

BUSINESS TRAVEL

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ

ВСТРЕЧИ ■ ИНСЕНТИВ ■ КОНФЕРЕНЦИИ ■ ВЫСТАВКИ

12+

ВСЕПОГЛОЩАЮЩАЯ ОНЛАЙНИЗАЦИЯ

КАК АВТОМАТИЗИРУЕТСЯ РОССИЙСКИЙ РЫНОК MICE&VT

НА РЕГИОНАЛЬНЫХ ПЛОЩАДКАХ РОССИИ

МЕСТО ВСТРЕЧИ ЛИДЕРОВ ИНДУСТРИИ MICE

ТВЕРСКАЯ ОБЛАСТЬ
РЕСПУБЛИКА КРЫМ
ГЕНУЯ
РЕСПУБЛИКА СЕВАСТОПОЛЬ
ЕЛЕНА-ПОЛТА
КОСЛАВ
МОСКВА
ДУБНА
ВРОНЕЖ
ИЛЬДАР
НОВГОРОД

ВСЕРОССИЙСКИЙ ДЕНЬ MICE 2020

MICEDAY.RU ■ MICE-AWARD.RU ■ [f @MICEDAY2020](#) ■ [f @MICEACADEMY.RU](#)



ТОРГОВО-
ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА РФ



Главный редактор: Иван Калашников
Редактор: Ольга Гончаренко
Корреспонденты: Владимир Сергачев
Мария Акунова
Георгий Осипов
Наталья Якубова
Художник: Владислав Суворегин

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

Директор по рекламе: Ольга Мальцева
o.maltseva@tourbus.ru

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

Менеджер по рекламе: Екатерина Кутакова
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
workshop@tourbus.ru

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

Турбизнес
Travel & Business

Выпускающий редактор: Иван Калашников
I.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 СОБЫТИЯ

Онлайн-трэвел набирает обороты
Туризм на подъеме
О Саксонии и Кёльне
Коронавирус отменяет мероприятия
Российский MICE DAY среди финалистов
RBT&MA — в одиннадцатый раз
Business Travel Forum — впервые в Москве

7 ТЕМА НОМЕРА

Начинать с фундамента. Автоматизация
российского рынка MICE&BT

12 БИЗНЕС-ПАРТНЕР

«Союз конгресс-бюро России»:
объединились, чтобы стать сильнее
Суть партнерства регионов — в синергии
Русская тройка
Новая география «Территории MICE»

15 ПОЛЕМИКА

MICE — это зверь, которого нужно приручить

18 НОВОСТИ КОМПАНИЙ

Индустрия встреч на берегах Невы
Новый семестр в Demlink People School
Персонально для фармацевтов

20 РЕГИОН

MICE в С-Петербурге

24 ТРАНСПОРТ

В Пулково приоткрыли небо

26 ФОКУС: ОТКРЫТИЕ

28 НАПРАВЛЕНИЕ

Озеро Комо. Все дороги ведут в Италию
MICE в Беларуси

35 БИЗНЕС-ПАУЗА

Ярославль. Красоты и вкусы
«Русской Флоренции»





Эксперты Aviasales и PhoCusWright рассказали о причинах, заставляющих потребителей в России отдавать предпочтение дистрибуции онлайн, а не офлайн.

Онлайн-трэвел набирает обороты

Как сообщают эксперты Aviasales, ближайшие два года объем рынка онлайн-трэвел вырастет на 30% с \$20,2 млрд в 2020-м до \$26,7 млрд в 2023-м. По их мнению, к 2022 году этот сегмент практически сравняется с офлайном, ни в чем не уступая классической модели дистрибуции авиабилетов и железнодорожных перевозок, покупки туров и сопутствующих услуг.

Среди ключевых факторов роста популярности онлайн-модели эксперты выделяют доверие аудитории, полноту информации об услугах и вариантах для сравнения, более низкую цену и скорость поиска, а также понятную систему бронирования билетов, услуг и готовых туров.

Сейчас в общей структуре рынка онлайн-трэвел превалирует авиасегмент с долей более 43%. Чуть меньше приходится на сервисы по бронированию отелей (33%). Доля готовых туров близится к 12%, а на покупку железнодорожных билетов приходится свыше 9%. Наибольшая динамика в сегменте авиа продиктована ростом лоукост-модели перевозок. Абсолютным лидером здесь является Aviasales с долей рынка 54%.

Вместе с тем годовой семейный бюджет на поездки приближается к 200 тысячам рублей у 28% пользователей. Еще 31% туристов тратят на путешествия от 100 до 199 тысяч рублей в год.

Туризм на подъеме

Число туристов, в том числе деловых, выезжавших в минувшем году за рубеж и посещавших Россию, заметно выросло.

По данным Погранслужбы ФСБ России, в 2019 году российскими гражданами в 176 зарубежных государств и территорий (исключая Беларусь) было совершено 48,1 млн поездок. Это на 3,5 млн поездок или на 7,9% больше, чем в 2018 году (44,6 млн). При этом на 10 стран приходится почти 63% всех поездок, совершенных гражданами России в 2019 году (со всеми целями выезда, не только туристическими). Эксперты отмечают, что выездной поток в страны постсоветского пространства, Финляндию, страны Прибалтики и Китай отличается преобладанием приграничных перемещений с частными целями (шопинг, визиты к родственникам, мелкая коммерция), и это нужно учитывать.

Среди стран, показавших наибольший прирост объемов российского турпотока по сравнению с 2018 годом, стоит отметить Турцию (+18,5%),

Венгрию (+14,9%), Италию (+16,7%), Испанию (+4,72%), Кипр (+3,91%), в которые активно осуществляются инсентив-туры. Среди стран-лидеров делового туризма подросли ОАЭ (+3,21%) и Германия (+1,5%).

Несмотря на визовые проблемы, вырос и поток туристов, в том числе бизнесменов, в США — 251 тыс. поездок (+2,23% к 2018 году).

Что касается въездного турпотока, по данным Погранслужбы ФСБ России, с января по декабрь 2019 года иностранцы совершили 32,9 млн визитов в Россию. Это примерно столько же, сколько в 2018 году — прирост составил 0,98%. Однако количество иностранцев, посещавших Россию с туристическими целями, увеличилось за год на 20,5% и составило 5,1 млн человек.

Топ-5 основных поставщиков туристов в сравнении с 2018 годом не изменился. Наибольшее количество туристов, по данным ФСБ, приехали из Китая — 1,5 млн (+19%). На втором месте по количеству туристов — Германия. За год граждане этой страны совершили 522,2 тыс.

визита в Россию (+15,7%). На третьем месте — Южная Корея. В 2019 г. из этой страны въехали 413,6 тыс. человек (+20,8%). Продолжает расти турпоток в Россию из США. В прошлом году американцы совершили 241,1 тыс. туристических визитов в Россию, что на 6% больше, чем годом ранее. Замыкает Топ-5 Израиль — 199 тыс. туристических визитов за год и прирост +21,7%.

