынку MICE, что передает 2019-му?

Вспомним основные моменты, назовем главные тенденции.



1 СТАБИЛЬНОСТЬ С ПЕРСПЕКТИВОЙ РОСТА

После провала 2014–2015 годов, когда объемы отрасли упали на величину до 40% от прежних, российский рынок деловых путешествий постепенно выправляется. Ежегодный рост его объемов эксперты оценивают в 10–15%. По данным WTTC, в 2014 году объем расходов только на бизнес-поездки в РФ равнялся \$21 млрд, из-за резкого падения в последующие годы он значительно «просел» и объема в \$18,4 млрд вновь достигнет только к 2020-му при условии, что отрасль ежегодно будет прибавлять в «весе» не менее 6%.



2 СОЗДАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО КОНГРЕССНОГО БЮРО (НКБ)

Официально созданное в ноябре 2017 года, но реально приступившее к работе в 2018-м, НКБ становится маркетинговой организацией, в основные функции которой входит создание положительного делового имиджа России и продвижение туристических и конгрессных возможностей страны. НКБ одновременно является универсальным маркетинговым центром, консалтинговым агентством и единым справочным окном, где потенциальные партнеры могут получить всю интересующую их информацию, включая сведения о российском рынке MICE.



3 ЭФФЕКТ ОТ ПРОВЕДЕНИЯ ЧМ-2018 ПО ФУТБОЛУ

Во время проведения чемпионата мира по футболу участники рынка MICE ощутили спад деловой активности, связанный с нехваткой номеров в гостиницах, высокими ценами на услуги, а также желанием части клиентов перенести мероприятия на сентябрь–октябрь 2018 года. Однако эксперты уверены, что ЧМ-2018 не только вывел «приемную» инфраструктуру целого ряда российских городов на мировой уровень, но и гарантировал стране успешное продвижение на годы вперед за счет значительного улучшения ее имиджа как мировой туристической дестинации.

ВСЕРОССИЙСКИЙ ДЕНЬ MICE

4 ПРОВЕДЕНИЕ ВСЕРОССИЙСКОГО ДНЯ MICE

Проведенный впервые в Москве Всероссийский День индустрии MICE стал масштабным отраслевым событием. На нескольких площадках в Центре международной торговли работали более 800 профессионалов индустрии бизнес-туризма из 65 регионов России и представителей властных структур. В течение Дня состоялось несколько масштабных мероприятий — практическая конференция, workshop Be in Russia, MICE-баттл регионов России, девятая премия Russian Business Travel & MICE Award.

2018

и события 2018-го



5 БУРНОЕ РАЗВИТИЕ ОНЛАЙН- ТЕХНОЛОГИЙ

Многие эксперты уверены, что будущее MICE напрямую связано с передовыми технологиями, позволяющими сокращать расходы и повышать прозрачность операций для клиента. Использование блокчейн-технологий, сокращение времени на обработку заказов и использование online booking tools, а также максимальная ориентация на облачные ресурсы и все более активное использование бизнес-путешественниками смартфонов и мобильных приложений при организации и во время деловых поездок будут «делать погоду» в сфере MICE все ближайшие годы.



6 РОСТ ПОПУЛЯРНОСТИ РЕГИОНОВ РОССИИ

Несмотря на то, что востребованность организации деловых мероприятий внутри России в 2018-м несколько снизилась из-за расширения возможностей на выездном рынке, некоторые регионы РФ демонстрируют рост объемов MICE. Среди них эксперты называют С.-Петербург, Сочи, Казань и Татарстан, Нижний Новгород, Екатеринбург, Башкортостан, а также Калининград, Карелию, Алтай и Байкал. Кроме того, клиенты стали проявлять интерес и к другим регионам России, предпочитая заказывать нестандартные варианты организации выездных MICE-мероприятий.



Конгрессно-
выставочное
бюро города
Москвы

7 ФАКТИЧЕСКОЕ УПРАЗДНЕНИЕ МОСКОВСКОГО КОНГРЕССНОГО БЮРО

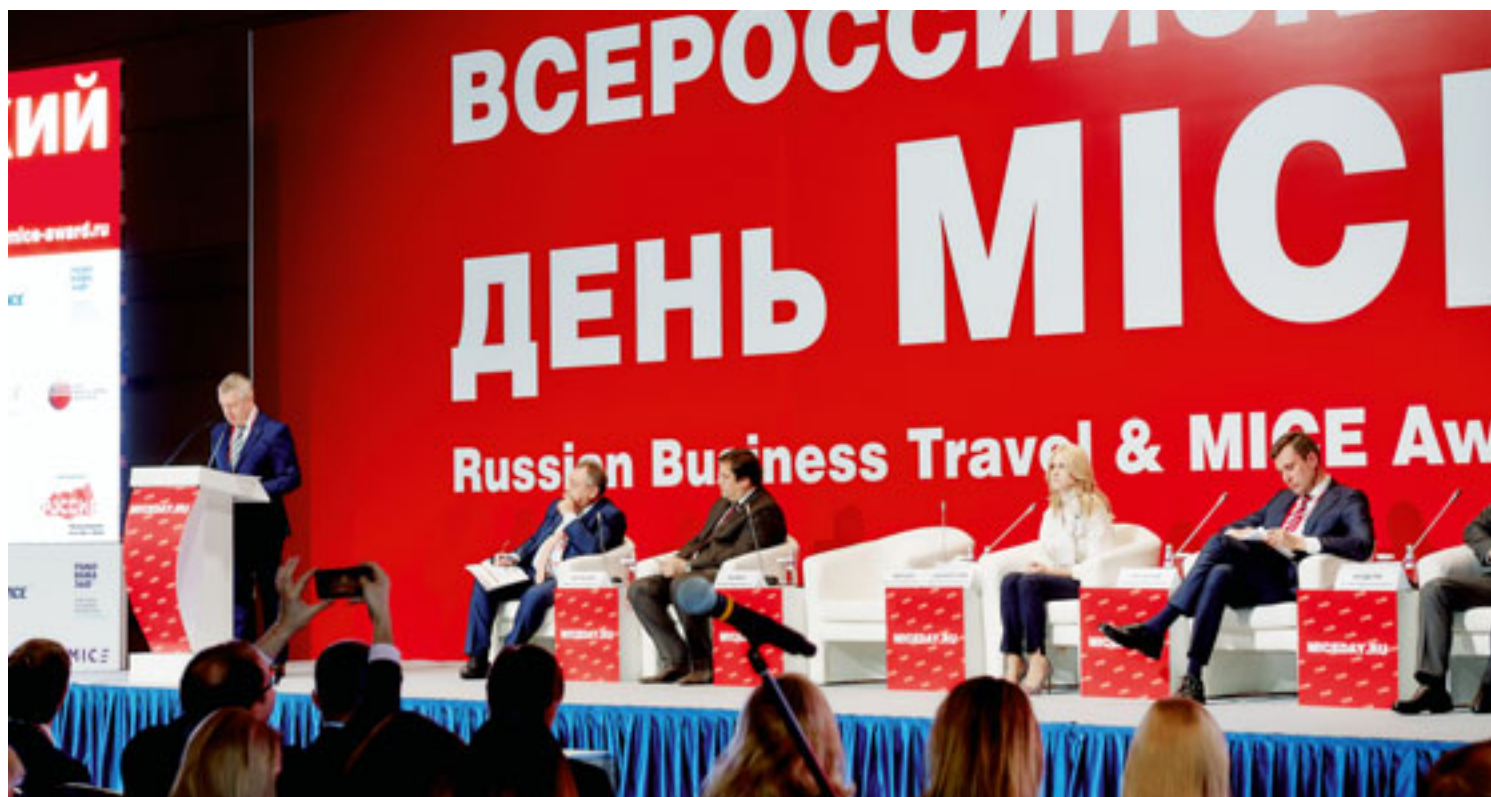
Созданное в августе 2013 года правительством столицы в виде автономной некоммерческой организации (АНО) «Конгрессно-выставочное бюро города Москвы» было призвано стать институтом развития профильной отрасли города и ответственным за продвижение Москвы как международной коммуникационной площадки и центра высоких технологий, а также официальным независимым посредником между потенциальными клиентами и местными поставщиками услуг. Однако в настоящее время интернет-сайт бюро недоступен, а подавляющая часть информации об организации и ее деятельности датируется 2014-м годом.



8 СТАВКА НА КРЕАТИВ

В 2018-м стало особенно заметно, что потенциальные клиенты рассчитывают на высокое качество и широкий спектр услуг, но весьма прижимисты при этом. Эксперты уверены: главным трендом рынка MICE становится его динамика, связанная с поиском новых форм мероприятий и инструментов. Платежеспособные клиенты стали более разборчивы и требуют максимума эффективности при минимуме затрат, предпочитая выбирать нестандартные, сделанные с изрядной долей креатива предложения, обладающие несомненной «изюминкой».

2019



Одна цель, один День

ПЕРВЫЙ ВСЕРОССИЙСКИЙ ДЕНЬ ИНДУСТРИИ MICE ПРОШЕЛ В СТОЛИЦЕ

>800

профессионалов отрасли

5

крупных мероприятий
на одной площадке

35

спикеров

делегаты из

65

субъектов РФ;
Беларуси и Казахстана

Деловые мероприятия в рамках Всероссийского Дня MICE, проходившего 10 октября в Центре международной торговли в Москве, объединили более восьмисот профессионалов индустрии бизнес-туризма и представителей властных структур.

Обсуждение важнейших проблем и трендов рынка делового и событийного туризма, решение практических задач, чествование лидеров — все это состоялось в рамках Дня MICE-индустрии в ЦМТ. Мультиформатная площадка работала с утра до глубокого вечера. Программа Дня включала в себя несколько масштабных мероприятий: конференцию «Индустрия MICE в России: перспективы в регионах», workshop BE IN RUSSIA, MICE-баттл регионов России и IX церемонию вручения премии Russian Business Travel & MICE Award.

ТЕОРИЯ — ОСНОВА ВСЕГО

Конференция началась с пленарного заседания «Конгрессно-выставочные мероприятия как эффективный инструмент развития экономики регионов», продол-

жилась тематической дискуссией «Регионы России как MICE-направления» и завершилась практической сессией «Современные креативные технологии MICE-индустрии».

В ходе пленарной сессии Игорь Фомин, заместитель председателя Комитета Совета Федерации по социальной политике, обратил внимание собравшихся на необходимость развития MICE-индустрии в субъектах РФ и призвал коллег объединить усилия, чтобы вывести российский MICE на новый уровень.

В свою очередь председатель комитета Торгово-промышленной палаты РФ по предпринимательству в сфере туристской, курортно-рекреационной и гостиничной деятельности и вице-президент Российского союза туристической индустрии Юрий Барзыкин подчеркнул важность взаимодействия коллег: «MICE — это и въезд-

ной, и выездной, и внутренний туризм. Важно помнить, что это отдельная, всеобъемлющая индустрия». Евгений Куделя, начальник Управления государственных туристских проектов и безопасности туризма Ростуризма, сообщил: «Емкость MICE-рынка в России оценивается в 200 млрд евро, поэтому сейчас активно ведется планирование развития инфраструктуры MICE на 2019–2025 годы. Государство будет оказывать поддержку сегменту делового туризма. В частности, будут подготовлены программы повышения квалификации специалистов и продвижения продукта на мировом рынке». По мнению спикера, развитие MICE-индустрии дает серьезный толчок повышению конкурентоспособности регионального турпродукта, продвижению российских регионов на международном рынке туруслуг. Первый вице-президент Торгово-промышленной палаты РФ Максим Фатеев заявил, что повышение престижа организации и проведения мероприятий в России — одна из приоритетных задач Палаты, чья работа нацелена на улучшение и развитие деловых отношений с международными партнерами. «Конгрессный потенциал нашей страны выглядит очень перспективным. Индустрия деловых встреч способствует не только старту новых проектов и развитию деловых связей, но и генерирует рабочие места, стимулирует развитие инфраструктуры и увеличивает поступления в бюджет», — констатировал вице-президент федеральной Палаты.

Директор ассоциации «Национальное конгресс-бюро» Алексей Калачев в ходе своего доклада «Событийная индустрия как эффективный инструмент развития дестинации» рассказал, насколько важно участие конгресс-бюро в процессе становления региона как MICE-дестинации, и объяснил, какую выгоду получают регионы, привлекая MICE-мероприятия.

По словам эксперта, MICE позволяет увеличить бюджет региона за счет средств, полученных от заказчиков, помогает привлечь внимание инвесторов к региону, повышает рост занятости населения и создает

новые рабочие места, а также расширяет количество деловых, культурных и торговых связей региона с другими регионами и странами. Кроме этого, хорошо развитая MICE-индустрия повышает престиж региона на международном уровне и узнаваемость бренда, улучшает позиции региона в отраслевых рейтингах, к примеру, ICCA. «У России колоссальный потенциал для роста, — заявил Алексей Калачев. — Важно грамотно использовать ресурсы».

Представитель организаторов мероприятия — председатель правления ГК «Конкорд» Наталья Евневич — призвала участников Всероссийского Дня MICE обратить внимание на развитие региональной логистики и инфраструктуры в сфере делового туризма, а также информационное продвижение уникальной привлекательности региона.

Директор Конгресс-центра ЦМТ Москвы Дарья Саламатова рассказала о вызовах, которые сегодня стоят перед объектами инфраструктуры и отраслью в целом, а также о наиболее перспективных направлениях инвестиций в развитие конгрессных и выставочных центров. Она озвучила несколько критериев, которые эксперты ЦМТ считают важнейшими на сегодняшний день для привлечения знаковых международных мероприятий: это узнаваемость и «интересность» региона, современная оснащенность площадок, инфраструктура, экспертиза и безопасность.

По словам Дарьи Саламатовой, вопросам безопасности было уделено небывалое внимание на последнем саммите Международной ассоциации конгрессных центров. Многие центры активно закупают специальное оборудование, устанавливают самые современные системы видеонаблюдения, привлекают профессиональные охранные агентства, учат сотрудников, как действовать в чрезвычайных ситуациях. «Это одна из немногих сфер, в которой мы опережаем наших западных коллег». Одним из стимулов постоянного развития является собственная экспертиза площадок. «Вы знаете вашу



Наталья ЕВНЕВИЧ,

председатель правления ГК «Конкорд»

«Тренды делового туризма — это bleisure (business + leisure), логистическая доступность, современная инфраструктура, бренды и легенды, познавательный компонент и гастрономия. Другими словами, должно быть удобно, интересно и вкусно».