ТОП-7 НАПРАВЛЕНИЙ ВЫЕЗДА РОССИЯН В 2019 г.*

Турция	6,99 млн	▲ 18,5%
Финляндия	3,96 млн	▲ 7,9%
Китай	2,61 млн	▲ 13,5%
Эстония	1,89 млн	▲ 0,8%
Германия	1,43 млн	▲ 1,5%
Италия	1,36 млн	▲ 16,7%
Таиланд	1,23 млн	▲ 0,6%

* — количество поездок с разными целями в страны дальнего зарубежья

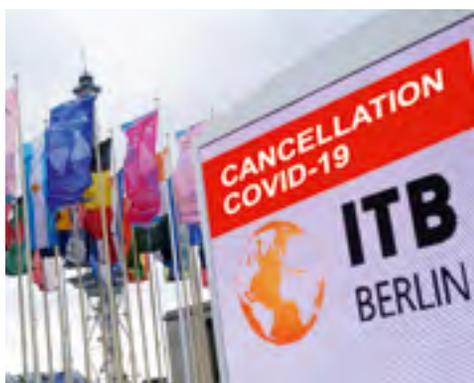


О Саксонии и Кёльне

Традиционно в начале марта медиахолдинг «Турбизнес» выпустил два тематических выпуска.

Этой весной в свет вышли справочник турагента «Дрезден, Лейпциг и не только», посвященный туристическим возможностям Саксонии, и «Журнал о Кёльне как центре здоровья и туризма».

В Справочнике о Саксонии эта федеральная земля Германии представлена как «страна туризма», располагающая богатейшим потенциалом для организации туристических и деловых поездок, оздоровительного туризма и проведения инсентив-программ. На страницах «Журнала о Кёльне как центре здоровья и туризма» отражена тесная связь высокоразвитой медицины с туристической индустрией города. Помимо обширной информации о лечебных и туристических возможностях Кёльна, в выпуске подробно представлены 10 медицинских компаний Кёльна, четыре высококлассных отеля, а также аэропорт «Кёльн/Бонн».



Из-за вспышки Covid-19 одно за другим отменяются значимые деловые, культурные и спортивные мероприятия.

В Париже не будут проходить многие выставки, в частности, крупный Книжный салон. В японских городах Токио и Осака не будет проводиться апрельский фестиваль цветения и любования сакурой.

29 февраля стало известно, что не будет проводиться крупнейшая деловая встреча пред-

Коронавирус отменяет мероприятия

ставителей турбизнеса Европы — берлинская ярмарка ITB. А следом Messe Berlin сообщила об отмене на год апрельской ITB India. В Швейцарии до 15 марта запретили проводить общественные и частные мероприятия с присутствием более 1 тыс. человек. В частности, отменили Женевский автосалон, а также выставку элитных часов Watches & Wonders. Под вопросом проведение чемпионата мира по хоккею, матчи которого должны принимать Цюрих и Лозанна.

У организаторов чемпионата Европы по футболу также появились сомнения: этот крупный спортивный форум под угрозой переноса. И самое печальное известие: летняя Олимпиада в Японии также может быть перенесена.

Российский MICE DAY среди финалистов



Опубликован шорт-лист 11-й международной премии Global Eventex Awards, в этом списке и проект «MICE DAY в регионах России».

Премия была учреждена в 2009 году — организаторы сравнивают ее с «Оскаром» или «Эмми» в событийной индустрии. Проект «Всероссийский день MICE» вошел в состав финалистов престижной премии сразу в двух номинациях, все финалисты были выбраны среди 444 заявок из 39 стран мира. All-Russian MICE DAY поборется с другими финалистами за зва-

ние лучшего проекта 2019 года в номинациях: «European Destination» и «People's Choice Destination». Это успех не только масштабного проекта и команды людей, которые весь год отдавали себя этому проекту. Такое событие говорит и о демонстрации интереса к России, поскольку шорт-лист формировался по итогам публичного голосования.

Победитель премии будет объявлен 26 марта 2020 года в рамках онлайн-церемонии награждения.

RBT&MA — в одиннадцатый раз



Номинация на ежегодную профессиональную награду Russian Business Travel & MICE Award стартует 1 апреля.

В этом году премия пройдет уже в одиннадцатый раз. Победители и лауреаты награды будут определены в 12 основных и двух дополнительных номинациях — MICE Баттл и Event-Локомотив. Церемонию награждения традиционно примет гостеприимный «Президент-Отель». Как и в прошлые годы, она станет частью самого масштабного профильного российского мероприятия — Всероссийского Дня MICE, который будет проходить с утра до вечера 8 октября. Механизм определения победителей будет максимально прозрачным и профессиональным. Планируется три этапа конкурса: открытое онлайн-голосование за компании-соискатели, голосование 100 академиков MICE — членов экспертного совета и финальный выбор оргкомитета награды.

Что? Когда? Где?

«ТЕРРИТОРИЯ MICE»

НА МЕЖДУНАРОДНОЙ
ТУРИСТИЧЕСКОЙ ВЫСТАВКЕ

ИНТУРМАРКЕТ 2020

ЧТО: Территория MICE

Впервые проект пройдет в рамках Международной туристической выставки «ИНТУРМАРКЕТ» в Экспоцентре на Красной Пресне. Образовательно-дискуссионная программа: мастер-классы, открытая дискуссия, тематическая сессия, нетворкинг.

ГДЕ: Москва

КОГДА: 13 марта 2020 г.

WEB: www.mice-day.ru



ЧТО: День MICE на Дону 2.0

В 2020 году MICE DAY вновь расширяет свою географию — запланирован цикл мероприятий в семи городах России: весной — в Москве и Ростове-на-Дону, летом — в Тверской области, осенью и зимой — в Ярославле, Нижнем Новгороде, Москве, Воронеже и Севастополе.

ГДЕ: Ростов-на-Дону

КОГДА: 21–23 мая 2020 г.

WEB: www.mice-day.ru



ЧТО: MICE-ФЕСТ

Мероприятие пройдет в рамках Национального туристского форума «Реки России». В программе — новые форматы деловых и тимбилдинговых мероприятий на круизных маршрутах.

ГДЕ: Конаково (Тверская область)

КОГДА: 3–4 июля 2020 г.

WEB: www.mice-day.ru



Business Travel Forum — впервые в Москве

В начале февраля в столичном отеле InterContinental состоялось представительное мероприятие «Business Travel Forum — combining opportunities». Ведущие эксперты отрасли говорили на форуме о безопасности деловых путешествий, о применяемых в этой сфере технологиях.

Организатором первого BTF-2020, проходившего при поддержке ассоциации «Объединение административно-хозяйственных профессионалов», стала компания «Демлинк» — один из лидеров российского рынка MICE.

В числе спикеров форумов выступили Олег Шабуцкий и Александр Бегляров — основатели и владельцы Группы компаний «Демлинк», Валентина Кузнецова — коммерческий представитель Lufthansa Group в Москве и Центральной России, Мария Колесниченко — руководитель группы командировок «Яндекс», и многие другие. Представитель «Аэроэкспресса» Иван Балашов рассказал о системе контроля безопасности и оператив-

ной обстановки в Едином диспетчерском центре. Тема технологий, применяемых для защиты гостей, была затронута в выступлении Владимира Поевского, риск-менеджера отеля InterContinental Moscow Tverskaya. О потенциальных геополитических рисках 2020 года и об уровне киберпреступности говорил Тимур Байгужинов, региональный менеджер по безопасности International SOS по России и СНГ.

Ольга Григорьева, ведущий менеджер по продажам Sabre, рассказала об эволюции и трансформации экосистемы деловых поездок, об инновационных решениях технологических гигантов типа Google и Amazon, которые влияют на остальных игроков рынка, о воз-





2



3



4



5



6



7

возможностях персонализации в гостиничной сфере. Важным трендом, по мнению эксперта, стала «зеленая» тревел-политика — обеспокоенность деловых туристов тем, насколько негативно поездки сказываются на окружающей среде. Она отметила, что именно по этой причине многие стали отдавать предпочтение путешествиям по железной дороге.

Роман Блинов, директор департамента развития Corteos, обозначил основные вызовы, с которыми сталкиваются корпоративные клиенты, изложил преимущества маркетплейса и рассказал о «распределенном владении ценностями». По его мнению, необходимо развитие экосистем и платформ, бесшовных

интеграций продуктов в систему клиента, персонализированных внутрикорпоративных решений. Наконец, Олег Крючков, основатель и CEO Event Platform, в своем выступлении обосновал создание «фишек» в рамках диджитализации рабочих процессов. Эксперт считает, что добавление голосования или квеста в приложения, используемые сотрудниками, повышает их мотивацию и оптимизирует рабочие процессы.

В заключение организаторы сообщили гостям и участникам форума, что будут ждать их на VTF-2021, чтобы вновь обсудить актуальные вопросы рынка и поделиться новыми идеями. **BT**

1 Александр БЕГЛЯРОВ и Олег ШАБУЦКИЙ, «Демлинк»: «VTF станут ежегодным местом встречи профессионалов отрасли. И для обучения, и для обмена идеями и мнениями»

2 Олег ШАБУЦКИЙ, «Демлинк», и Анастасия ЛАВРЕНЮК, Sabre: роботизация рынка бизнес-трэвел — уже реальность

3 Владимир ПОЕВСКИЙ, риск-менеджер отеля InterContinental Moscow Tverskaya: «Постоянное повышение уровня и совершенствование технологий безопасности отелей — необходимость и реалии нашего времени»

4 Владимир ПЕТРОВ, HamiltonApps, представил участникам форума решения по оптимизации трэвел-бюджетов корпоративных заказчиков

5 Каждое выступление спикеров завершали жаркие дискуссии и обсуждения докладов

6 Александр БЕГЛЯРОВ, «Демлинк»: «Поднятые на VTF темы безопасности и технологий оказались очень интересны участникам форума»

7 Евгений ГОЛУБИЧКОВ, директор по развитию бизнеса компании GTS, представил «облачную» технологию Jetfi, позволяющую обеспечивать интернетом любые мероприятия

MICE&BT Solutions



Начинать с фундамента

АВТОМАТИЗАЦИИ РОССИЙСКОГО MICE & BUSINESS TRAVEL ПОКА НЕ ХВАТАЕТ СИСТЕМНОСТИ

В настоящее время общий уровень автоматизации бизнес-процессов в сегменте делового туризма, по мнению большинства экспертов, оценивается в 25–30%. При этом многие уверены: задача не должна решаться любой ценой и становиться самоцелью, ведь и автоматизация, и ее «онлайнизация» могут успешно осуществляться лишь при определенных условиях.

Каковы же эти условия? Если говорить о решениях, позволяющих автоматизировать процессы в MICE&BT, нередко употребляется термин «поскутная автоматизация». Это происходит потому, что значительная часть игроков рынка (особенно в регионах) работает по принципу нескольких шагов, последовательно решая те или иные задачи. При этом системно автоматизировать деятельность компаний с помощью онлайн-инструментов позволяют себе немногие, в то время как уже есть подходящие для этого продукты, способные значительно упростить и облегчить рутину, — и в целом ряде случаев они успешно применяются.

РАЗНОНАПРАВЛЕННЫЙ РЫНОК

«Опросы коллег и имеющаяся информация позволяют говорить о разной степени «проникновения» онлайн-инструментов в бизнес-процессы игроков рынка, — оценивает ситуацию директор по развитию компании Corteos Роман Блинов. — У TMC этот процент может быть в районе 70–80%, а у онлайн бизнес-трэвел агентств (OBTA) уровень adoption rate, под которым подразумевается процент транзакций, сделанных полностью автоматизированно с помощью онлайн-инструментов, достигает 95–97%. Но в среднем по рынку я оцениваю «онлайнизацию» примерно в 25–30%». Примерно в том же ключе говорят о ситуации и другие участники рынка. По их оценкам, около половины компаний — клиентов крупных TMC уже используют OBT (online booking tools), постепенно доводя процент транзакций до 80–85%. А малый и средний бизнес и вовсе стремятся к стопроцентному онлайн. Однако Ольга Крыльцова, руководитель проекта BizOnTrip, с такой точкой зрения не согласна. «С увеличением количества сотрудников в компании ускоряются процессы внедрения OBT: именно крупный бизнес готов оценить выгоду от внедрения системы, позволяющей автоматизировать бизнес-процессы управления поездками, — считает она. — При этом, благодаря возможности построения корректного сквозного процесса, adoption rate корпорации достигает минимум 95%».

При этом Владимир Калинин, директор по развитию IT-продуктов Continent Express, полагает, что через OBT можно автоматически оформить все основные типы услуг. «Уровень adoption rate у наших клиентов сегодня превышает 98%, — говорит он. — При этом более 45% всех клиентских транзакций проходят через OBT, а в 2020 году мы рассчитываем на рост доли онлайн до 59%». Вместе с тем и он утверждает, что «если смотреть в целом по рынку (включая регионы и госкорпорации), оценочная доля онлайн составляет не более 20%».

В то же время глава EventPlatform Олег Крючков констатирует, что «простые и «массовые» задачи (например, на стыке с системами бронирования) автоматизированы достаточно хорошо». Однако, по его наблюдению, часть процессов вообще не подвергалась автоматизации, что, собственно, подтверждают и в среде турбизнеса. Так, Ирина Карнаухова, генеральный директор «Демлинк Атлас», отмечает, что большинство компаний начинают с back office, так как это доступно практически для всех и существует много готовых программных решений. «А вот создание инструмента для корпоративных клиентов, причем и по бронированию различных услуг, и по документообороту, и по статистике — это наиболее сложный и трудоемкий этап, требующий работы хороших специалистов», — замечает она.

Соглашается с ней и Михаил Стародубов, руководитель IT-сектора компании MAXIMICE — по его оценке, процесс автоматизации начинается именно с back office. Об этом же говорит и Татьяна Алешина, директор департамента по развитию и сопровождению клиентов UTS. Она считает, что уровень внедрения принципиально новых технологических решений и инноваций средний: «Потребность заказчиков и их ожидания сформированы, но существуют и сдерживающие факторы. В результате до сих пор многие компании с существенными затратами на трэвел-услуги отдают предпочтение офлайн».

Есть ли смысл «привязывать» необходимость комплексной автоматизации и «онлайнизации» к какому-то определенному бюджету или обороту компании?



Роман Блинов,

директор по развитию компании Corteos

Автоматизация означает сокращение затрат на ручной труд и избавление от ручного фактора. Экономия является следствием автоматизации и ведет к перераспределению или сокращению используемых ресурсов. А избавление сотрудников от рутинных, затяжных и неудобных процессов приводит к повышению удовлетворенности трудом и росту производительности их работы как на стороне агента, так и на стороне клиента.

280 млн рублей

превысил объем инвестиций крупнейших BTA в IT в 2019 году. Такие данные приводит РБК, основываясь на анкетировании ведущих агентств РФ. Наиболее существенная часть этих инвестиций пришлась на OBT. При этом в BTA утверждают, что OBT уже стали обязательным атрибутом работы — несмотря на то, что некоторые клиенты такие решения все еще не используют.