Алексей КАЛАЧЕВ,

директор ассоциации
«Национальное конгресс-бюро»

«MICE позволяет пополнить бюджет региона, помогает привлечь внимание инвесторов, создает новые рабочие места, а также повышает престиж региона на международном уровне».





Елена МЕЛЬНИКОВА,

основатель и генеральный директор компании MAXIMICE

«Грамотное продвижение региона — залог успеха среди корпоративных клиентов. Чем более полной и доступной будет информация о его возможностях, особенностях и площадках, тем больше вероятность, что регион будет пользоваться популярностью как MICE-направление».



Евгений КУДЕЛЯ,

начальник Управления государственных туристских проектов и безопасности туризма Ростуризма

«Емкость MICE-рынка в России оценивается в 200 млрд евро, поэтому сейчас активно ведется планирование развития инфраструктуры MICE на 2019–2025 годы».

площадку лучше всех — будьте экспертом!» — порекомендовала Дарья Саламатова. «Прошло то время, когда от менеджеров ждали реактивного реагирования на запросы клиента, сегодня многое зависит от их инициативности, готовности и способности предложить наилучшие решения: по наиболее эффективному использованию пространства, по его оформлению, логистике и навигации на площадке и не только. И это персонализированный подход нового уровня к формированию предложения», — сказала директор Конгресс-центра ЦМТ Москвы.

На пленарном заседании выступили также вице-президент союза «Вятская ТПП» Андрей Усенко, председатель комитета ТПП г. Сочи по выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности Владислав Лосев, вице-президент ТПП Владимирской области Дмитрий Кузин, заместитель генерального директора по взаимодействию с органами власти и коммуникациям «TUI Россия» Александр Сирченко и другие эксперты.

ЭКСПЕРТЫ ДЕЛЯТСЯ ОПЫТОМ

В рамках конференции состоялась тематическая дискуссия «Регионы России как MICE-направления», которую модерировали директор Департамента выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности ТПП РФ Игорь Коротин и генеральный директор BE IN RUSSIA Александр Мальцев.

Спикерами выступили основатель и генеральный директор компании MAXIMICE Елена Мельникова, директор по PR ООО «Экспофорум-Интернэшнл», исполнительный директор РСВЯ Елена Ублиева, директор Конгресс-бюро Башкортостана Николай Фадеев, директор по развитию компании «Интурист» Максим Головин и представители других ведущих компаний сферы MICE и business travel. В своих выступлениях эксперты отметили значение развития MICE-индустрии для экономики страны и акцентировали внимание на опыте российских регионов, достигших определенных успехов в развитии делового

туризма, в частности, Башкортостана, Татарстана, Свердловской, Калининградской, Нижегородской областей. Наглядным примером удачной реализации идеи развития MICE-сегмента стала деятельность Конгресс-бюро Башкортостана. Его директор Николай Фадеев рассказал: «Республика совершила заметный рывок в развитии индустрии встреч. Но это не просто «удача», это работа, успех которой был определен рядом факторов. Мы учитывали предпосылки к развитию индустрии в регионе, оценили условия, в которых нам придется работать, и, конечно, выделили основные цели». Стимулом для развития бизнес-туризма в регионе стал саммит группы БРИКС 2015 года. Именно тогда в Башкортостане началось активное строительство новых площадок, прошла реновация и расширение отельной базы, был построен конгресс-холл, признанный лучшим в стране в 2017 году. «Конгресс-бюро стало платформой для коллективной деятельности экономики, туризма и власти», — отметил Николай Фадеев. В соседнем зале прошла практическая сессия «Современные креативные технологии MICE-индустрии». Ее модератором стал генеральный директор IBC Вячеслав Луговых. Участники сессии обсудили следующие темы: современные маркетинговые технологии продвижения территории на рынке MICE; инструменты комплексного информационного освещения привлекательности и MICE-потенциала регионов; IT-технологии для повышения эффективности деловых событий; слагаемые успеха делового мероприятия. Также говорили о необходимости усиления информационного освещения программ делового туризма, увеличении поддержки этого сектора туристической индустрии в регионах и помощи бизнесу в использовании господдержки. Максим Головин, директор по развитию компании «Интурист», в ходе презентации, посвященной онлайн-продуктам для business travel и MICE, сообщил, что доля всех мобильных продаж туристических услуг составляет примерно 8% от общего объема продаж



туристических услуг. «По предварительным прогнозам, к 2020 году этот показатель вырастет на 21%. Наибольшей популярностью пользуются услуги в сегментах «проживание» и «авиаперелеты».

По словам эксперта, онлайн-технологии приобретают все большую популярность, так как позволяют высвободить административный ресурс и оптимизировать ряд рабочих процессов, помогают соблюдению тревел-политики. Менеджеры могут работать с аудиторией без помощи агентов, уменьшается стоимость транзакции, налицо удобство в использовании.

На вопрос «Зачем нужны личные встречи с партнерами?» ответил член президиума и председатель комитета по маркетингу и исследованиям РСВЯ Андрей Жуковский. «Более 80% успеха встречи зависит от предварительной работы. По мнению 90% опрошенных нами руководителей большинство ключевых решений принимается именно по результатам личных встреч, — объяснил он. — Главная цель сервиса MatchMaking — сгенерировать эффективный, подготовленный заранее b2b networking в интересах участников мероприятия». В рамках сессии «Современные креативные технологии MICE-индустрии» Ирина Карнаухова, директор по развитию компании «Демлинк», рассказала об «эмпирическом маркетинге и экономике впечатлений», поделилась историей успеха своей компании. Основатель и генеральный директор EventPlatform Олег Крючков дал совет, как найти простые решения для сложных

задач при реализации проектов, поделился современным подходом к крупным MICE-проектам. Выступление Романа Михайлина, коммерческого директора компании Very Good Transfer, было посвящено значению транспортной составляющей для MICE.

Наконец, Иван Мищенко, управляющий партнер A5000 Event Solutions, заявил, что для удачной реализации MICE-проекта, прежде всего, нужно избавиться от беспорядка в базах, процессах, коммуникациях, определить клиентские группы, разработать алгоритмы и процессы, написать инструкции для всех участников и подготовить правильные аккредитационные материалы.

BE IN RUSSIA.

В РОССИИ — ЛУЧШЕ ВСЕГО

В рамках Дня MICE с успехом прошел workshop BE IN RUSSIA, на площадке которого совместно работали представители MICE-агентств и корпоративных заказчиков — более 150 сотрудников 70 компаний из разных регионов России.

Участники Всероссийского Дня MICE смогли не только показать свой высокий профессионализм, но также проявить свое творческое начало в рамках креативного мероприятия нового формата — MICE-баттл, организованного BE IN RUSSIA. Покорили сердца экспертного жюри и зрителей команды из Калининграда и Нижнего Новгорода, которые и увезли статуэтки и дипломы победителей. **ВТ**



Максим ГОЛОВИН,

директор по развитию компании «Интурист»

«Доля мобильных продаж туристических и business travel-услуг на сегодня составляет примерно 8% от общего объема продаж туруслуг. К 2020 году она вырастет на 21%».



Александр СИРЧЕНКО,

заместитель генерального директора по взаимодействию с органами власти и коммуникациям «TUI Россия»

«Важный инструмент развития MICE в России — участие бизнеса в проектах социальной ответственности — национальных фестивалях, конкурсах, премиях».

ОРГАНИЗАТОРЫ ВСЕРОССИЙСКОГО ДНЯ MICE:



ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА РФ



Турбизнес
МЕДИАХОЛДИНГ • с 1997 г.

ОФИЦИАЛЬНЫЕ ПАРТНЕРЫ ВСЕРОССИЙСКОГО ДНЯ MICE И ПРЕМИИ RBT&MA:



EGO TRANSLATING COMPANY



Japan. Meetings & Events
New ideas start here





RBT&MA — уже девять лет

Девятая церемония награждения победителей и лауреатов профессиональной премии Russian Business Travel & MICE Award с успехом прошла в Москве 10 октября.

15

номинаций

174

номинанта от Калининграда до Владивостока

>2 млн

интернет-голосов за номинантов

В этом году гостей торжественного события ждало немало нового. Впервые награждение прошло в рамках Всероссийского Дня MICE. Впервые церемонию принимала одна из лучших и престижных конгрессных площадок Москвы — Центр международной торговли.

За три месяца голосования за претендентов в 15 номинациях было подано более 2 млн интернет-голосов. География номинантов на награду широка, за обладание ею боролись компании со всей страны — от Калининграда до Владивостока и от Мурманска до Сочи.

Для подведения итогов был сформирован экспертный совет Russian Business Travel & MICE Award, объединивший экспертов рынка, ведущие российские и международные компании — крупных заказчиков услуг business travel и MICE.

Как и в предыдущие годы, была вручена награда «За выдающийся вклад в развитие конгресс-услуг в России». Здесь не было выдвижения кандидатов на голосование, победителя в этой номинации определил экспертный совет. В этом году награды удостоились компании «Академсервис», «Интурист» и олимпийский курорт «Роза Хутор».

Впервые во время церемонии был отмечен лучший российский регион для проведения MICE-мероприятий. Его выбирал экспертный совет в ходе яркого со-

здания MICE-баттл, прошедшего в рамках Дня MICE. За звание MICE-региона номер один в России боролись Татарстан, Калининград, Сочи, Москва и Нижний Новгород. Победителем стал Нижний Новгород, а зрительские симпатии были отданы Калининграду.

Открыть первое отделение профессионального праздника было доверено постоянному ведущему премии, руководителю холдинга «Випсервис», харизматичному Дмитрию Горину и дебютирующей в этой роли Людмиле Михайловой, представляющей одну из крупнейших в России и Восточной Европе переводческих компаний «Эго Транслейтинг» — партнера RBT&MA.

Во втором составе в роли соведущей Алексея Крылова, генерального директора UTS Group, бессменного героя и мастера экспромта церемоний RBT&MA, впервые выступила основатель и главный редактор журнала MICE&more Лина Москвина.

Гостями торжественной церемонии награждения стали более 400 представителей индустрии гостеприимства, специализированных компаний, работающих в сфере MICE и business travel, профильных ассоциаций, а также представители крупных российских и зарубежных корпоративных MICE-заказчиков.

Второй Всероссийский День MICE и юбилейная 10-я церемония вручения премии RBT&MA пройдут в Москве 10 октября 2019 года.

Подробный фоторепортаж и видеоролик церемонии RBT&MA-2018 — на www.mice-award.ru



Обладатели премии Russian Business Travel & MICE Award — 2018

ПОБЕДИТЕЛЬ	ЛАУРЕАТЫ	ПОБЕДИТЕЛЬ	ЛАУРЕАТЫ
ЛУЧШАЯ КОНГРЕССНАЯ ГОСТИНИЦА МОСКВЫ КАТЕГОРИИ 5*		ЛУЧШИЙ ОРГАНИЗАТОР ИНСЕНТИВ-ПРОГРАММ ЗА РУБЕЖОМ	
«Swissotel Красные Холмы Москва»	«Балчуг Кемпински Москва» Moscow Marriott Hotel Novy Arbat	Aerotone Business travel	FCM Travel Solutions / FCMice UTS MICE
ЛУЧШАЯ КОНГРЕССНАЯ ГОСТИНИЦА МОСКВЫ КАТЕГОРИИ 4*		ЛУЧШЕЕ BUSINESS TRAVEL АГЕНТСТВО	
«Президент-Отель»	Holiday Inn Moscow Sokolniki Отель «Бородино»	«Агентство АВИА ЦЕНТР»	KMP Group BSI GROUP
ЛУЧШАЯ КОНГРЕССНАЯ ГОСТИНИЦА С.-ПЕТЕРБУРГА		ЛУЧШАЯ АВИАКОМПАНИЯ ДЛЯ БИЗНЕС-ПУТЕШЕСТВЕННИКОВ	
Courtyard by Marriott St. Petersburg Pushkin	«Репино Cronwell Park Отель» Crowne Plaza St.Petersburg Airport	«Аэрофлот»	Korean Air «Эмирейтс»
ЛУЧШАЯ РЕГИОНАЛЬНАЯ КОНГРЕССНАЯ ГОСТИНИЦА		ЛУЧШИЙ РОССИЙСКИЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ ОФИС ПО ТУРИЗМУ ИЛИ КОНВЕНШН-БЮРО В СФЕРЕ ПРОДВИЖЕНИЯ MICE	
Отель «Имеретинский» (Сочи) (Кисловодск)	Marins Park Hotel Sochi AMAKS Отель Омск Green Resort Hotel & Spa Конгресс-отель «Форум» (Рязань) Гранд Отель «Ока» (Нижний Новгород)	Конгресс-бюро Башкортостана	Конгрессно-выставочное бюро Санкт-Петербурга Ярославское Конвеншн Бюро
ЛУЧШИЙ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ИЛИ ДЕЛОВОЙ ЦЕНТР РОССИИ		ЛУЧШИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ОФИС ПО ТУРИЗМУ ИЛИ КОНВЕНШН-БЮРО В СФЕРЕ ПРОДВИЖЕНИЯ MICE	
Конгрессно-выставочный центр «ЭКСПОФОРУМ» (С.-Петербург)	Конгресс-Холл (Республика Башкортостан) Конгресс-центр «ДонЭкспоцентр» (Ростов-на-Дону)	Министерство туризма Израиля	Швейцарское бюро деловых и инсентив-поездок (SCIB)
ЛУЧШИЙ ОРГАНИЗАТОР КОНФЕРЕНЦИЙ В РОССИИ		ЛУЧШИЙ ОНЛАЙН-ПРОДУКТ В СФЕРЕ MICE И ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА	
MICE Market	Elki-project GCS Business Group	DEMLINK	Raketa.Travel Click To MICE
ЛУЧШИЙ ОРГАНИЗАТОР КОНФЕРЕНЦИЙ ЗА РУБЕЖОМ		ЗА ВЫДАЮЩИЙСЯ ВКЛАД В ОРГАНИЗАЦИЮ MICE-МЕРОПРИЯТИЙ И ОБСЛУЖИВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ СПОРТИВНЫХ СОРЕВНОВАНИЙ НА ТЕРРИТОРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	
UNIFEST	«Агентство АВИА ЦЕНТР» PAC GROUP	Компания «Академсервис»	
ЛУЧШИЙ ОРГАНИЗАТОР ИНСЕНТИВ-ПРОГРАММ В РОССИИ		ЗА ВЫДАЮЩИЙСЯ ВКЛАД В РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В РОССИИ	
«Фордевинд»	«Академия Приключений» Spring Solutions	Компания «Интурист»	
		ЗА ВЫДАЮЩИЙСЯ ВКЛАД В РАЗВИТИЕ КОНГРЕСС-УСЛУГ В РОССИИ	
		Курорт «Роза Хутор»	



Победитель в номинации «Лучший организатор конференций за рубежом» — компания Unifest. С наградой — управляющий партнер компании Елена НЕМЦОВА. Награду вручает руководитель российского представительства JNTO Аири МОТОКУРА



Искрометные ведущие второй части церемонии — главный редактор MICE&more Лина МОСКВИНА и гендиректор UTS Group Алексей КРЫЛОВ



Ведущие RBT&MA после успешного проведения церемонии — Алексей КРЫЛОВ, Лина МОСКВИНА, Иван КАЛАШНИКОВ (основатель проекта RBT&MA), Людмила МИХАЙЛОВА, Дмитрий ГОРИН



Награда «За выдающийся вклад в развитие конгресс-услуг в России» у самого популярного российского горного курорта «Роза Хутор». В центре — Анна РЕНЕЙСКАЯ, начальник MICE-отдела курорта



Диплом Максиму ГОЛОВИНУ, директору по развитию компании «Интурист» — «Официальному партнеру Дня MICE» вручает Иван КАЛАШНИКОВ



Руководитель российского представительства Министерства туризма Израиля Ксения КОБЯКОВА с наградой «Лучшему национальному офису по туризму в сфере MICE»



Ведущие первой части церемонии, мастера импровизации — Людмила МИХАЙЛОВА («Эго Транслейтинг») и руководитель «Випсервис» Дмитрий ГОРИН



Победная команда компании DEMLINK с наградой за «Лучший онлайн-продукт в сфере MICE и делового туризма»



Вице-президент компании «Академсервис» Евгений ЛИПЕЦ: «Любое общественное признание — вещь приятная. Нужно постоянно поддерживать себя «на плаву»



Официальный партнер Дня MICE — гостиничная управляющая компания Cosmos Group. С дипломом директор по маркетингу Полина ЛЕБЕДЕВА



Лучший организатор конференций в России — MICE Market. Награда у гендиректора самарской компании Сергея РЫЖОВА



Заместитель руководителя Ростуризма Сергей Корнеев и Сергей КАРАЩЕВ, Courtyard by Marriott Pushkin — победитель в номинации «Лучшая конгрессная гостиница С.-Петербурга»



Гендиректор «TUI Россия» Тарас ДЕДУРА и Дмитрий ОСИПОВ, руководитель сочинской компании «Фордевинд», признанной лучшим организатором инсентив-программ в России

Снова учиться?!

«Интурист» запускает «Корпоративный университет для корпоративных клиентов». Задача проекта — обучение трэвел-координаторов и менеджеров корпоративных компаний совершенствованию практических навыков, новым направлениям в business travel и информационных технологиях, адаптация их к ключевым изменениям в туристическом бизнесе. Почему выбрана такая непривычная форма взаимодействия с корпоративными клиентами, рассказывает заместитель директора корпоративного департамента ООО «Туроператор Интурист» Татьяна ФРОЛОВА.



Как появилась идея создания «Корпоративного университета»?

В компании «Интурист» в настоящее время работают более 500 человек, многие из которых проходят переподготовку и повышение квалификации в профессиональной сфере. Поэтому мы и решили создать такую площадку, где можно передавать новые знания и навыки в области MICE и делового туризма, проводить практические семинары, куда можно приглашать экспертов из сферы гостеприимства. Мы уверены, что появление «Корпоративного университета» будет положительно оценено нашими постоянными клиентами.

Зачем «Интуристу» новый проект? Это веяние времени?

Мы возрождаем традиции. «Интурист» — старейший туроператор России, известен с 1929 г. Его история непрерывно связана с развитием положения нашей страны на международной арене. Сотрудники компании занимались приемом всех иностранных групп и делегаций, которые приезжали еще в СССР, обслуживая мероприятия самого высокого уровня. «Интурист» располагал как объектами размещения, гостиницами, автобусами по всему миру, так и своим учебным заведением, в котором обучались сотрудники компании. Всё это давало возможность качественно осуществлять услуги по стандартам того времени.

«Корпоративный университет» продолжает историю развития компании, создавая для нее долгосрочные конкурентные преимущества. Он реализуется вместе с другими образовательными проектами, которые направлены на формирование цивилизованного рынка трэвел-услуг в России.

Кто может поступить в «Корпоративный университет» и каков учебный план?

В проекте принимают участие только корпоративные клиенты, с которыми заключен договор и с которыми мы работаем более одного года. Один сотрудник от компании обучается бесплатно. Мы сделали предло-

жение своим клиентам, они определяют, кого направить. Первые 20 человек будут зачислены на обучение по программе, остальным предложим место на следующий учебный год. Первые занятия начинаются в IV квартале 2018 г., они будут проводиться в нашем центральном офисе.

Программное наполнение университета похоже на программу дополнительного образования с профильным туристическим направлением и состоит из нескольких частей. В общем модуле подобраны основные тенденции развития рынка, его перспективы, проблемы, с которыми сталкиваются трэвел-менеджеры и менеджеры, бронирующие услуги. Разработаны также модули, посвященные операционным и коммерческим, финансовым и бухгалтерским вопросам, работе с поставщиками и подрядчиками и пр. В конце обучения запланирована практическая работа, где корпоративные клиенты будут выступать как эксперты и делиться своими заключениями по выбранным ими проблемам.

Кто будет проводить занятия, в каком формате, на чем будет сделан акцент?

Занятия будут проводить приглашенные эксперты, топ-менеджеры туристических компаний, руководители отделов гостиниц, штатные сотрудники компании «Интурист» и другие специалисты.

В первую очередь в ходе обучения будут развиваться профессиональные и управленческие компетенции, уделяться много внимания вопросам корпоративной культуры, информационным технологиям, риск-менеджменту, управлению проектами и процессами. Большая часть программы разработана в собственном учебно-методическом центре «Интуриста», отдельные блоки создаются совместно с экспертами отрасли.

Планируется использовать такие современные методы проведения занятий, как интерактивные лекции, тренинги, работа в малых группах и дискуссии. Будет проводиться разбор кейсов на основе опыта «Интуриста» и ведущих мировых туристических компаний. **ВТ**



ДЕЛОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ
И КОРПОРАТИВНЫЙ ОТДЫХ



- Квесты на горнолыжных курортах
- Тест-драйвы горнолыжных склонов
- Программы на снегоходах и снегоступах
- Мероприятия на санно-бобслейной трассе
- Тимбилдинги на горном биатлонном стадионе
- Активности на олимпийском трамплинном комплексе
- Экскурсионные программы в Кавказском заповеднике

+7 (862) 296-05-10
+7 (862) 555-10-25

info@forwind.ru
www.forwind.ru



Раз MAXIMICE, два MAXIMICE

Агентство вновь заняло призовые места в профессиональном конкурсе «Золотой пазл», оценивающем творческие достижения участников российского ивент-рынка.

На этот раз первое место в номинации «Лучшее внутрикорпоративное мотивационное мероприятие» получил проект «Power On. One Step Ahead» — выездной тимбилдинг для 500 человек в Хорватии. Его целью было донесение до аудитории новых мотивационных установок и создание восприятия единой команды. Проект состоял из четырех блоков: POWER ON! (конференция и деловые сессии), TEAM POWER (тимбилдинг), BRAND POWER (корпоративный КВН) и DREAM POWER — WIN POWER (гала-ужин с развлекательной программой).

MAXIMICE организовало всю логистику, визовую поддержку и бронирования для участников из 10 стран (России, Белоруссии, Грузии, Армении, Азербайджана, Казахстана, Туркменистана, Таджикистана, Киргизстана и Монголии). То есть работа велась с учетом особенностей платежных систем и договорных отношений, принятых в этих странах.

Было разработано мобильное приложение, с помощью которого участники тимбилдинга могли узнавать детали программы, получать пуш-уведомления, пользоваться обратной связью.

Кроме того, компания заняла второе место в номинации «Ивент мечты» с кейсом «Trend & Beauty College». Эта номинация — для тех мероприятий, которые по разным причинам пока не были реализованы.

UTS Group ускоряет бизнес-процессы

Компания перешла на новую платформу обмена данными, запустив HBConnect 2.0.

Платформа HBConnect — уникальный инновационный инструмент на рынке business travel России, в том числе благодаря скорости работы с первичными данными. Этот фактор позволяет сформировать лучшие предложения потенциальным клиентам еще до того, как платформы-конкуренты закончили обработку запроса.

Нововведения касаются процессов обработки и проведения каждой заявки, моментальной актуализации данных о ценах и доступности через множество channel manager. В HBConnect работает опытная команда аналитиков, которые раскладывают любые бизнес-процессы «на атомы». В итоге клиент видит возможность сделать бронь в отеле с совершенно новыми показателями скорости, качества и сервиса.

Платформа HBConnect трансформируется не только в инструмент продаж отельных предложений, она может охватить весь спектр задач отельного бизнеса. Во-первых, при обработке большого массива данных формируется понимание потребностей клиентов, что позитивно сказывается на качестве предоставляемых услуг. Во-вторых, платформа позволяет реализовать кросс-сейл с зарубежными партнерами, а это огромные перспективы.



«Демлинк» начал учебный год

Компания вновь провела информационно-обучающие семинары для трэвел-координаторов и административного персонала.

Серия мероприятий стартовала в конце августа обучающим семинаром по работе с online booking tool — системой My.Demlink. Напомним, что в октябре My.Demlink была отмечена премией Russian Business Travel & MICE Award — 2018 как лучший онлайн-продукт в сфере MICE и делового туризма. За последнее время в системе было сделано много обновлений и доработок под нужды клиентов: например, интеграция с ADFS MICROSOFT, внедрение механизма SSO, интеграция Branded Fares авиакомпаний, усовершенствование механизма соблюдения Travel Policy клиента, механизм автоматического отслеживания дублированных услуг, интеграция с новыми поставщиками услуг (Bronevik, Ostrovok, A&A), интеграция собственных договорных отелей Demlink, доступ к уникальному аналитическому отчету Demlink в режиме 24/7/365.

В октябре состоялось три крупных семинара: «Авиабилеты», «Освещение новелл миграционного законодательства» и «Наземные услуги в РФ и за рубежом». В них приняли участие более 200 представителей корпоративных клиентов.



Генеральный директор «Демлинк» Олег ШАБУЦКИЙ с наградой Russian Business Travel & MICE Award-2018

MICE Market зовет на заводы

Промышленный туризм — новый вектор MICE.

К такому выводу пришли эксперты второго Всероссийского форума по промышленному туризму, прошедшего в октябре в Самаре.

На экспертной сессии представители туроператорских компаний отметили, что при организации корпоративных туров все чаще запрашивается посещение предприятий.

Сергей Рыжов, управляющий компании MICE Market, в своем выступлении на форуме поделился с участниками и коллегами опытом Самарской области: «Направление промышленных экскурсий мы развиваем уже несколько лет. Очень часто при оформлении MICE-заказов включаем в программу посещение Жигулевского пивоваренного завода, АвтоВАЗа, кондитерских комбинатов и других предприятий. В этом году появились запросы на технологические предприятия с целью обмена опытом. Спросом пользуются технопарки и особые экономические зоны, где расположены производства международных компаний».

По мнению эксперта, тематические экскурсии на предприятия с дальнейшей отработкой материала с бизнес-тренером имеют практическую цен-



ность. «Мы как DMC-оператор формируем сбалансированную программу с включением в нее достопримечательностей региона. Как правило, такие программы рассчитаны на три-четыре дня», — заключил эксперт.

Предполагается, что по итогам форума будет создана карта промышленных предприятий, по которым могут быть проведены экскурсии для корпоративного заказчика. Таким образом, у MICE-рынка появится новый продукт в регионах страны.



Raketa.travel штурмует ближнее зарубежье

Осенью Raketa.travel «запустилась» в Азербайджане, Беларуси, Украине и, что особенно символично, на родине Байконура — в Казахстане.

По словам руководителя проекта Анатолия Курюмова, скоро Raketa.travel станет доступна еще в нескольких странах. Напомним, что проект недавно обрел самостоятельность, перейдя в статус нейтральной платформы.

Как считает Анатолий Курюмов, «от появления Raketa.travel на рынке выигрывают все его участники. Организации, которые работают в названных странах или сотрудничают с местными предприятиями, смогут существенно экономить на поездках и повысить уровень комфорта как путешественников, так и тех, кто отвечает за организацию командировок. Свои бонусы получают также travel-агентства и поставщики услуг».

Основная задача компании Raketa.travel — продвижение в России и за рубежом своей уникальной платформы для организации деловых путешествий и мероприятий. Недавно в Raketa.travel появились новые функции и возможности — например, стал доступен ряд уникальных поставщиков.

«TUI Россия» развивает MICE в РФ

Туроператор представил MICE-дирекцию корпоративного туризма TUI Corporate.

На конференции «Индустрия MICE в России: перспективы в регионах», прошедшей в рамках Всероссийского Дня MICE, заместитель генерального директора «TUI Россия» Александр Сирченко поделился опытом компании по развитию делового туризма на территории Российской Федерации.

Важным условием успешной работы в российских регионах спикер назвал активное взаимодействие с органами власти и администрациями регионов. За весь период работы туроператора на внутрироссийском направлении с 2016 по 2018 год было подписано 30 соглашений о взаимодействии в сфере развития туризма с субъектами РФ и некоммерческими компаниями.

Хороший эффект дает совместная реализация мероприятий, направленных на развитие туризма, например бизнес-поездки с участием представителей туротрасли и СМИ. На условиях софинансирования туроператором проведены пять программ: с Республикой Северная Осетия-Алания, Республикой Карелия, Камчатским краем, Сахалинской и Ростовской областями.

Еще один инструмент развития MICE в России — участие турбизнеса в проектах корпоративно-социальной ответственности, таких как все-российские национальные премии, поддержка фестивалей и конкурсов в области туризма.

Также в своем выступлении Александр Сирченко познакомил участников конференции с MICE-проектами TUI Corporate, реализован-



ными в Казани, Сочи, Калининграде и Алтайском крае. Одним из крупнейших проектов в 2018 году стала работа по организации приема гостей на чемпионате мира по футболу.