Данил Фоменко,

сооснователь BizOnTrip

Чтобы понять, что пришло время заниматься автоматизацией, нужно произвести одно несложное действие: посчитать текущие затраты на обслуживание бизнес-процессов, включая зарплату менеджеров и потери на увеличенном времени обработки заявок, а на другую чашу весов положить стоимость внедрения и обслуживания информационной системы. А затем сравнить результаты.



Михаил Стародубов,

руководитель IT-сектора MAXIMICE

Никакого нижнего порога бюджета компании, работающей в сфере MICE&BT, при котором есть смысл осуществлять комплексную автоматизацию происходящих в ней процессов, не существует: без автоматизации определенных участков этого бизнеса им вообще невозможно заниматься.

На этот вопрос однозначного ответа, пожалуй, нет. Разработчики и поставщики программных продуктов чаще говорят о том, что назвать какую-то определенную сумму практически невозможно, однако Ирина Карнаухова все же полагает, что нижний порог оборота занятой в сфере MICE&BT компании, при котором ставится задача комплексной автоматизации производственных процессов, начинается от 30–40 млн рублей в год. Впрочем, Роман Блинов уверен, что в настоящее время на рынке есть решения практически на любой кошелек. Однако тому, кто встает на путь автоматизации, нужно хорошенько рассчитать свои силы и ресурсы по дистанции. «Кроме денежных инвестиций в продукт и сопутствующую инфраструктуру, которые не всегда «отбиваются» в обозримый период, необходимы правильно выстроенная стратегия развития и внедрения продукта, перестройка алгоритмов работы и т. д., — говорит он. — Не стоит затевать эту игру, если ты не готов вкладывать в продукт достаточное количество ресурсов». «И важно изначально имплементировать гибкое решение, позволяющее моментально менять логику бизнес-процессов без необходимости доработок», — добавляет Ольга Крыльцова из BizOnTrip.

СВОЯ «КОРОБКА» БЛИЖЕ

Компоновка, функционал и правила использования систем автоматизации широко вариативны, поскольку каждый из пользователей выбирает продукт «под себя». И если одни предпочитают самостоятельные разработки под свои задачи, другие за базовую стоимость получают «коробку» с набором готовых решений, дополняя ее необходимыми функциональными «специалитетами». В частности, в Corteos применяют концепцию открытой платформы с маркетплейсом: в этом случае каждый ее участник имеет возможность самостоятельно создавать решения под собственные нужды.

По оценкам экспертов, все решения можно разделить на три группы: разработки агентств, используемые только ими; аналогичные, но предоставляемые и другим игрокам рынка за плату; изначально независимые. В свою очередь, вариантов использования насчитывается четыре — от фиксированной цены за продукт в целом (или за абонентскую плату за период его использования) до сбора за каждую выполненную транзакцию и гибридной формы, при которой фиксированная часть сочетается с переменной составляющей. Говоря о наличии готовых решений, один из экспертов охарактеризовал их стоимость «от миллиона рублей до миллионов долларов». Михаил Стародубов из MAXIMICE считает, что разработки нужно делать только под себя: «Для нашего бизнеса таких нет». Не случайно, по оценке РБК, при доле онлайн в структуре транзакций в 46,6% (за 2018 год), на ОВТ собственной разработки приходилось 43,5%. И хотя доля

используемых сторонних разработок постоянно растет (особенно у ВТА с оборотом менее 3 млрд рублей в год), пока она не превышает 5%.

Однако для российского рынка характерно то, что все представленные решения — отечественные. В частности, целый ряд компаний используют и развивают свои разработки: в их числе «Аэроклуб», UTS, «Вип Сервис», Zelenski Corporate Travel Solutions и другие. В то же время решения от IBC Corporate Travel и Starliner определились как самостоятельные проекты и предложены сторонним покупателям. Стоит отметить, что пример Starliner не очень характерен: сначала на рынке появился одноименный IT-продукт (ОВТ Starliner), а затем компания перешла в разряд полноценных бизнес-трэвел агентств с собственным ОВТ-решением, достигнув в 2018 году оборота в 2 млрд рублей. В свою очередь, к изначально независимым разработкам относят такие, как Corteos и BizOnTrip.

Что касается теоретически вероятной конкуренции между системами автоматизации (в т. ч. ОВТ) и интернет-системами бронирования услуг, нередко используемыми клиентами компаний сферы MICE&BT, эксперты ее не видят. «Даже попытки игроков онлайн-трэвел из B2C-сегмента выходить на B2B-рынок не несут в себе глобальной угрозы — все это борьба за очень узкий рынок и попытки откусить свой кусочек пирога», — полагает Роман Блинов, согласны с ним и другие представители трэвел-бизнеса.

Так, Ирина Карнаухова говорит о том, что «даже самая продвинутая интернет-система требует от пользователей времени на подбор и анализ, и поэтому для большинства компаний это не совсем выгодная схема,

КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ С БИЗНЕС-ТРЭВЕЛ АГЕНТСТВАМИ (ВТА)



Источник: РБК, исследование «Рынок бизнес-трэвел услуг России 2019»

отвлекающая сотрудников от основной работы». Михаил Стародубов прямо заявляет о том, что «угрозы больше от макроэкономических факторов». А Татьяна Алешина, директор департамента по развитию и сопровождению клиентов UTS, уверенно говорит о том, что «часть бизнес-задач интернет-системы и онлайн-агентства закроют, но экономический эффект от этого будет небольшим». Как считают в BizOnTrip, для наглядного эффекта от внедрения OBT важна возможность онлайн-системы покрывать все связанные процессы целиком. Скорее всего, большую угрозу может представлять появление на рынке крупного игрока из другой сферы (IT-холдинга, крупного банка и т. д.), способного инвестировать в отрасль огромные средства и «выжечь» ее (или навязать свою модель развития) — так, как это было на рынке такси с появлением Uber или Яндекс.

КУДА ДУЕТ ВЕТЕР

Специалисты уверены, главным трендом ближайшего будущего на рынке программных решений для MICE&VT станет создание гибридной среды, позволяющей безболезненно «увязывать» внутренние системы заказчика, исполнителя и поставщика компонентов услуг. С одной стороны, необходима персонализация и кастомизация этой среды с учетом пожеланий кон-

кретного клиента, а с другой — возможность «бесшовного» процесса смены агентства и обеспечение независимости от единственного поставщика услуг. В этой связи на конференции AVT АСТЕ в Петербурге были сформулированы несколько основных направлений, в которых будет развиваться рынок программных решений для MICE&VT. В их числе создание экосистем и платформ, разделение затрат и совместное финансирование разными участниками рынка. Создание на фоне персонализации услуг маркетплейсов и низкобюджетных моделей систем автоматизации может привлечь к этому процессу компании, раньше считавшие этот процесс слишком финансово обременительным. «И конечно, речь идет об использовании таких инструментов, как искусственный интеллект и big data», — считает Роман Блинов из Corteos. «Наличие мобильного приложения необходимо для удобства сотрудников и повышения их лояльности к использованию корпоративного OBT, — считает Данил Фоменко, сооснователь BizOnTrip. — Что в свою очередь также ведет к повышению adoption rate. С помощью добавления канала мобильного приложения увеличивается процент консолидации объемов, улучшается процесс контроля и управления затратами на тревел-услуги».