Екатерина и Илья Корсунские: расти можно и в кризисных условиях

Руководители Aerotone Business Travel генеральный директор Екатерина КОРСУНСКАЯ и исполнительный директор Илья КОРСУНСКИЙ рассказывают о том, как их команда закалилась в преодолении кризиса отрасли и с какими мыслями следует в завтрашний день.

Последнее наше интервью состоялось в 2016 году. Тогда заканчивался двухлетний кризис отрасли, вызванный известными причинами. Какие уроки были извлечены вашей компанией из этого периода?

И.К. Поскольку за время кризиса, о котором вы говорите, нам не только удалось устоять на ногах, но и практически удвоить клиентский портфель при несущественном снижении рентабельности, мне кажется, что уроки мы извлекли правильные. Прежде всего, это четкое фокусирование на своем клиентском сегменте. Вторых, — что очень важно в кризисных условиях —

грамотное управление ликвидностью. Мы всегда жили по средствам, не демпинговали и не ввязывались в авантюрные проекты с длительными отсрочками платежей.

Подобные рекомендации мы готовы дать всем нашим партнерам и коллегам. Полагаю, они актуальны и на ближайшую перспективу. Нужно будет аккуратно выбирать контрагентов, с которыми ты работаешь, не соблазняться проектами с мнимой высокой рентабельностью, как и теми, которые не имеют четких критериев оплаты. Соблюдать режим общей экономии ресурсов.

Известно, что сейчас MICE-компании работают в условиях минимизации бюджетов корпоративных клиентов. Какие инструменты для завоевания клиентов на свою сторону вы применяете?

Е.К. Ивент- и MICE-агентства работают в строгих бюджетных рамках, и поэтому особенно важно учитывать все пожелания заказчика. Но при этом обеспечивать оптимизацию расходов так, чтобы это не ударило по качеству проведенного мероприятия и его эффекту. Следующие составляющие — концепция и креатив. Нам платят не за обеспечение инфраструктуры или логистики события, а за идею и ее воплощение. И мы отмечаем новый рост потребности клиентов в MICE-мероприятиях.

И.К. Относительно инструментов. Мы предлагаем своим партнерам не только спроектировать, но и затем совместно оценить реальную эффективность мероприятия, соотнеся инвестиции в него с полученной отдачей. В последнее время в практику входит подготовка итоговой аналитической презентации, в которой показаны материальные или мотивационные, если говорить о сотрудниках, приобретения заказчика по итогам состоявшегося мероприятия. Составление подобного отчета — достаточно трудоемкий процесс, поскольку на первом этапе он включает изучение бизнес-процессов клиента, ключевых показателей эффективности и так далее, а на заключительном — сбор итоговой информации, например, адекватное анкетирование участников. Повторю — такая работа делается вместе с клиентом. Результаты сотрудничества, если они убедительны, а других примеров у нас не было, укрепляют наше партнерство, и если говорить шире — клиентскую сеть.

Теперь о самом продукте. «Деловые поездки без клише» — первое, что мы видим на сайте компании. Как вы добиваетесь оригинальности в строгом формате бизнес-трэвела?

И.К. Прямо скажем: на фоне требований современного заказчика — от предоставления ему выгрузки документов в определенном формате до имплементации трэвел-политики в целом — индивидуальный подход к клиенту требует весьма высокой квалификации сотрудников и больших трудозатрат. Так что рамочный ответ на ваш вопрос лежит в области кадровой политики. Постоянное обучение сотрудников обеспечивает тот потенциал их знаний и умений, которыми они делятся с клиентами. На сто процентов уйти от формальных процедур, например, юридических, мы не можем, но проявить максимальную гибкость в каждом отдельном случае считаем необходимым.

Ваша компания обещает своим клиентам экономию 100% времени на организацию деловых туров и до 30% средств на поездки. Сообщите подробно-сти этой замечательной бухгалтерии.

И.К. Несмотря на общее желание снижать расходы, многие корпоративные клиенты до сих пор не выработали собственной трэвел-политики. Подготовка к поездке или мероприятию начинается критически поздно, сотрудникам позволяют бронировать тур на удобных им ресурсах и так далее. Бухгалтерия тратит непомерно много времени на учет расходов каждого командированного, ведя взаиморасчеты с десятками поставщиков. Так что экономия 20–30% трэвел-бюджета силами специалистов — вполне достижимая задача. Что касается временного фактора, то онлайн-платформа, которую мы предлагаем своим клиентам, сводит к минимуму усилия, необходимые для оформления билетов и других услуг. Всё происходит практически молниеносно.

Расскажите о MICE-проектах последнего времени, которые стали воплощением лучших профессиональных идей компании.

Е.К. Продемонстрировать максимальную креативность при соблюдении бюджета — такой ориентир мы видим перед собой в каждом заказе, будь то внутрикорпоративное мероприятие клиента или партнерский форум. Подобную возможность дает, в частности, один из самых передовых форматов — иммерсивное шоу.

В реальности это означает, что сотрудники заказчика становятся участниками театральной постановки. Вместе с актерами они принимают участие в игре, в которой можно стать героем какой-то захватывающей истории, взаимодействуя с другими персонажами-коллегами и пытаясь кого-то обыграть или победить. При хорошем сценарии эмоциональный градус «пьесы», разыгрываемой в пространстве какого-нибудь лофта, настолько высок, что чины и звания полностью забываются — возникает новое единство коллектива. При этом всё действие может закончиться одним из десятка финалов — в зависимости от поставленной задачи. И каждый праздник становится неповторимым.

Наиболее продвинутые заказчики проявляют к подобным шоу стойкий и растущий интерес. Приоткрою секрет: сейчас уже пишется сценарий иммерсивного новогоднего бала-маскарада. Все непременно будут в масках!

Elki-project состоялся: его команда, как можно видеть, способна устроить всё — от дня рождения

ДОСЬЕ

Компания Aerotone Business Travel была основана в 2009 году командой профессионалов в сфере оказания профильных услуг. По версии Russian Business Travel & MICE Award в последние шесть лет этот коллектив собрал целое созвездие отраслевых трофеев. «Самое динамичное business travel агентство» (2013), «Лучший организатор инсентив-программ в России» (2016,) и четырежды «Лучший организатор инсентив-программ за рубежом», с 2014 по 2018 год — так выглядит маршрут достижений компании.



Екатерина КОРСУНСКАЯ

Максимальная креативность при соблюдении бюджета — так мы работаем по каждому заказу. Подобную возможность дает один из самых передовых форматов — иммерсивное шоу, когда сотрудники заказчика становятся участниками театральной постановки.



Илья КОРСУНСКИЙ

За последние два кризисных года нам не только удалось устоять на ногах, но и практически удвоить клиентский портфель. Наши бизнес-принципы — четкое фокусирование на своем клиентском сегменте и грамотное управление ликвидностью.

или юбилея компании до VIP-выезда на Байкал и русско-французской свадьбы. Сегмент праздников дает хороший доход?

Е.К. Любой правильно управляемый бизнес должен давать доход. Бренд Elki-project за последний год действительно стал узнаваемым: бывает, что входящие звонки адресуются ему, а не компании Aerotone Business Travel. Нас это радует, мы как раз и хотели вывести это подразделение в отдельную единицу бизнеса.

Также приятно отметить, что Elki-project в этом году был оценен на премии Mice Award в номинации «Лучший организатор конференций в России».

Но рамки Elki-project'a шире, чем то, что упомянуто в вопросе. Можно сказать так: под его «зонтиком» находится всё, что выходит за пределы непосредственно делового туризма. В этой зоне происходит запуск новой для клиента продукции, организуются презентации, выставки, форумы и конференции, проводятся тренинги и бизнес-игры, разрабатываются мотивационные программы для сотрудников компании-клиента. Если серьезному мероприятию удастся придать праздничный и даже развлекательный характер, это идет только на пользу дела.

Еще о новом: не так давно вы стали принимающим оператором по Китаю. Как развивается проект Katusha?

И.К. Туристы из Китая прибывают в Россию нарастающим потоком. С другой стороны, наши корпоративные клиенты заинтересовались поиском партнеров в этой стране. На пересечении данных факторов и возникла «Катюша». Мы открыли в Пекине офис с двоякой функцией: обслуживать туристов, едущих в Россию, и обеспечивать запросы российского делового сообщества на контакты и развитие бизнеса.

У нас очень хорошие партнеры на китайской стороне. С помощью профессиональных консультантов деловые люди из России могут в считанные дни посетить нужные предприятия или учреждения и составить для себя дорожную карту перспективного сотрудничества. В наши дни такая услуга очень ценится.

О новейших способах коммуникации. Фейсбук, Инстаграм и прочие площадки социальных сетей — как применяются их безграничные, как принято считать, возможности для развития вашего бизнеса?

Е.К. Инстаграм и Фейсбук — действительно незаменимые платформы. Организация мероприятий и праздников занимает у подписчиков в социальных сетях лидирующие позиции. Одежда, праздники,

кондитерские товары, косметика — такую иерархию запросов показал один из недавних анализов. Есть реальная отдача от продвижения в соцсетях продукта Elki Project Kids — детских праздников. В сегменте бизнес-трэвел разумнее вести страницу, укрепляющую имидж компании.

Люди — главный капитал компании, как вы отметили в прошлый раз. Что меняется на кадровом рынке MICE-индустрии?

И.К. Может быть, кто-то будет этим удивлен, но в нашей области, несмотря на развитие технологий, люди продолжают оставаться главным активом. Желющих занять вакансии в отделе MICE множество — специалистами здесь представляют себя и те, кто работал в отрасли, и фрилансеры. Однако, по правде говоря, на подбор действительно профессионала уходят недели и месяцы кропотливого труда. Однако эта работа того стоит. Мы ценим всю нашу команду без исключения, ведь именно благодаря ей, все наши проекты являются успешными. Сотрудников компании, которые работают у нас много лет, компания мотивирует. Мы дарим им поощрительные поездки. И текучка в результате у нас невелика.

Заглянем в недалекое будущее. Какие тренды станут определять развитие рынка MICE и business travel в обозримом будущем?

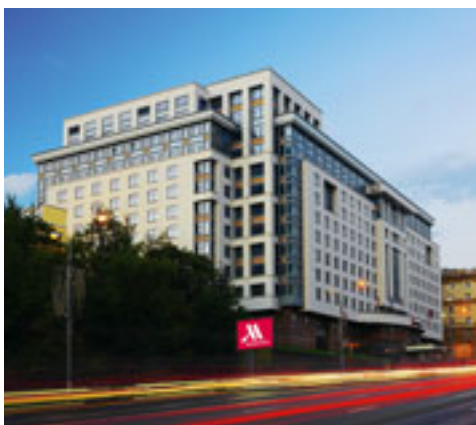
И.К. Очевидно, что уровень конкуренции будет расти, как и требования к качеству и эффективности оказываемых услуг. Учитывая низкую маржинальность и постоплатную специфику рынка делового туризма, можно ожидать новой волны слияний и поглощений, связанной, как бы это помягче сказать, с не совсем правильным управлением ликвидностью со стороны ряда компаний. Ключевым фактором успеха, на мой взгляд, в любом случае будет стратегия неразмывания активов компании, концентрация на целевом клиентском сегменте.

На рынке MICE наиболее востребованными окажутся направления, жизненно важные для компании в рамках ограниченных бюджетов. Компании будут больше концентрироваться на мероприятиях, приносящих прямой доход. Это прежде всего конференции и цикловые мероприятия, семинары, устраиваемые клиентами для продвижения своих продуктов и развития бизнеса в целом. Для них это по сути прямая инвестиция. Бюджеты развлекательных мероприятий, по моему мнению, с учетом общей экономической ситуации будут снижаться. **ВТ**

Беседовал Геннадий Габриэлян

Вперед, в столицу, в Marriott!

Мероприятия в знаковых местах Москвы помогут с успехом провести профессионалы компании Marriott. Хотите почувствовать скорости большого города — выбирайте Moscow Marriott Hotel Novy Arbat. Считаете, что в тихом центре легче расслышать дыхание столицы? Пожалуйста — Courtyard by Marriott Moscow City Centre. Масштаб может быть различным, качество — неизменно высокое.



MOSCOW MARRIOTT HOTEL NOVY ARBAT

Это самый новый отель звездной семьи Marriott в Москве. Он расположен в центре столицы на берегу Москвы-реки, всего в нескольких минутах от знаменитого Старого Арбата, основных выставочных и бизнес-центров — идеально для деловых путешествий и проведения мероприятий.

К услугам гостей просторный лобби-бар GostinaYa, представительская гостиная (Executive lounge), ресторан New York Steakhouse, фитнес-зал, вместительная парковка. Отель предлагает пять категорий номеров, в том числе роскошный президентский люкс. Во всех номерах есть рабочая зона, доступ к высокоскоростному Wi-Fi, мини-бар, плазменный телевизор, система климат-контроля. Кроме того, Moscow Marriott Hotel Novy Arbat располагает четырьмя конференц-залами и выставочным пространством, общая площадь которых составляет 700 кв. м. В отеле работает команда профессионалов в области организации мероприятий, есть все необходимое оборудование. Moscow Marriott Hotel Novy Arbat — не только отель премиум-класса, но и интереснейший объект для рынка MICE-услуг, который благодаря своей многофункциональности может принимать мероприятия любого масштаба, даже мирового. Все знают, насколько успешным было проведение чемпионата мира по футболу в России. Moscow Marriott Hotel Novy Arbat непосредст-

венно участвовал в событии как одна из площадок мундиаля. Весь отель был трансформирован под совместный высокотехнологичный проект с VISA — особая программа гостеприимства для клиентов платежной системы знакомила их в рамках проживания в Marriott с русской культурой.

Новаторские идеи реализуются и в организации светских мероприятий. Так, в октябре Moscow Marriott Hotel Novy Arbat разместил у себя выставку работ художницы Тины Райхель, и VIP-арт-коктейль по случаю открытия проходил в лобби отеля. Гости вечера могли оценить не только картины, но и особенно теплый прием в уютной и стильной атмосфере.

Также отель принял участие в Московской неделе дизайна (Moscow Design Week), установив несколько арт-объектов в своем лобби.

Moscow Marriott Hotel Novy Arbat — это отель, где сочетаются гостеприимство компании Marriott, проверенное десятилетиями, и креативные идеи для незабываемого отдыха и самого успешного бизнеса.

COURTYARD BY MARRIOTT MOSCOW CITY CENTRE

Отель расположен в самом сердце столицы, в тихом квартале между улицами Тверская и Большая Никитская, что позволяет гостям одновременно быть в центре событий и отдыхать с комфортом. В пешей доступности от Courtyard by Marriott Moscow City Centre — Кремль, Красная площадь, Большой театр, станции метрополитена и популярные магазины. Отель отлично подходит для проведения встреч, свадеб и семейных торжеств. Гостям предложены номера и люксы с удобствами премиум-класса и безупречным обслуживанием. В числе прочих удобств — телевизоры с плоским экраном, Wi-Fi, круглосуточное обслуживание номеров, халаты, тапочки и мини-бар в каждом номере. Courtyard by Marriott Moscow City Centre рас-

полагает пятью конференц-залами общей площадью 549 кв. м, а также атриумом площадью 294 кв. м с дневным освещением. Атриум особенно примечателен своим современным дизайном и возможностью дневного освещения благодаря стеклянному потолку на уровне шестого этажа. Гостям предложен широкий выбор блюд и напитков для кофе-брейков, банкетов и фуршетов. В отеле есть оборудование, необходимое для проведения разнообразных мероприятий, а в просторном лобби можно разместить даже автомобиль.

Преимущество Courtyard by Marriott Moscow City Centre на рынке MICE-индустрии — предоставление качественных услуг по умеренным ценам и принадлежность к глобальному бренду, что обеспечивает высококлассный сервис по международным стандартам. **ВТ**



Работа и праздники в «Имеретинском»

«Имеретинский» — крупнейший гостиничный комплекс в Сочи, располагающий всем необходимым для проведения мероприятий на самом высоком уровне. Организаторы-профессионалы помогут любое событие сделать креативным и безупречным.

СРЕДИЗЕМНОМОРСКАЯ ФИЛОСОФИЯ

Комплекс раскинулся на берегу Черного моря. Он объединяет в себе отель 4* (196 номеров, в том числе 38 номеров клубного этажа) и апартаменты (2700 апартаментов), состоящий из четырех кварталов — «Прибрежного», «Морского», «Паркового» и «Заповедного». Из окон открываются виды на море или горные вершины. Каждый гость может пользоваться фитнес-центром, спа-салонами, крытым и открытым бассейнами. Олимпийский парк — в шаговой доступности. Международный аэропорт Сочи находится в 10 минутах езды.

«Имеретинский» — круглогодичный курорт. Зимой возможны десятки эмоциональных развлечений. Можно ездить в Красную Поляну — смотреть на шапки гор с канаток и обзорных площадок, трансфер и продажа ски-пассов организованы. Рядом с комплексом находится многокилометровая набережная, по ней приятно ездить на велосипеде или разнокалиберном электротранспорте.

Большое удовольствие даже для искушенных гостей — утром кататься на лыжах или сноуборде с заснеженной горы, с высоты более 2000 м, а вечером прогуливаться по парку среди пальм и вечнозеленых деревьев. Именно зимой, в сезон цитрусовых, спокойствие и безмятежность прибрежной жизни позволяют разгадать особую притягательность «Имеретинского».

КОНФЕРЕНЦ-ВОЗМОЖНОСТИ

«Имеретинский» располагает удобными и оборудованными современной техникой залами. Большой номерной фонд способствует компактному размещению участников. В ресторанах работают одни из лучших поваров и кондитеров, а у менеджеров всегда найдутся яркие идеи и специальные предложения.

Пять залов различной конфигурации площадью от 50 до 600 кв. м позволяют провести как заседание руководителей, так и более масштабный форум или банкет.

Конференц-холл «Флагман» рассчитан на проведение крупных деловых мероприятий, пресс-конференций, свадеб, праздничных ужинов. Его вместимость — до 600 персон. Особое отличие площадки — возможность трансформации в четыре аудитории, на 100 участников каждая. Зал для совещаний «Фрегат» со строгим интерьером, панорамными окнами и видом на Черноморское побережье обеспечит успех деловой встречи формата «круглый стол» на 12 человек. Залы «Бриг», «Линкор» и «Галеон» предназначены для небольших собраний — до 40 приглашенных. Три независимых зала могут быть объединены в одно конференц-пространство вместимостью до 120 участников.

«РАССКАЖИ, СНЕГУРОЧКА, ГДЕ БЫЛА»

В «Имеретинский» приезжают из многих стран мира, и интернациональная волна задала тему



серии новогодних вечеринок. Шесть разных праздников пройдет здесь 31 декабря.

«Безвизовый режим в Европу» откроется в главном банкетном зале. За настроение во «Флагмане» будут отвечать кордебалет с канканом, барабанщики и театр KaRiBas со светодиодным шоу. В ресторане «Босфор» Новый год встретят в азиатском стиле: приглушенный свет, спокойная музыка, вечеринка-медитация с выступлением гейш после боя курантов и нетривиальными конкурсами. В ресторане «Библиотека» на панорамной террасе вспыхнут «Огни Австралии» — закрытый раут из разряда #всёчтобыловывавстралииостанетсяывавстралии, которыми славится далекий континент.

Экзотическая вечеринка в лучших традициях бразильского карнавала развернется в кафе «Капри». Жарко будет и в кафе «Крит», которое превратится в африканскую деревню. Ее новым «жителям» покажут зажигательное танцевальное афрошоу, научат под ритмы тамтама вызывать духов счастья. Наконец, в американской бургерной можно будет вернуться в студенческие времена, чтобы, «пока родители на даче», повеселиться под Майкла Джексона и всласть попеть в караоке-зоне. **ВТ**

Гостиничный комплекс «Имеретинский»
Сочи, Имеретинская низменность, Морской бульвар, 1
www.im-hotel.ru
Организация мероприятий: +7 862 270 11,
sales@im-hotel.ru

ФЕЕРИЧНОЕ НОВОГОДНЕЕ ШОУ

ОТ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА
«ИМЕРЕТИНСКИЙ»

Новый год



Выбери свой континент!

до 30%СКИДКА ПРИ РАННЕМ БРОНИРОВАНИИ БАНКЕТОВ
IM-HOTEL.RU | 8 800 707 77 22



Больше функций, хороших и разных!

В Москве — крупнейшем мегаполисе, центре деловой, промышленной и общественной жизни России — сконцентрировано множество площадок для проведения мероприятий различного формата. Но постоянно появляются новые — ультрасовременные, с большим диапазоном услуг, а зачастую и с готовой концепцией. Конференц-зал перестал быть просто помещением для заседаний, совещаний и презентаций, от него теперь ждут многофункциональности. И, как показывают новинки, получают ее.

Татьяна Белоножкина

САМАЯ МУЗЫКАЛЬНАЯ ИЗ НОВЫХ ПЛОЩАДОК

Московский концертный зал «Зарядье» — это современный мультифункциональный концертный комплекс, по своим техническим и акустическим параметрам не имеющий аналогов в России. Его открытие стало одним из главных мероприятий празднования Дня города Москвы. На сцене Большого зала 8 сентября выступили звезды мировой оперы и Симфонический оркестр Мариинского театра под управлением Валерия Гергиева, а 9 сентября на гала-концерте в «Зарядье» с оперными исполнителями выступил Российский национальный оркестр.

Однако самым первым мероприятием, которое принял зал «Зарядье», и первой проверкой, которую он прошел с успехом, был Moscow Urban Forum. На его открытии в июне этого года президент России Владимир Путин назвал «Зарядье» одним из лучших залов Европы. В отличие от академических площадок, пространство МКЗ «Зарядье» можно преобразовать, что позволяет проводить как концерты классической музыки, так и востребованные мультижанровые проекты. Здесь установлена новейшая запатентованная разработка компании Serapid — механизмы трансформации, позволяющие убирать зритель-

ские ряды. Кресла опускаются вниз по С-образной траектории, и всего за 40 минут партер превращается в ровный сценический пол. При необходимости кроме рядов зрительного зала, меняется форма и высота сцены и оркестровой ямы.

Большой зал «Зарядье» вмещает 1600 зрителей и имеет сложную форму, близкую к прямоугольной. Его площадь составляет 2020 кв. м, из них трансформируется приблизительно 1500 кв. м. В зале нет «неудобных» мест: сцена одинаково хорошо видна и с балкона, и из угла амфитеатра. Малый зал площадью 302 кв. м рассчитан на 400 мест. Он предназначен для камерных концертов, образовательных программ, лекций, спектаклей и экспериментальных проектов.

Генеральный директор МКЗ «Зарядье» Ольга Жукова рассказывает, что архитекторы и инженеры работали в тесном контакте с акустиками. По проекту японской компании Nagata Acoustics, занимавшейся разработкой звуковых систем целого ряда всемирно известных концертных залов, стены, пол и потолок Большого и Малого залов были отделаны акустическими панелями, в которых использованы массивы разных пород дерева — от аляскинского кедра до красного дерева махагони. Вес каждой из них — от 150 до 600 кг.

Директор Nagata Acoustics Ясукиса Тойота считает, что для формирования идеального звука одинаково важны материалы и форма помещения. В Большом зале «Зарядье» зрители не сидят перед сценой, а окружают ее. «Так возникает особая атмосфера, более близкий контакт между сценой и публикой», — поясняет эксперт.

В расчете на проведение концертных и развлекательных мероприятий в МКЗ «Зарядье» применены самые современные световые и звуковые технологии. Но главным требованием к акустике было четкое воспроизведение речи и объемное равномерное звучание по всему залу. Была установлена и система синхронного перевода, позволяющая одновременно передавать по нескольким каналам речевые сообщения на различных языках или различным пользователям звуковой системы.

САМЫЕ ДЕЛОВЫЕ ИЗ НОВЫХ ГОСТИНИЦ

Отель Radisson Blu Olympiysky 4*, открытый в ноябре 2018 года, обещает стать одним из самых популярных московских мест проведения конференций. Строительство 34-этажного здания с пятью подземными уровнями на пересечении Олимпийского проспекта и Самарской улицы велось с 2007 года. Общая площадь офисно-гостиничного комплекса составляет более 76 тыс. кв. м, офисы занимают примерно 25 тыс. кв. м. В отеле 381 номер.

В Radisson Blu разработана концепция «Эволюция мероприятий». Здесь уверены, что для успешного проведения мероприятия необходимы тщательная организация, высокий уровень технической оснащенности, комфортные условия и качественный сервис.

Многофункциональный конференц-зал отеля Radisson Blu Olympiysky площадью 420 кв. м может быть разделен на два отдельных помещения, где удобно проводить как деловые встречи, так и гала-ужины или презентации. Шесть переговорных комнат с дневным светом, различные по площади и вместимости, подойдут для бизнес-мероприятий разных форматов.

В каждом зале установлено современное мультимедийное оборудование, работает индивидуальная система кондиционирования, есть доступ к высокоскоростному Wi-Fi. Для удобства гостей устроена подземная охраняемая парковка на 60 мест.

Brain Vox, инновационная переговорная комната с необычным сочетанием цветов и комфортной многофункциональной мебелью, поможет максимально полно раскрыть творческий потенциал участников встречи.

Приложение Radisson Blu One Touch App дает возможность участникам конференции загружать сведения о мероприятии на его страницы. Имея индивидуальный код доступа, а также смартфон или планшет, можно поделиться с другими пользователями приложения расписанием, списком делегатов, презентациями и другой полезной информацией.

РАЗУМНЫЙ МИНИМАЛИЗМ С МАКСИМАЛЬНЫМИ ТРЕБОВАНИЯМИ

Разнообразие функций диктуется правилами современного рынка, существующего в условиях довольно жесткой конкуренции. Но сама концепция оснащения зала остается прежней: выбранные технические решения должны обеспечивать комфорт и нужды докладчиков, президиума и слушателей. Основные требования к эргономике конференц-зала выражаются одной фразой: хорошо видеть и слышать выступающего. По общему мнению экспертов, чтобы деловое мероприятие прошло эффективно и успешно, оборудование конференц-зала должно быть качественным, надежным и простым в использовании. Оно обязано отвечать высоким техническим требованиям и обладать рядом возможностей: отображать информацию высокого разрешения в превосходном качестве с помощью оптимально подобранных средств, иметь многооконный вывод информации от разнородных источников, а также возможность самостоятельного управления презентацией и графического комментирования материалов выступающим с трибуны докладчиком. Это современный минимум. А конкретные требования к конференц-залу полностью зависят от его предполагаемых функций.

«Зарядье» — один из лучших залов Европы для проведения мероприятий различного формата — от концертов до мультимедийных проектов



Недавно открыл свои двери для бизнес-путешественников и туристов отель премиум-класса **«Hyatt Regency Москва Петровский Парк»**. Расположенный вблизи «ВТБ Арены — Центрального стадиона «Динамо» им. Льва Яшина» рядом с Петровским путевым дворцом и Петровским парком отель стал частью квартала «Арена Парк».

В настоящий момент для небольших мероприятий отель предлагает 13 залов, в том числе конференц-пространство на уникальном мосту «Яшин», названному в честь одного из самых знаменитых советских футболистов. Мост соединяет здание отеля и конференц-центр, на нем находятся четыре отдельных зала, из окон которых открывается вид на Петровский парк или городскую панораму. Залы могут быть объединены в одно пространство, удобное для проведения переговоров, конференций, семинаров и показов мод. Две полноценные открытые кухни позволяют организовать индивидуальные кофе-брейки, обеды, вечерние коктейли и кулинарные мастер-классы.

В бальный зал площадью 700 кв. м — Regency Ballroom — гости могут попасть как непосредственно из отеля, так и через конференц-центр. Это место с просторным фойе площадью 450 кв. м прекрасно продумано для проведения гала-ужинов и светских мероприятий.

Новый отель **DoubleTree by Hilton Moscow — Vnukovo Airport** появился напротив главного входа в Терминал А международного аэропорта Внуково. Маркетинг-менеджер отеля Елена Заглумина подчеркивает, что из воздушной гавани в него можно попасть буквально за несколько минут, по подземному переходу.

Площадь самого большого зала составляет 414 кв. м, а в целом под крышей отеля разместилось девять многофункциональных залов-трансформеров. Все они

оборудованы новейшей аппаратурой, работает круглосуточный бизнес-центр. Панорамный вид на аэропорт придаст запоминающуюся окраску любому корпоративному мероприятию.