Татьяна Алешина,
директор департамента по развитию и сопровождению клиентов UTS

В настоящий момент на рынке существуют достойная экспертиза, хорошие решения и продукты, которые функционально и комплексно смогут покрыть ключевые потребности любого заказчика в сегменте business travel. При этом «глубина» кастомизации и индивидуальных доработок зависят от требований и целей каждого клиента, специфики и особенностей его бизнеса.

ДЕМЛИНК – КОМАНДА, КОТОРАЯ МЕНЯЕТ МИР, ИЛИ ВСЕ ГЕНИАЛЬНОЕ – ПРОСТО!

DEMLINK ONLINE – БРОНИРУЙТЕ БЫСТРО, РАБОТАЙТЕ С УДОВОЛЬСТВИЕМ!

- ИНТЕГРАЦИЯ**
 - DEMLINK ONLINE – CORTEOS – HAMILTON APPS
 - CALLBACK – СООБЩЕНИЕ ОБ ИЗМЕНЕНИИ СТАТУСА ЗАКАЗА
 - АВТОРИЗАЦИЯ ПО API – ПОЛУЧЕНИЕ ИЗ СИСТЕМЫ КЛИЕНТА РЕШЕНИЯ ПО АВТОРИЗАЦИИ КОМАНДИРОВКИ
 - SSO – ТЕХНОЛОГИЯ ЕДИНОГО ВХОДА В ЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ С ВНУТРЕННЕГО ПОРТАЛА КЛИЕНТА
- КАСТОМИЗАЦИЯ**
 - WHITE LABEL – СОБСТВЕННЫЙ АДРЕС САЙТА И ДИЗАЙН КЛИЕНТА
- НОВЕЙШАЯ ПЛАТФОРМА ОТ CORTEOS**

КОМПАНИЯ «ДЕМЛИНК»
1-й СМОЛЕНСКИЙ ПЕРЕУЛОК ДОМ 24А ЭТ.3 ПОМ. III
МОСКВА, 121099, РОССИЯ
ТЕЛ.: +7 (495) 7974400; 2520032
INFO@DEMLINK.RU / WWW.DEMLINK.RU





Ирина Карнаухова,

генеральный директор компании «Демлинк Атлас»

В идеале любая автоматизация означает экономию времени, высвобождение людских ресурсов, облегчение в отчетности и многие другие плюсы. Она влечет за собой активное участие и со стороны клиента (в частности, его готовность разделить ответственность за выбранные опции и условия бронирований), и со стороны исполнителя, от которого требуется огромное количество доработок в настройках с целью учесть потребности каждого клиента в соответствии с тревел-политикой компании.

С мнениями разработчиков соглашаются и представители сферы туризма. В частности, Ирина Карнаухова полагает, что направление ждет запуск качественных online booking tools в мобильных приложениях, интеграция этих инструментов с ERP-системами клиента. Татьяна Алешина из UTS упоминает внедрение ботов и сервисов на основе искусственного интеллекта, предиктивную аналитику, позволяющую создавать для путешественника основанные на его личных предпочтениях релевантные предложения, а также широкое использование инноваций и новых технологических решений (включая NDS и пр.). При этом Юлия Липатова, генеральный директор АО «Аэроklub», констатирует, что ведущиеся в компании с 2018 года активные разработки в области искусственного интеллекта направлены на то, чтобы предложения услуг клиентам были максимально точными и персонализированными. «В идеале это должен быть единственный вариант перелета/проживания, который на 100% попадает в запрос путешественника», — говорит она. Вместе с тем участники рынка полагают, что, несмотря на наличие современных систем автоматизации, сколь бы совершенными они ни были, последнее слово все равно остается за человеком. «Если говорить про автоматизацию MICE, то в большей степени это касается документооборота и осуществления достаточно простых рутинных

операций, — говорит по этому поводу Ирина Карнаухова. — В полной мере унифицировать такой креативный и разнообразный продукт все-таки достаточно сложно». Значит ли это, что автоматизация и «онлайнизация» процессов в сфере MICE&BT по-прежнему будут оставаться прерогативой богатых и успешных компаний с большими оборотами? Вовсе нет, потому что уже появились предложения даже для тех бизнесов, которые не располагают миллионами долларов. Однако, прежде чем внедрять такие системы, стоит тщательно проанализировать и оценить экономический эффект от автоматизации текущих и планируемых бизнес-процессов, а также не менее тщательно выбрать вариант разработки и способ ее использования. Ведь в одних случаях будет вполне достаточно и «коробочного» набора, а в других потребуется долго адаптировать его под собственные конкретные задачи. Но если все будет сделано правильно, это позволит заметно увеличить эффективность управления тревел-затратами и значительно упростить документооборот, а самое главное — избавить персонал агентства от рутинной и неинтересной работы, высвободив его потенциал для того самого креатива, который сейчас на волне спроса. **BT**

Владимир Сергачев

BIZ ON TRIP

На рынок онлайн-решений для управления бизнес поездками в 2017 году вышел профессиональный инструмент **BizOnTrip** от ведущего поставщика технологий для авиакомпаний и тревел-агентств.

Система изначально была спроектирована с учётом требований крупных корпоративных заказчиков к гибкости, безопасности, функциональности, удобству и соответствию стандартам.

Благодаря гибкости системы **BizOnTrip** внедрение происходит быстро и без необходимости доработок.

Система помогает корпоративным заказчикам оперативно автоматизировать и контролировать бизнес-процессы компании с организационной структурой и тревел-политикой любой сложности.

Возможность оформления бизнес-поездки по максимально выгодным тарифам гарантируется

многочисленными прямыми интеграциями с поставщиками услуг.

Решение по достоинству оценено крупными российскими и иностранными компаниями благодаря значительному снижению не только прямых расходов на бизнес-тревел, но и сокращению трудозатрат по эксплуатации онлайн-решения на стороне корпорации.

Также отмечен широкий набор дополнительных функций для заказа и управления бизнес-поездками, включая интеграционные возможности системы.

Лояльность к использованию решения сотрудниками компании также обусловлена наличием полнофункционального мобильного приложения.

Соотношение цена/качество, прозрачность и независимость продукта позволяют **BizOnTrip** занимать лидирующие позиции на рынке business travel.



Учиться никогда не поздно!

В онлайн-академиях издательского дома «Турбизнес» занятия проходят на «факультетах»: «Аэропорт Штутгарта и Баден-Вюртемберг», «Карловарский край», «Испания. Путешествие со вкусом» и «Саксония/Лейпциг». Сюда принимают без экзаменов.

Чтобы поступить в академию, достаточно зарегистрироваться в любом из этих проектов. Для этого надо зайти на сайт www.tourbus.ru в раздел онлайн-обучение и выбрать нужное направление.

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



ВАША-ЧЕХИЯ.РФ

В рамках совместного онлайн-проекта Национального туристического управления «ЧехТуризм» и ИД «Турбизнес» на сайте ВАША-ЧЕХИЯ.РФ представлен Карловарский край. Он известен, прежде всего, как регион медицинского и оздоровительного туризма, но создатели сайта не забыли рассказать и о достопримечательностях, о местных брендах, ярких событиях и возможностях активного летнего и горнолыжного отдыха.