«На наш взгляд, конференц-залы, отвечающие самым высоким функциональным и техническим требованиям, должны быть оснащены современной, удобной мебелью, кондиционированы, оборудованы современной системой отображения информации, должны обладать высокоскоростным интернет-соединением и Wi-Fi и располагать возможностью аудио- и видеозаписи. Перечислять можно до бесконечности, ведь в мире конгресс-технологий все очень быстро обновляется», — отмечает Елена Заглумина.

САМОЕ НЕОБЫЧНОЕ ИЗ EVENT-ПРОСТРАНСТВ

Уникальный формат на рынке event-площадок, расширяющий горизонты для организаторов мероприятий, — **TESLA PLACE**. Профессионалы уже оценили эту локацию за инновационный подход, иммерсивные возможности и гибкость. Максимальная вместимость площадки — 5000 человек, общая площадь — 3400 кв. м. Ее можно трансформировать под любые события — конференции, фестивали, новогодний банкет.

С момента открытия в 2016 году в районе шоссе Энтузиастов TESLA PLACE реализовала более 80 проектов и вошла в число самых востребованных мест проведения мероприятий Москвы. Подано две заявки для ее занесения в Книгу рекордов Гиннесса — у площадки самая большая проекционная поверхность 360° (6200 кв. м) и самый большой в мире проекционный экран (2100 кв. м). Такое панорамное видеооформление, использующее новейшие технологии, доступно только здесь. **BT**

1 Ультрасовременный «Radisson Blu Олимпийский» станет одним из самых востребованных конгрессных отелей Москвы

2 «Hyatt Regency Москва Петровский Парк» есть чем удивить взыскательных клиентов. Например, проведением мероприятий на уникальном конференц-мосту



1



2

Зачем развивать туризм «третьего возраста», ответят на форуме в Москве

Проблемы и перспективы развития туризма для представителей «третьего возраста» обсудят на Форуме профессионалов туристической индустрии, который пройдет 4–5 декабря в столичном отеле Marriott Royal Aurora.

В рамках первого дня форума своими исследованиями поделится доктор экономических наук, профессор МГУ им. Ломоносова Марина Шерешева и ее коллега кандидат экономических наук, директор по развитию Центра исследований сетевой экономики Светлана Березка.

«По данным ООН, в настоящее время в экономически развитых странах мира доля людей старше 60 лет составляет примерно 22–24% от общей численности населения и продолжает возрастать, — отмечает Марина Шерешева в своем исследовании. — По оценкам ООН, к 2025 году каждый шестой житель планеты будет старше 50 лет, а к 2055 — старше 65 лет. В России число лиц старшего поколения также весьма велико. Только за последние 10 лет, по данным Росстата, доля лиц старшего возраста (50 и более лет) в общей численности населения возросла с 31% до 35% и составила к 2016 году свыше 51 млн человек. В ближайшие годы страну ожидает дальнейшее увеличение доли населения пенсионного возраста».

По мнению эксперта, туризм «третьего возраста» в данном аспекте является не только одной из составляющих активного образа жизни «серебряного поколения», но и возможностью решить многие проблемы отрасли. Так, одним из преимуществ работы с данной целевой аудиторией является отсутствие у пенсионеров временных ограничений для путешествий. Это, в частности, помогает снять проблему сезонности, а также варьировать количество задействованного номерного фонда.

Как государство может помочь развитию туризма для представителей «третьего возраста», какие меры принимаются в этой области за рубежом, где предпочитают отдыхать пенсионеры и какие требования предъявляют к качеству предоставляемых услуг, можно узнать, посетив ключевую сессию Форума профессионалов туристической индустрии 4 декабря.

Ее участники обсудят также влияние FIFA на имидж Москвы и веяния современной гастрономической

моды. Панельная дискуссия будет посвящена тонкостям работы с иностранными туристами. Параллельно гости форума смогут принять участие в мастер-классах экспертов. Один из блоков осветит особенности взаимодействия с «новыми медиа» и способы продвижения через социальные сети.

Особое внимание будет уделено вопросам безопасности туристов в большом городе. О том, как бизнес может помочь государству в развитии туротрасли, поговорят участники панельной дискуссии. Пространство может стать главным WOW-эффектом мероприятия — подробнее об этом расскажут представители новых столичных площадок. Мастер-классы второго дня затронут темы решения конфликтных ситуаций, сотрудничества отелей и культурных институций, а также увеличения дохода отельеров за счет предложения гостям дополнительных активностей. **ВТ**



Участие в Форуме профессионалов туристической индустрии бесплатное для корпоративных покупателей и представителей туристической индустрии Москвы после подтверждения от организаторов. Подробности программы и регистрации — на сайте Ассоциации бизнес-туризма.



Три южные MICE-звезды

International MICE Geography Show — встречи организаторов корпоративных мероприятий с поставщиками MICE-услуг в различных регионах — уже традиционно проводит Российская ассоциация бизнес-туризма АБТ-АСТЕ Russia. В конце мая — начале июня такое мероприятие прошло в Тбилиси. В рамках Caucasus Chapter порядка 150 представителям российских business travel агентств удалось найти новых партнеров в Грузии, Армении и Азербайджане, узнать о новых площадках в этих странах, наконец, насладиться встречей с прекрасным Тбилиси. Мероприятие поддержали конвеншн-бюро Грузии и отель Radisson Blu Iveria Hotel, Tbilisi. Итак, что же нового и интересного в плане MICE предлагают три страны Закавказья?

Один из обликов нового Тбилиси — современный Radisson Blu Iveria Hotel для бизнес-туристов



ГРУЗИЯ: ХОРОШО, НО ДОРОГО

Блестяще зарекомендовала себя на рынке MICE Грузия, российские компании оценили ее по достоинству. Половина иностранных гостей — владельцы паспортов РФ. «Грузия пользуется высоким спросом, много рейсов из российских городов в эту страну, — отмечает представитель компании SNG Corporate Service Виктория Стефанова. — Здесь можно провести корпоративную встречу с квестами, кулинарными мастер-классами, винными дегустациями. Плюс совсем быстрый перелет, отсутствие виз».

«Последние четыре-пять лет Грузия очень популярна у организаторов мероприятий, — соглашается с коллегой Автандил Цурцумия, менеджер по продажам отеля Radisson Blu Iveria Hotel, Tbilisi. — Особенно вырос спрос в год проблемных отношений России с Турцией. В нашем отеле порядка 70–80% гостей составляют российские бизнес-туристы. Вообще Radisson Blu Iveria — пионер среди бизнес-отелей глобальных операторов в Грузии, мы принимали первые MICE-группы. Сейчас под брендом Radisson Collection открывается отель в Кахетии, в усадьбе Чавчавадзе. Этот объект ориентирован на luxury-сегмент, на проведение свадеб, торжеств. В нем устроены

собственные винные погреба, в окрестностях — виноградники. В Кахетии можно организовать очень интересные экскурсии, квесты. Полагаю, все это понравится и россиянам, у которых очень высокие запросы при проведении MICE-мероприятий. Наши гости, как правило, используют и залы отеля, и площадки в городе. Всегда есть спрос на разнообразие и креатив. Работа с российскими корпоративными группами — это творческий процесс».

Новые отели, которые могут быть интересны MICE-группам, в Грузии появляются постоянно. Lopota Lake открылся всего в 170 километрах от Тбилиси в Лопотском ущелье. Создатели проекта соорудили там, в обрамлении гор, искусственное озеро. В отеле 186 номеров, несколько ресторанов, спа-центр в лесу, широкий выбор вариантов активного отдыха — пешие, конные и велосипедные прогулки, экстремальные поездки на квадроциклах, теннис. Здесь готовы проводить различные квесты, мастер-классы. Нино Галадзе, менеджер по продажам, рассказывает, что бывают они весьма оригинальными: проводились даже соревнования по стрижке овец.

На черноморском побережье Грузии также построены новые гостиницы. «Раньше никто не рисковал везти большие MICE-группы в Батуми, теперь для этого есть прекрасные условия», — говорит Борис Саакян, соучредитель компании Araga. В столице Абхазии открылись отели под международными брендами: Hilton, Rixos, Four Seasons.

Ирма Кодуа, генеральный менеджер компании Grata, специализирующейся на приеме MICE-групп в трех странах Закавказья, комментируя гостиничную базу Грузии, отмечает, что при всех плюсах она довольно дорога в сравнении с Арменией и даже Азербайджаном: «Отели Грузии держат довольно высокую ценовую планку». Арпине Петросян, менеджер по маркетингу компании Arara, соглашается в этом вопросе с коллегой, она считает, что мероприятие в Армении, например, может обойтись существенно дешевле, нежели в Грузии. При этом обращает внимание, что на сокращение расходов сильно влияет обращение клиентов напрямую в те компании, которые ведут бизнес в Закавказье: это позволяет уменьшить траты на 10–15%.

Сама атмосфера Грузии с ее бесчисленными памятниками, историческими и природными, столь любимое всеми вино и кухня, грузинский юмор делают страну территорией творчества. Здесь любят следовать фантазиям корпоративных заказчиков и придумывать для них что-то нетривиальное — квест по поиску старинного сорта вина или что-то в этом духе. «Главное — не отступать от аутентичности, не стремиться навязать гостям развлечения извне, вроде занятий йогой. Грузия должна дарить гостям то, за что ее любят», — советует коллегам Наталья Ториашвили, владелец и генеральный директор компании «Дягилев-центр».



Лучшая и уникальная по архитектуре конгрессная площадка Баку — центр Гейдара Алиева

АЗЕРБАЙДЖАН: КТО НА НОВЕНЬКОГО?

Страна лишь три года как стала активно ориентироваться на внешний рынок, долгое время ее туристический и гостиничный бизнес работал преимущественно на соотечественников. Российским гостям в этом сезоне были предложены относительно невысокие цены на размещение — и этим тут же не преминули воспользоваться, тем более что Азербайджан славится превосходной гостиничной инфраструктурой и дружелюбием.

Аэропорт им. Гейдара Алиева в столице Азербайджана считается одним из самых красивых на постсоветском пространстве. Статус международных получили аэропорты Закатали (он расположен у южного подножия гор Большого Кавказа) и Габалы. Buta Airways, новый лоукостер, уже хорошо зарекомендовал себя на рынке авиаперевозок.

По словам Ирмы Кодуа, возможностями азербайджанского рынка MICE очень интересуется не только Россия, но и вся Восточная Европа. Эксперт рекомендует организаторам мероприятий делать комбинирован-

ные туры по Грузии и Азербайджану: «Это соседи, но у них разные культура, традиции, кухня — получается очень интересный контраст». Тур с посещением двух столиц — хороший выбор. Ирма Кодуа отмечает, что спросом пользуется не только Баку — город, где современные строения вместе с исторической архитектурой создают неповторимую картину, но и горные районы вокруг столицы, аутентичные села. Там туристы знакомятся со старинными ремеслами, узнают, как куют и чеканят металлические изделия, принимают участие в мастер-классах.

Представитель конвеншн-бюро Азербайджана Тамар Ахалбедашвили рассказывает о возросшей популярности горных курортов Азербайджана, в частности Габалы. Здесь, на фоне вершин, водопадов, реликтового леса, проводят увлекательные тимбилдинги. Пик туристического спроса — в сентябре, это и время крупных форумов с международным участием.

Есть одна проблема: в Азербайджан закрыт въезд туристам с армянскими фамилиями. Этот фактор нельзя сбрасывать со счетов.



АРМЕНИЯ: НА ПОИСК НЕОБЫЧНОГО

Здесь тоже есть что показать гостям: от природных красот захватывает дух, а некоторые из древних памятников сохранились еще с античных времен. Моря, в отличие от соседей, нет, но озеро Севан — отличный вариант для отдыха у воды. К сожалению, Армения позже многих на постсоветском пространстве стала развивать гостиничную инфраструктуру и поэтому там куда меньше отелей под глобальными брендами, чем в Грузии или Азербайджане. Но все же они есть: в основном в Ереване, на горнолыжном курорте Цахкадзор, на горноклиматических и бальнеологических курортах Джермук и Дилижан.

Борис Саакян рассказывает, что страну уже заметили и полюбили как место проведения MICE-мероприятий. Примером может послужить тест-драйв, проведенный крупной автомобильной компанией в окрестностях Севана: незаурядные данные испытываемых автомобилей были продемонстрированы во всей красе на фоне озера и гор.

В Армению открывается все больше рейсов из России, сюда не просто можно въехать без визы, как в соседние закавказские страны, но и по внутреннему российскому паспорту. Немалый плюс — относительная дешевизна и гостиничного размещения, и ресторанов и кафе этой страны. По мнению многих экспертов, MICE-восхождение Армении еще только начинается.

Элеонора Арефьева



Япония зовет

У главы московского представительства Японской национальной туристической организации (JNTO) госпожи МОТОКУРА — превосходное настроение. Итоги первого полугодия продемонстрировали дальнейшие успехи этого направления на российском рынке, а интерес к Японии со стороны российских туроператоров был подтвержден на осенней московской выставке «Отдых», страной-партнером которой в этом году являлась JNTO.

Мотокура-сан, в последнее время турпоток из России в Японию стремительно растет. Пожалуйста, познакомьте читателей журнала Business Travel с этой статистикой.

Действительно, за прошлый 2017-й год прирост составил 40,8%, а за первую половину нынешнего года — уже тридцать. Надо сказать, что при этом 40–45% выдаваемых виз приходится на жителей российского Дальнего Востока.

В чем вы видите причины такого роста? Как оцениваете потенциал российского рынка? Когда планируете выйти на знаковый показатель в 100 тысяч прибытий?

Причин несколько, и они масштабны. Во-первых, облегчение визового режима: с 1 января 2017 года отменена система выдачи виз для туристических поездок в Японию, при которой гарантом выступала японская турфирма. Стала доступной многократная туристическая виза. Далее, увеличилось количество прямых рейсов — из Владивостока их стало практически вдвое больше, и не только в Токио, но и в Осаку. С июля прошлого года компания JAL также заметно увеличила количество рейсов из Москвы.

Относительно прибытий: в 2017 году их было 77 200, в первом полугодии текущего года — 46 400. Так что круглая цифра, возможно, случится в ближайшее время.

Как много россиян совершают бизнес-поездки в Японию и с какими целями?

Официальной разбивки по видам туризма у нас нет, однако судя по информации от туроператоров, в данной категории больше всего людей приезжает ради деловых переговоров, а также для посещения выставок, таких как Tokyo Motor Show.

Чем может быть привлекательна Япония для российских MICE-компаний и корпоративных клиентов? Приведите примеры уникальных мест, которые, на ваш взгляд, интересно включить в инсентив-поездки.

На этом направлении и в самом деле чувствуется оживление. Примерно до 2016 года Япония как инсентив-направление у россиян практически не котируется. Однако в последнее время мы чувствуем позитивные тенденции: по MICE-программам Япония готовится принять две большие группы россиян, 200 и 150 человек. Известно также, что заявки приняты и на будущий год. Международные конференции проходят в 53-х японских городах, а 12 из них характеризуются динамичной MICE-активностью, так что выбор есть.

Редких и приятных мест нужного профиля у нас много. Назову Государственный гостевой дом в Токио, который относится к объектам национального достояния — он стал использоваться в качестве площадки для проведения мероприятий с ноября 2016 года. Сад Хаппоэн, также в столице, с превосходными помещениями для конференций и банкетов.

Сейчас все большую популярность у корпоративных клиентов приобретает Окинава — самый южный остров страны с субтропическим климатом. Там, кстати говоря, проходила встреча «большой восьмерки». Так вот, на Окинаве есть знаменитое пещерное кафе Гангала, в котором все мечтают побывать, а также аквариум Тюрауми в океанском экспо-парке и другие экзотические, но современно подготовленные места. Правда, они рассчитаны на большие группы.

Все знают Японию как высокотехнологичную страну, «страну 22-го века». Это как-то отражается в оснащении аэропортов, конгресс-центров, отелей?

Как я слышала, российские туристы ожидают, что по прибытии в Токио их будет встречать робот... К сожалению, такого пока нет, хотя дело движется в этом направлении! Например, в аэропорту Нарита появились автоматические миграционные посты.

Чиновника, штампующего паспорта, заменяет сканер. Что касается расширения конгресс-услуг, то оно идет в частности по линии совершенствования логистики. Например, самая крупная в стране профильная площадка, Международный выставочный центр Tokyo Big Sight, теперь соединен с аэропортами прямым автобусным сообщением. Можете себе представить, насколько это облегчает жизнь представителям выставочной индустрии.

Бытует мнение, что Япония — дорогая для туризма страна. Так ли это? Расскажите о возможностях оптимизации бюджетов деловых поездок, например, применительно к авиаперелетам и размещению в отелях.

Сегмент luxury у нас, как и в любой другой стране, конечно, существует, однако и бюджетных возможностей достаточно. Например, бизнес-отели в районе Синдзюку, в паре минут от метро, могут стоить около \$110 за дубл, а Capitol Hotel совсем в центре, по соседству с Императорским дворцом — от \$400, и это тоже не космическая цена. Ланч в сетевом ресторане можно найти от \$7–8.

А вот пример оптимизации стоимости перевозки: купив у компании JAL билет до Токио, вы можете бесплатно слетать на Окинаву. Экономия составит не менее пятисот долларов.

Кроме того, только для иностранных туристов выпускаются льготные проездные по железной дороге — самим японцам они недоступны. А железные дороги у нас, как все знают, просто великолепные. Так что можете ездить по ним до двух недель и вдвое дешевле.

Наконец, давайте учитывать сезонность. С середины января и до конца февраля у туристической Японии — низкий сезон. Цены и на авиаперелет, и на гостиницы самые низкие. Но погода очень приятная: голубое небо, солнце, в Токио — градусов десять.

Дождей практически нет. Словом, группам может быть интересно получать весьма приличный продукт с оптимальным балансом цены и качества.

Какие города, места, природные объекты на карте Японии еще неизвестны российским туристам и ждут своего открытия?

Япония маленькая, но и большая: три тысячи километров с севера на юг. «Золотой маршрут» Токио — Киото с горой Фудзи по пути известен всем, но места незначительные тоже бывают очень привлекательными. Взять, например, город Вакаяма, центр одноименной префектуры близ Осаки — его сейчас начинают продвигать на российском рынке японские туроператоры, по инициативе самой префектуры. Здесь есть известное «место силы» — буддистское святилище, основанное в далеком 770 году, а кроме того, горячие источники, пляжи с белым песком... Другой малоизвестный в России туристический сегмент Японии — горнолыжные курорты.

Любители лыж приезжают сюда со всего мира — не только из Европы, но и из Австралии и Америки. Северный остров Хоккайдо — одно из самых снежных мест в мире. Здесь, в Саппоро, прошли зимние Олимпийские игры 1972 года. На многих зимних курортах — особый «сыпучий» снег, который так ценят лыжники. Календарь туристических событий Хоккайдо, кстати говоря, один из самых насыщенных в стране: за год здесь проходит более 500 фестивалей и праздников.

Мотокура-сан, вы работаете в России уже два года. У наших стран очень разные культуры, традиции, менталитет. Что вам нравится в российском бизнесе? И что его отличает от японского? Пожалуйста, дайте несколько советов или рецептов российским компаниям для более успешного ведения бизнеса с партнерами из Японии.

Мне симпатична оперативная реакция российских партнеров на деловые предложения — японские традиции такого «быстрого реагирования» не предполагают, и дело может затянуться. С другой стороны, если вы ищете нового партнера на японском рынке, постарайтесь найти общих знакомых. Действуйте через того человека или компанию, которые известны вам обоим. Прямое обращение — не всегда самое эффективное.

Какие интересные мероприятия запланированы вашим представительством до конца года?

Продолжим проведение workshop и обучающих семинаров — мы организуем их не реже одного раза в два месяца. Например, в Северной столице такая встреча уже прошла с Finnair, поскольку через Хельсинки проходит удобный авиамаршрут в Японию. В ноябре и в Москве, и в Санкт-Петербурге состоится workshop, на который приедут представители японских luxury-отелей. Одной из тем на выставке «Отдых» стал гастрономический туризм — применительно к нашей стране его возможности поистине безграничны. **ВТ**

Место встречи — Хорватия



© Фотограф: Boris Krcan/CTTB

Хорватия — новая звезда индустрии организации деловых мероприятий (MICE): европейские и российские компании все чаще выбирают эту страну для проведения конференций, совещаний, тренингов.



Если вы хотите узнать больше о Хорватии как о потенциальном MICE-направлении, пожалуйста, посетите www.meetingscroatia.com или напишите опытным бизнес-специалистам, которые всегда к вашим услугам meetings@htz.hr. Вместе со своими региональными офисами и их объектами (потенциальными организаторами) Хорватское бюро конвенций всегда готово предоставить любую дополнительную информацию по вашему запросу.

Современные руководители уверены: корпоративные мероприятия необходимы для устойчивого роста бизнеса. Деловые встречи различных форматов — хорошая возможность для стимулирования и развития сотрудников компании, для привлечения новых талантливых работников, а значит, и для достижения высоких бизнес-результатов. Индустрия организации деловых мероприятий и встреч (MICE) растет, компании все чаще проводят корпоративные встречи, конференции, инсентивы «на выезде», а одной из самых популярных стран для проведения подобных мероприятий стала Хорватия. Страна, где когда-то были изобретены классические деловые «атрибуты»: галстук и авто-ручка, теперь выходит в лидеры MICE-направлений. Сегодня Хорватия занимает шестое место в мировом рейтинге самых интересных направлений для проведения деловых встреч, который подготовлен

компанией «Глобал ДиЭмСи Партнерс», крупнейшей мировой сетью независимого принимающего менеджмента.

Google, Mercedes-Benz, Dell — вот лишь некоторые из компаний, недавно выбравших Хорватию в качестве места проведения совещаний по обучению продажам и маркетингу, конференций с участием высшего руководства, для организации работы аналитических центров, для проведения инсентивов.

Десять объектов из списка Всемирного наследия ЮНЕСКО, восемь национальных и одиннадцать природных парков, впечатляющее великолепие побережья Адриатического моря, красота городских ландшафтов, а также великолепная гастрономия — все это делает Хорватию одним из самых привлекательных мест в Европе для проведения деловых встреч. Опрос бизнес-путешественников, посещавших Хорватию, показал: бизнесмены высоко оценивают уровень безопасности и удобство местных отелей, а также простоту взаимодействия: отели предлагают услугу электронного бронирования.

По данным ICCA, с 1960-х годов количество деловых встреч, проведенных в Хорватии, удваивалось каждое десятилетие, приближаясь к 70 тысячам в 2017 году. И, как ожидается, количество организованных мероприятий будет расти в геометрической прогрессии.

Где именно можно провести деловые мероприятия? Какой бы регион вы ни выбрали, Хорватия вас не разочарует. Помимо столицы — Загреба, с его уникальной атмосферой, бизнес-гостей ждут и другие города. Например, Дубровник, один из самых интересных городов в мире, или Опатия, некогда модный австро-венгерский центр гостеприимства и санаторно-курортного досуга. Истрийские города Ровинь, Пореч, Умаг и Пула; далматинские города Задар, Шибеник, Водице, Сплит и Макарска и континентальная часть страны, Осиек и многие другие делают быстрые и успешные шаги на рынке конференций. Кроме того, есть тысяча с лишним островов, раскинувшихся на потрясающем Адриатическом побережье Хорватии — гостям будут рады, например, красивейшие острова Хвар, Бол, Корчула и Малый Лошинец. Во всех этих регионах значительно обновлена инфраструктура: здесь находится множество новых или недавно реконструированных отелей с хорошо оборудованными конференц-залами для проведения любых мероприятий.

Хорватия предлагает прекрасное сочетание бизнеса и отдыха: это оптимальное место для организации встреч и мероприятий с отличной атмосферой для общения и работы. **ВТ**

НАЙДИ СВОЮ ИСТОРИЮ НА horvatiа.hr

Полная возможностей

Не наполняйте жизнь днями, сделайте свои дни полными жизни.


ХОРВАТИЯ
Полная жизни





Один пояс, один путь

Китай, где прагматичный Запад все чаще встречается с мудрым Востоком, стремительно рвется в лидеры делового туризма и MICE. Экономика Поднебесной — самая быстрорастущая в мире, и где же еще, если не в Китае, искать партнеров по бизнесу, устанавливать деловые контакты и заключать сделки? Помимо высокого уровня организации мероприятий, успеху способствуют уникальное культурно-историческое наследие страны и великолепная национальная кухня.

Наталья Якубова

По прогнозам экспертов Международной Ассоциации делового туризма (GBTA), основанным на анализе расходов на деловые поездки в 75 странах, в течение следующих десяти лет Китай выйдет на первое место в мире в сегменте MICE-мероприятий.

АВАНГАРДНЫЙ ШАНХАЙ

На «передовой» китайского MICE — Шанхай, финансовый и деловой центр страны, чья бизнес-активность сравнима с Лондоном и Нью-Йорком. В немалой степени этому способствуют выставочные и конгресс-

центры, которые заслуживают внимания не только профессионалов, но и обычных туристов. Открытый в 2001 году Шанхайский новый международный выставочный центр (Shanghai New International Expo Centre, SNIEC) — крупнейший в Китае и один из лучших в мире выставочных комплексов. Он расположен в суперсовременном районе Пудун и имеет прекрасную транспортную доступность. Ежегодно его посещают более двух миллионов человек, а число участников различных мероприятий достигает 20 тысяч. Семнадцать павильонов SNIEC общей площадью 200 тысяч кв. м вмещают под своей крышей выставоч-

ные и конференц-залы, деловой центр, банки, рестораны, рекламные агентства и другие объекты. Помимо этого, здесь есть более 130 тысяч кв. м открытых площадок. Все это позволяет принимать более 90 самых престижных выставочных форумов в год и проводить другие корпоративные мероприятия.

Шанхайский национальный центр выставок и конгрессов (National Exhibition and Convention Centre, NECC), похожий на огромный четырехлистник клевера, — настоящий шедевр современной архитектуры. Особенно эффектно он смотрится с наступлением темноты благодаря светодиодной подсветке, подчеркивающей его формы. NECC расположен в экологически чистом районе рядом с парком Чанфен на берегу реки Сучжоу. Самая большая выставочная площадка Шанхая хорошо зарекомендовала себя и как место проведения конференций и семинаров. NECC огромен. Его экспозиционная площадь — 500 тысяч кв. м, из которых 400 тысяч приходится на крытые площадки. В каждом из четырех «лепестков» по два многоэтажных выставочных зала. На кончиках трех лепестков расположены офисные помещения класса А с административным офисным центром, двумя многофункциональными конференц-залами площадью 500 кв. м и всевозможными садами. Все лепестки сходятся к большой площади в центре строения, вокруг которой расположены рестораны, банки и магазины. В различных местах здания можно спуститься в метро или к подземной стоянке такси.

Провести семинары, конференции и деловые встречи в буквальном смысле на высоте можно в Шанхайском всемирном финансовом центре (Shanghai World Financial Centre, SWFC), сразу после открытия в 2008 году признанном лучшим небоскребом мира. Выемка в верхней части делает его похожим на известное кухонное приспособление для снятия металличе-

ских крышек с бутылок (а попросту — на открывашку), что, впрочем, ничуть не ухудшает внешний вид здания. Именно сюда китайцы приглашают своих партнеров по бизнесу, желая произвести впечатление. Скоростной лифт центра за 59 секунд возносит посетителей на смотровую площадку, расположенную на сотом этаже на высоте 427 м. Этажи с первого по пятый занимают конференц-залы, рестораны и бутики класса «люкс». Офисы транснациональных компаний квартируют на этажах с 7-го по 77-й. На 79–93 этажах расположен роскошный отель Grand Hyatt Shanghai со 174 номерами (от 280 USD) и панорамным «небесным бассей-





КАК ДОБРАТЬСЯ

Из Москвы в международный аэропорт Шанхай-Пудун ежедневно совершают до восьми прямых рейсов а/к «Аэрофлот» и China Eastern. Из Санкт-Петербурга в Шанхай без пересадок можно долететь самолетами а/к China Eastern (четыре рейса в неделю).

Из Москвы и Санкт-Петербурга в международный аэропорт Чэнду Шуанлю совершают два прямых рейса в неделю а/к Sichuan Airlines. Лететь до Уханя из Москвы можно прямыми рейсами а/к China Southern (три рейса в неделю) и «Аэрофлота» (два раза в неделю). Из Санкт-Петербурга в Ухань удобнее всего добираться через Москву.

ном» на 85 этаже. На 86 этаже — гордость SWFC, бизнес-центр с конференц-залом на 1000 человек и восемь залов поменьше для проведения семинаров и встреч в более узком кругу. Этажи 87, 91–93 и 100 отданы ресторанам, среди которых один из самых известных в Китае Century Avenue — отличное место, чтобы отметить заключение выгодного контракта.