[Ваша-Чехия.РФ](http://www.vashachehia.ru)

Сайт создан с элементами онлайн-академии. В разделе тестирования можно ответить на вопросы и распечатать памятный сертификат. Недавно на сайте прошли два вебинара: «Чешские города ЮНЕСКО» и «Карловарский край».



АЭРОПОРТ ШТУТГАРТА И БАДЕН-ВЮРТЕМБЕРГ

Учебный курс построен в виде викторины. Его задача — дать представление о туристическом направлении, которое называют «солнечной стороной Германии», в диапазоне от достопримечательностей до активного отдыха. На сайте есть видеозал, где выложены видеофильмы о Штутгарте и Баден-Вюртемберге. Для победителей предусмотрены памятные награды, включая полет в Штутгарт.

www.stuttgart-airport-quiz.ru

Крупным народным праздником вина и пива *Cannstatter Wasen*, собирающим более четырех миллионов гостей, Баден-Вюртемберг обязан Катарине, супруге вюртембергского короля Вильгельма I, дочери Павла I Екатерины Павловны Романовой (1788–1819).



САКСОНИЯ / ЛЕЙПЦИГ

Очередной семестр обучения в онлайн-академии «Саксония» посвящен Лейпцигу — городу, безусловно, достойному особого внимания. При этом структура курса отличается от предыдущих программ тем, что составлена по типу обзорной экскурсии по историческому центру города с «посещением» важнейших туристических достопримечательностей города.

www.saxony-academy.ru

В лейпцигском центре Панометр Азизи демонстрируется панорама *CAROLA'S GARDEN — A Return to Paradise*, в которой воплощенный в изображениях мир цветов представлен так, как его видят насекомые и животные.



ИСПАНИЯ

Онлайн-академия Испании представлена в учебном отделе ИД «Турбизнес» новым факультативом «Испания. Путешествие со вкусом». В нем три основных раздела: два посвящены гастрономии и напиткам, один — славной кулинарными традициями Стране Басков. Плюс к этому рубрики «Библиотека», «Видеозал» и «Рецепты». Для победителей традиционно предусмотрены призы и награды, в том числе поездка в Страну Басков.

www.spain-academy.ru

А вы знаете, что название «паэлья» происходит от названия большой сковороды, на которой готовили рис в крестьянских семьях? В нее добавлялось все, что было под рукой: овощи, улитки, морепродукты, колбаски, куриное мясо, зелень...

Объединились, чтобы стать сильнее

В январе нынешнего года на «карте» российского рынка MICE появилось новое объединение — «Союз конгресс-бюро России». Его инициаторами и создателями выступили три ведущих региональных конгресс-бюро страны — Санкт-Петербурга, Екатеринбурга и Сочи. Какие задачи решает новый Союз? Что такое «маркетинг территорий»? Открыт ли альянс для новых игроков? Слово — главным действующим лицам проекта.



Что послужило причиной соглашения между организациями трех регионов в сфере делового туризма?

Созданию альянса способствовало несколько аспектов. Во-первых, географически это позволяет охватить огромную территорию, включая курортную зону на юге, Урал и Северо-Запад. Во-вторых, каждый из вошедших в него регионов силен, самодостаточен и располагает всем необходимым для организации и проведения деловых мероприятий — нам есть чему поучиться друг у друга. Причем речь идет не только об организационном опыте, но и о нормах: оценив их и отобрав лучшее, мы могли бы делиться этими наработками с другими. Несмотря на наличие формально подписанного соглашения, наш альянс является открытой инициативой, в основном направленной на обмен информацией и поддержку друг друга. И главная его задача — с помощью объединения успешных практик выработать нормы, которые позволят эффективно развивать деловой туризм в любом из регионов страны.

Не пересекаются ли задачи вашего объединения с функциями НКБ?

Конечно, нет. Национальное конгресс-бюро — это флагман развития делового туризма в России в целом. И задачи у него другие: в основном они касаются представления страны на международном уровне и координации усилий по развитию MICE&BT в регионах России. Мы же объединились для того, чтобы самим стать сильнее и поделиться успешным опытом с другими.

На какой стадии сейчас находится этот процесс?

Мы активно обмениваемся информацией и формируем общие цели. Есть понимание, куда

нужно двигаться, какие первичные задачи надо решить, кому адресовать актуальные вопросы.

Территории, вошедшие в альянс, различаются по многим параметрам. Но наверняка есть и общие для всех проблемы...

Их несколько. Они касаются как технической стороны нашей деятельности — в частности, наличия площадок, их оснащения и прочего, — так и организационных вопросов, связанных, например, с мерами поддержки направления со стороны руководства регионов.

Вошедшие в альянс регионы сильны, но в рейтинге ICCA значится только один из них. Что, на ваш взгляд, мешает занимать более высокие позиции?

Скорее надо вести речь о том, что еще нужно сделать для этого: решать вопросы визового режима, расширять транспортную доступность регионов, делать развитие направления приоритетным. Надо вести постоянный диалог с федеральными ведомствами, которые занимаются многими вопросами. Он, кстати, идет: МИД, в частности, постепенно становится все более открытым и готовым проявлять гибкость в их решении. И появление электронных виз в ряде регионов России — тому подтверждение. Что касается транспорта, здесь картина пока такая: да, в Петербурге получили право на прием граждан 53 стран мира по электронным визам, но значительная часть рейсов из-за границы по-прежнему прибывает в Москву, где этот режим пока не действует. И этот вопрос, конечно, надо решать на федеральном уровне. У каждого из регионов есть и свои внутренние сложности: состояние номерного фонда в отелях, возможности организации питания больших групп, нюансы транспортного обслуживания и т. п. **BT**

Руководитель Конгрессно-выставочного бюро (КВБ) Петербурга **Андрей Мацарин** с воодушевлением говорит об инициативе по созданию межрегионального альянса, благодаря которому будет расширено взаимодействие между профильными структурами в Северной столице, Сочи и Екатеринбурге.

Суть партнерства регионов — в синергии

Президент Черноморского Конвеншн Бюро **Эллина Акиншина** рассказывает о маркетинговом союзе КВБ трех регионов России, обозначает его актуальные задачи и широкие возможности.

В новый альянс вошли три крупных российских региона. В чем вы видите главные цели объединения?

Я считаю, это действительно серьезный прорыв. Три региона решили сотрудничать в части методологической, информационно-аналитической и организационной поддержки. На мой взгляд, мы недооцениваем ресурсы нашего внутрироссийского рынка, и активное взаимодействие регионов позволит внутренним заказчикам деловых и событийных мероприятий лучше узнать их потенциал. Цель — стать пилотными регионами, где в атмосфере взаимной поддержки и активного обмена опытом можно будет отработать наиболее эффективную модель сотрудничества между государственными и бизнес-структурами.

Не противоречат ли ваши цели и задачи тем, которые решает ассоциация «Национальное конгресс-бюро России» (АНКБ)?

Мне кажется наша деятельность взаимодополняема. Одна из главных задач АНКБ — продвижение страны на международном рынке деловых мероприятий. Но формировать маркетинговый продукт должны регионы. Без четкого позиционирования регионов возможности большой страны будут непонятны целевой аудитории — и как следствие, низкая эффективность работы по привлечению клиентов. Создание межрегионального продукта по единым стандартам даст больше ясности клиентам в определении локации проведения мероприятий в соответствии с их задачами.

Какие первые шаги предпримет ваше объединение для достижения поставленных целей?