ТЕХНОЛОГИЧНЫЙ УХАНЬ

Ухань — самый густонаселенный город центрального Китая, стоящий у слияния Янцзы и реки Ханьшуй, еще одно знаковое место для проведения MICE-мероприятий. Этот город иногда называют инженерно-проектировочной столицей Поднебесной. Его Зона освоений новейших высоких технологий «Дунху» — вторая по значимости в стране, а созданный здесь Центр исследований и разработок в области оптических коммуникаций,

производства оптоволоконной продукции и оптоэлектронных устройств, известный как «Оптическая долина Китая», занимает ведущее место в мире в этом виде деятельности. Подтверждение тому ежегодная международная выставка Optic Valley of China (OVC Expo). Она собирает на своих площадках свыше 50 тысяч специалистов и более 600 известных китайских и зарубежных фирм, а ее выставочная площадь составляет более 35 тысяч кв. м. Помимо прочего, в рамках OVC Expo проходят научный форум, презентации и многочисленные технические и бизнес-семинары.

Глобальная площадка Уханя — открытый в 2011 году Уханьский международный конгрессно-выставочный центр (Wuhan International Conventional & Exhibition Center, WICEC). Он лежит в окружении озер в красивом зеленом районе у реки Янцзы. По сути это мини-город, что, впрочем, вполне укладывается в смысл китайского выражения «Внутри каждого сада есть свой сад», а следовательно, в каждом городе может быть свой город. WICEC стал третьим по величине центром выставок и конференций Китая. Общая площадь всех его зданий 127 тысяч кв. м. Многофункциональный комплекс включает в себя выставочные площадки, конференц-центр, пятизвездочный отель, торговый центр, водный парк, коммерческую и жилую недвижимость. Его выставочный центр общей площадью 50 тысяч кв. м способен принять 2800 стендов международного стандарта, а конференц-центр площадью 15 тысяч кв. м вмещает более 40 конференц-залов с изменяющейся планировкой, что позволяет принимать MICE-мероприятия любого масштаба.

ОБРАЗЦОВЫЙ ЧЭНДУ

Важное значение в экономике Поднебесной имеет Чэнду — административный центр провинции Сычуань, признанный Всемирным Банком эталоном инвестиционного климата Китая. Он много лет развивается как национальная база информационных технологий, электроники, автомобилестроения и авиационно-космического производства.

Главная роль на рынке делового туризма и MICE Чэнду принадлежит отелям. Многие четырех- и пятизвездочные гостиницы города предлагают не только залы и переговорные, но и широкий спектр сопутствующих услуг, позволяющих продуктивно поработать и хорошо отдохнуть. Среди лидеров InterContinental Chengdu Global Center (от 132 USD): здесь три конференц-зала с самым современным оборудованием, просторное функциональное фойе и гранд-зал площадью 1150 кв. м.

Стоит отметить, что в отелях, имеющих три звезды, также оказывают подобные услуги. Это позволяет говорить о доступности проведения в Китае мероприятий в различных ценовых категориях. **ВТ**

ПЯТЬ ЛУЧШИХ ИНСЕНТИВ-ИДЕЙ

- 1 Шанхайский музей современного искусства фонтанирует креативом. Его суперавангардистское здание из стекла, мрамора и стали впечатляет уже само по себе. Музей регулярно организует выставки художников и дизайнеров со всего света. Его посетители уже видели причудливо раскрашенные арт-кары BMW, коллекцию эксклюзивной обуви Сальваторе Феррагамо и работы китайской художницы Чен Мэн, известной оригинальным взглядом на женскую красоту.
- 2 Если китайцы ходят в Оперный театр Чэнду слушать, то европейцы в основном смотреть. Все здесь очень необычно — музыка, диалоги, акробатика и поражающие воображение костюмы и театральные маски. В любом случае, скучать не придется — прямо во время спектакля можно пообедать, сделать массаж и даже почистить уши.
- 3 Центр по разведению панд в Чэнду способен пробудить нежные чувства даже в самой черствой душе. Главное, не опоздать к утреннему кормлению. После него панды предаются своему любимому занятию — сну.
- 4 Лучший способ увидеть классический Китай — круиз по реке Янцзы. Вырастающие прямо из воды скалы, пагоды и буддийские монастыри — эти идиллические пейзажи веками очаровывали китайских поэтов и художников.
- 5 Постигание премудростей китайской кухни на кулинарных курсах — занятие увлекательное и весьма полезное. Недаром лучшие повара при дворе императора Поднебесной могли подняться до ранга министра.

Встречи на Эльбе

Красоту Песчаниковых гор в долине Эльбы еще в XVIII веке оценили два швейцарских художника Антон Граф и Адриан Цинг, преподававшие в Дрезденской академии художеств. Горную местность, удивительным образом напоминавшую родные места, они так и называли между собой — Саксонская Швейцария. Название прижилось и с легкой руки живописцев в Европе появилась самая первая нешвейцарская Швейцария. Эти места очень хороши и для бизнес-паузы, и для тимбилдинга, и для инсентив-тура.

Наталья Якубова

Для гостей Саксонии поездка в Саксонскую Швейцарию чаще всего начинается из Дрездена, блистательной столицы саксонских курфюрстов и королей. Все они — 35 правителей из рода Веттинов шествуют друг за другом на самом большом в мире фарфоровом панно длиной 102 м на внешней стене Дворца-резиденции. Самый известный из них курфюрст Саксонский и король Польский — Август Сильный. Он обогатил Дрезден уникальными собраниями сокровищ — «Историческими Зелеными сводами» и «Новыми Зелеными сводами», которые разместились в залах Дворца-резиденции. Цена только одного экспоната собрания — настольной фигурной композиции «Дворцовый прием в Дели в день рождения Великого Могола Аурангзеба», состоящей из 137 фигур, усыпанных драгоценными камнями, намного превышала затраты на строительство охотничьего замка Морицбург.

Напротив Дворца-резиденции расположен великолепный ансамбль Цвингера. В одном из его крыльев находится самое большое в мире собрание фарфора, к которому Август питал особую слабость.

Фигурная композиция «Дворцовый прием в Дели» в музее «Зеленые своды» в Дрездене



В другом — дрезденская галерея «Старые мастера». Среди ее семисот полотен знаменитая «Сикстинская Мадонна» Рафаэля.

На правом берегу Эльбы под террасой Брюля швартуются суда круизной компании Sächsische Dampfschiffahrt — по большей части исторические колесные пароходы. Вниз по Эльбе они доходят до винодельческого района Радебойль и Мейсена. Вверх — до причудливых скал Саксонской Швейцарии. Территория Саксонской Швейцарии относительно невелика, но необычайно романтична. Драматичные горные пейзажи чередуются с барочными садами, средневековыми замками и разноцветными крышами крохотных городков. По берегам Эльбы проложено около 400 км обустроенных пешеходных троп. На каждой вершине, куда разрешено восхождение, в специальном ящике хранится тетрадь, в которую можно записать заветное «мы здесь были».

КАК ДОБРАТЬСЯ

Из Москвы в Дрезден удобнее всего добираться ежедневным регулярным рейсом «Аэрофлота» (вылет в 14.00, время в пути 2,5 часа). От железнодорожного вокзала Дрездена в Саксонскую Швейцарию каждые 30–40 минут отправляются электрички (S-Bahn) и региональные поезда (RB и RE), делающие остановки в Пирне, Штадт-Велене, Ратене, Кёнигштайне и Бад-Шандау. До Ратена, где начинается подъем на Бастай, — 45 мин. От станции надо пересечь Эльбу на пароме и затем подняться по красивой горной тропе, проложенной под сенью деревьев на вершину (около часа). В Бад-Шандау также останавливаются поезда EuroCity (EC). Расписание см. на сайте www.bahn.de.



САКСОНСКИЙ ВИННЫЙ ПУТЬ

Поездка по «Саксонскому винному пути» протяженностью 55 километров — один из упительных способов знакомства с самым северным винным регионом Германии. Его можно проехать на велосипеде, автомобиле или пройти пешком. Маршрут начинается в небольшом городке Пирна, затем проходит через летнюю резиденцию Августа Сильного Пильниц и три Эльбских замка в дрезденском районе Лосвиц. За Дрезденом он петляет между виноградными террасами Радебойля и заканчивается в живописных деревушках вокруг городка Дисбар-Зойслиц. В уютных винных погребах можно продегустировать лучшие вина региона, в том числе Goldriesling и Traminer Radebeuler Golfener Wagen.

НА «КРЫШЕ САКСОНИИ»
Berghotel Bastei 4*
64 номера,
5 конференц-залов
Рядом Бастайский мост

ГДЕ ПОБЫВАТЬ В САКСОНСКОЙ ШВЕЙЦАРИИ

Бастай. Поднимающиеся над ущельем причудливые скалы Бастая — самый потрясающий ландшафт Саксонской Швейцарии. Его название (в переводе — «бастион»), говорит о существовавшем здесь замке, его руины облагорожены и вход стоит 2 евро. Между скалами через ущелье глубиной 40 метров перекинут каменный Бастайский мост. Со смотровой площадки хорошо видна Эльба, курортный городок Ратен на ее берегу и еще один символ Саксонской Швейцарии — столовая гора Лилиенштайн. По Бастаю проходит «Тропа художников» — один из впечатляющих пешеходных маршрутов Саксонской Швейцарии.

Замок Веезенштайн. Стоящий на отвесной скале замок Веезенштайн называют архитектурным курьезом. Владельцам, расширявшим его на протяжении семи столетий, приходилось пристраивать новые помещения вдоль скалы — сверху вниз. Так, замковые конюшни оказались на 4-м этаже, жилая анфилада — под сводчатыми подвалами, а парадный зал — под башней. В замке будущий король Иоганн I работал над переводом «Божественной комедии» Данте. Особая гордость Веезенштайна — собственная пивоварня, где с 1516 года варят ячменный нефилтрованный келлер.

Штольпен. Около 30 миллионов лет назад расплавленная горная порода застыла здесь в виде каменных

стержней высотой до 35 метров. Похожие на огромные карандаши колонны базальта стоят на центральной площади городка, подпирая замок Штольпен. Одна из его башен стала местом заключения фаворитки Августа Сильного — графини Анны фон Козель. Попав в немилость, она прожила в замке 49 лет до самой смерти.

Гроссзедлиц. Самые красивые барочные сады Саксонии, Гроссзедлиц, называют «лучшей лужайкой князей и королей». Идея их создания принадлежит графу Кристоферу фон Вакербату. Парковый ансамбль в 1723 году Август Сильный выкупил у графа и решил развивать по своему плану. С тех пор Гроссзедлиц практически не изменился. Сады расположены на нескольких террасах. Помимо цветников, их зеленое пространство украшают выставленные в кадках деревья, вазы и скульптуры, из которых особенно впечатляют восемь пар любовников



Крепость Кёнигштайн
©Fritz-Gerald Schroeder

из античной мифологии.

Кёнигштайн. Крепость на высокой плоской горе с почти отвесными склонами, одна из самых мощных в Европе. Это целый город со сложной системой туннелей и мостов, с казармами, арсеналами, винными погребами и казино для офицеров. Колодец глубиной 152 метра снабжал защитников крепости водой. В беспокойные времена за стенами Кёнигштайна укрывались правители Саксонии, а во время Австро-прусской войны хранилась государственная казна — 200 бочек с серебряными талерами.

Бад-Шандау. Символ курортного Бад-Шандау — 50-метровый лифт, хорошо видный издали. Лифт соединяет центр курорта с районом, лежащим на горе. Бад-Шандау известен минеральной водой в бассейнах термального комплекса «Тоскана». Среди его водных удовольствий — купальня Liquid Sound (в вольном переводе, «жидкая музыка»). Очень соленая вода купальни поддерживает тело в невесомом состоянии, что позволяет, погрузив уши в воду, услышать музыку, льющуюся откуда-то из глубин.

Из Бад-Шандау на историческом лесном трамвайчике можно отправиться к водопаду Лихтенхайнер. Длина маршрута 8 километров, правда, последний участок до водопада придется все же пройти пешком. **ВТ**



САМАЯ НЕЛЕПАЯ ПРЕМЬЕРА В ТЕАТРЕ МДМ!

ОЧЕНЬ СМЕШНАЯ КОМЕДИЯ
О ТОМ, КАК

ШОУ ПОШЛО НЕ ТАК



12+



С ШОУ, КОТОРОЕ ПОШЛО НЕ ТАК, ВСЕ ТАК — ЕСЛИ ВЫ НИЧЕГО НЕ ИМЕЕТЕ ПРОТИВ СМЕХА!

The New York Times



КОМЕДИЯ, ОТ КОТОРОЙ НЕВОЗМОЖНО ОТОРВАТЬСЯ, ТЕХНИЧЕСКИ БЕЗУПРЕЧНАЯ!

The New Yorker



БРОДВЕЙСКАЯ, ЯРКАЯ, ЖИЗНЕРАДОСТНАЯ, НЕОБЫЧНАЯ И, САМОЕ ГЛАВНОЕ, СУМАСШЕДШЕ СМЕШНАЯ!

The Daily Mail



ЛОНДОН



НЬЮ-ЙОРК



ПАРИЖ

БИЛЕТЫ ОТ 900 р.

КУПИТЬ ОНЛАЙН

www.netak.show

КАССЫ ТЕАТРА МДМ

+7 (495) 978-80-81
Комсомольский проспект, 28
м. Фрунзенская, Москва

СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ
ДЛЯ ТУРИСТОВ И ГРУПП:

Линар Шарипов
l.sharipov@fancy-show.com
+7(915)299-44-22

ВСЕРОССИЙСКИЙ ДЕНЬ MICE

РЕКЛАМА

ЕЖЕГОДНЫЙ ДЕНЬ MICE-ИНДУСТРИИ

МОСКВА
ЦЕНТР
МЕЖДУ-
НАРОДНОЙ
ТОРГОВЛИ

10/10/2019

MICEDAY.RU

70

участников
воркшопа

>800

профессионалов
отрасли

35

спикеров

5

крупных
мероприятий
на одной
площадке

Russian Business
Travel & MICE Award

15

номинаций
премии

2млн

65

субъектов РФ,
Республики Беларусь
и Казахстана

интернет-
голосований

итоги 2018 года

WWW.MICE-AWARD.RU

ОРГАНИЗАТОРЫ



ТОРГОВО-
ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА РФ



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ МЕДИА ПАРТНЕР

Турбизнес
МЕДИАХОЛДИНГ • с 1997 г.