Во-первых, осуществить обмен наработками в области нормативных актов, определить свод

поддерживающих мер по развитию делового туризма. Во-вторых, выработать единый подход в формировании регионального продукта, разработать единую форму. В-третьих, сформировать общее предложение по конгрессно-туристическому региональному продукту. Важно реализовать и еще одну задачу — создание центра компетенций. Для этого предстоит решить большой блок подзадач, в первую очередь подготовить информационно-аналитические разделы для функционирования центров компетенций.

На ваш взгляд, чего не хватает российским регионам для прорыва — в том числе на международном рынке MICE?

Пока нет четкого позиционирования регионов и основных игроков, не проработаны механизмы поддержки организаторов мероприятий со стороны государства. Также не хватает четкой дорожной карты развития делового и событийного туризма. К тому же отсутствует сформированная экосистема между основными участниками индустрии встреч. Что касается международного продвижения, кроме четкого позиционирования самобытных регионов России и выработки единых стандартов представления продуктов, нужно преодолеть разобщенность игроков рынка. Необходима согласованность действий между государством и бизнесом в продвижении России.

В чем преимущества российских регионов в плане привлечения международных конференций, конгрессов, других событий, а также для проведения ин센сив-программ?

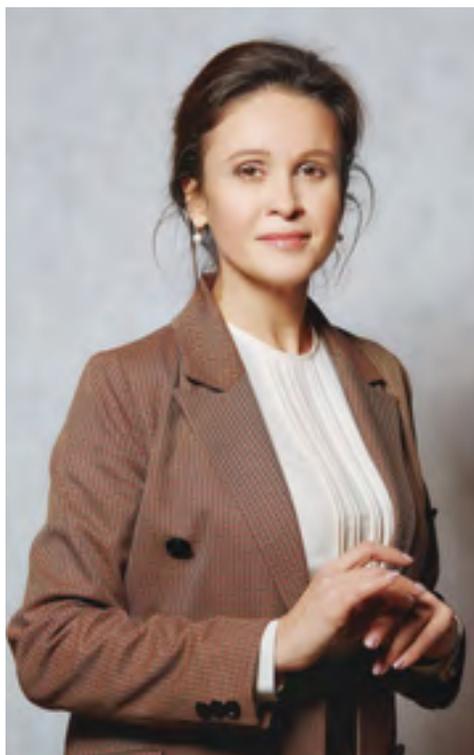
Все участники нашего соглашения — это регионы-лидеры для проведения таких мероприятий в России. Прекрасная инфраструктура,



высокотехнологические площадки, уникальные ландшафты и аутентичные региональные продукты. Если будет предпринят комплекс согласованных действий между бизнесом и государством, есть все предпосылки, чтобы Россия вошла в топ-10 стран по деловому туризму. Это большая работа на перспективу, но без четких скоординированных действий всех участников рынка ничего не изменится. Сейчас для клиентов, как никогда прежде, важны инновационность, креативность, разнообразие. Наши регионы настолько самобытны, что мы сможем представить абсолютно аутентичные программы, которые можно ротировать из года в год.

Открыт ли ваш альянс для приема новых участников? Существуют ли намерения у других региональных КВБ присоединиться к нему?

Да, безусловно. Мы делаем успешные проекты и ставим амбициозные цели по развитию курортов Черноморского региона. К нам присоединяются сильные игроки рынка, которые понимают, что сила в синергии. Позиция партнерства очень выгодна и с точки зрения конкретного бизнес-результата для участника Черноморского Конвеншн Бюро, и с точки зрения развития региона — а как следствие развитие всех бизнесов в регионе на более качественном и масштабном уровне в долгосрочной перспективе. **BT**



Русская тройка

Оксана Трофимова-Ниденталь, исполнительный директор НП «Конгресс-бюро г. Екатеринбурга», делится своим мнением об уникальном маркетинговом объединении для продвижения делового туризма в регионах России

Основным конгресс-бюро работаем над региональным центром компетенций, задачами которого будет изучение и внедрение лучших практик НПА, мер поддержки, инновационных технологий. Второй большой блок работы связан с созданием межрегионального конгрессного продукта и каналов его продвижения. Зайдя на сайт ассоциации НКБ, можно охватить и отраслевую специфику, и уникальные туристские ресурсы, и маркетинговые организации регионов страны.

Какие, на ваш взгляд, главные болевые точки российских региональных рынков MICE?

В целом стоит отметить небольшое количество заявок на проведение крупных мероприятий. Это связано и с нашей собственной низкой активностью на MICE-рынке, и с малой информированностью заказчиков мероприятий о конгрессно-туристических возможностях регионов России. К сожалению, не у всех субъектов есть шанс принять на себя роль организатора. Этот дисбаланс можно и нужно устранять — планируется, что наше соглашение будет тому способствовать.

За последние несколько лет Россия заметно укрепила свои позиции как интересное и значимое MICE-направление. И вместе с тем наши крупные города и регионы, по данным ICSSA, лишь в третьем десятке профильного рейтинга. Так чего же не хватает для прорыва на международном рынке?

Мы должны предлагать заказчику такой уровень содержательности и экспертности, глубинного профессионализма в раскрытии темы, чтобы у него возникло желание приехать в Россию. На наш взгляд, не хватает обмена опытом у специалистов и игроков MICE-индустрии, необходимо пересмотреть программы подготовки кадров, нужно привлекать молодое поколение к развитию делового туризма России, нужно идти в ногу со временем. Наша страна предлагает огром-

ную вариативность в выборе тем и регионов, и вне всякого сомнения, этот правильно упакованный уникальный конгрессно-выставочный продукт позволит России выйти если не в лидеры, то в «модные новинки» мирового ассортимента деловых туристических направлений в ближайшие несколько лет.

В чем сильные, конкурентные преимущества российских регионов в плане привлечения международных событий, а также для проведения инсентив-программ?

В регионах в последнее время появляется все больше крупных конгрессных площадок для проведения масштабных мероприятий — это значимый фактор. Достаточно демократичная стоимость проведения ивента в России для зарубежного заказчика — немаловажный аспект. Безусловно, стоит отметить наличие в регионах высококлассных специалистов: спикеров, участников, лидеров мнений, так называемых амбассадоров территории, способных убедить мировое сообщество выбрать свой регион для проведения крупного ивента. Провести классный ивент вблизи моря, гор, в мировой культурной столице или в современном высокотехнологичном креативном мегаполисе? Легко. Наша страна контрастна и многогранна — это привлекает.

Ваш альянс открыт для приема новых региональных КВБ? Новые участники уже «стучатся» к вам в двери?

Безусловно, мы рассматриваем такой вариант, что регионы последуют нашему примеру и задумаются об объединении, возможно, даже захотят присоединиться к нашему альянсу. Мы обязательно предложим вступить в наши ряды новым региональным конгресс-бюро, даже проводим анализ регионов с точки зрения перспектив их развития и возможностей. Но на данном этапе нам как объединению трех регионов предстоит еще много самостоятельной работы. **BT**

Произошло важное событие — создание альянса, в котором принимают участие три региона. Расскажите о его главных задачах. Почему в него вошли именно Санкт-Петербург, Сочи и Екатеринбург?

Основной задачей объединения является сотрудничество — во многих аспектах: информационная поддержка, совместная аналитическая деятельность, а также создание сети региональных центров компетенций. Объединение поможет наладить обмен опытом и лучшими практиками, выработать единые подходы к формированию регионального продукта и продвижению его на рынке делового туризма. Выходить на международный уровень, заявлять о себе гораздо проще, когда представляешь не один, а сразу три крупнейших конгрессно-выставочных региона России. Такого прецедента еще не было — мы первопроходцы, но тем не менее уверены, что сотрудничество будет продуктивным.

Намечены ли первые шаги, которые примет ваше объединение для достижения поставленных целей?

Безусловно, уже при составлении текста межрегионального соглашения мы понимали, какими должны быть первые шаги. На данный момент мы совместно с муниципалитетом города Екатеринбурга, Уральским и Нац-



MICE — это зверь, которого нужно приручить

Своим профессиональным мнением о развитии делового туризма в России с читателями журнала Business Travel делится **Наталья Евневич**, организатор проекта «День MICE в регионах» и директор группы компаний «Конкорд».

2019 год стал знаковым, потому что для нашей индустрии деловой туризм признан отдельным видом туризма. Официально это было закреплено в «Стратегии развития туризма до 2035 года», утвержденной распоряжением Правительства РФ (от 20 сентября 2019 года №2129-р), в соответствующем разделе документа. Стратегия направлена на комплексное развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации, а также на усиление его социальной роли и обеспечение доступности туристских услуг. Одним из приоритетных направлений развития сферы туризма, обозначенных в Стратегии, выделен деловой туризм, и это большой шаг вперед, но предстоит решить еще много проблем. К примеру, понятийный аппарат — существует ли отличие делового туризма от событийного и MICE? Или это звенья одной цепи? Что такое MICE, как этого «зверя» понять и приручить?

Нужно иметь в виду, что эта путаница сказывается на работе регионов, которые только «открывают» для себя новое направление деятельности и пока не знают, что с ним делать. В регионах России пока не понимают, что это за существо такое MICE и как с ним обращаться. Никаких методических пособий по работе нет, региональным компаниям просто не на что опереться. Прямо хочется написать методичку с пометками «что делать» и «с чего начать» — инструкцию к применению! Вероятно, так и будет сделано в ближайшее время. Как это ни удивительно, не все понимают, что первым делом нужно сформулировать преимущества своего региона, сделать описание доступных объектов размещения и площадок, придумать свои «фишки», чтобы привлечь организаторов мероприятий на свою территорию.

Как достичь результатов, прописанных в концепции развития делового туризма? Городам России сейчас сложно — кроме крупных игроков типа Москвы, Санкт-Петербурга и Екатеринбурга, все находятся примерно в равных условиях. Приходится работать с наследием советского времени в виде деловых отелей и конгресс-центров, которые трансформируются под различные мероприятия. Но это не повод опускать руки, везде можно найти что-то уникальное. Например, в Бурятии, где нет хороших залов и отелей, все большие ивенты организуют в здании Правительства, а когда это невозможно — предлагают провести мероприятие в юртах или музеях.

Желая помочь в решении данных вопросов, представители Ростуризма предложили подойти к изучению задач более детально. В разрабатываемых в настоящее время подстратегиях к Стратегии развития поэтапно будет прописан план необходимых действий.

Большая задача стоит перед органами управления туризмом в формировании мотивации для операторов деловых мероприятий, которые «приводят» проекты в регионы. Ростуризмом впервые в 2019 году были выделены бюджеты для туроператоров, принимающих иностранных туристов в России, но здесь возникли проблемы с получением этих субсидий операторами, принимающими деловых туристов. В положении о субсидировании указано, что компания, которая занимается въездным туризмом, обязательно должна обладать лицензией на осуществление данного вида деятельности. А в реальности операторы, организующие деловые конгрессы и выставки, ее не имеют — в этом просто не было необходимости. Таким образом, получение материального поощрения за привлечение в страну «качественных» туристов, какими являются посетители форумов и конгрессов, становится невозможным.

И всё это на фоне возрастающего интереса со стороны зарубежных партнеров к проведению и организации различного рода мероприятий в городах и регионах России. К сожалению, нужно признать, что пока у делового туризма нет активного лоббиста ни в стенах Ростуризма, ни в Министерстве экономического развития, что заметно сказывается на состоянии отрасли. Отрасль давно нуждается в своем «отдельном» Законе, регламентирующем все сферы, а также в «хозяйской руке», которая отстаивала бы ее интересы на самом высоком уровне. **BT**

/// Одним из приоритетных направлений развития, обозначенных в «Стратегии развития туризма до 2035 года», выделен деловой туризм, и это большой шаг вперед, но предстоит решить еще много проблем. К сожалению, нужно признать, что пока у делового туризма нет активного лоббиста ни в стенах Ростуризма, ни в Министерстве экономического развития, ни в Государственной Думе, поэтому дело так медленно движется.

MICE в регионы России!

ИНСТРУКЦИЯ К ПРИМЕНЕНИЮ

www.miceday.ru

[@miceday2020](https://www.facebook.com/miceday2020)

www.mice-award.ru

ЗАДАЧИ

Инфраструктура MICE России сделала огромный шаг вперед — к глобальной конкурентоспособности, однако власти в регионах не полностью осознают потенциал своего региона на MICE-карте России, а операторы рынка не владеют информацией о возможностях регионов.

- Демонстрация аудитории актуальных достижений и возможностей MICE-индустрии России
- Анализ возможностей и обсуждение стратегии реализации потенциала каждого региона России как MICE-направления
- Знакомство российских и зарубежных MICE-заказчиков с лучшими региональными MICE-продуктами
- Привлечение заинтересованного внимания всех стейкхолдеров отрасли к выгодам развития регионов как MICE-направлений

АУДИТОРИЯ

Проведение цикла мероприятий в различных регионах России, в самых дальних ее уголках позволит превратить это событие в САМОЕ МАСШТАБНОЕ В ОТРАСЛИ ЗА ВСЮ ИСТОРИЮ MICE-индустрии России!

- Правительство РФ
- Федеральные и региональные институты развития
- Органы исполнительной власти регионов России
- Профессиональные организаторы мероприятий, PCO, крупнейшие российские и зарубежные MICE- и Event-агентства
- Российские и зарубежные корпоративные MICE-заказчики
- Федеральные и региональные DMC, все региональные операторы рынка индустрии встреч, MICE-объекты: отели, площадки, рестораны, кейтеринговые компании, агротуристические центры, транспортные компании, поставщики оборудования для мероприятий, продюсерские центры, артисты, кавер-группы
- Отраслевые и деловые СМИ

ЦИФРЫ И ФАКТЫ 2019

7
стран

Россия, Беларусь,
Азербайджан, Италия,
Норвегия, Япония, Киргизия

>7000

интернет-голосований

5 городов

Ростов-на-Дону, Екатеринбург,
Санкт-Петербург, Сочи, Москва

>100
спикеров

>40

партнеров
проекта

30
экспертов

MICE-визит
в Тульскую область

BE IN RUSSIA
TOP 100

250
КОМПАНИЙ-ПОСТАВЩИКОВ

>350
ЗАКАЗЧИКОВ

6000
ДЕЛОВЫХ КОНТАКТОВ

MICE-Баттл

6 команд 5 регионов

Большой Урал, Калининград,
Воронеж, Горный Алтай,
Ростов-на-Дону

>2500

профессионалов
отрасли

4

номинации
партнеров

12

номинаций
премии
RBT&MA

5

отраслевых
мероприятий
на одной
площадке

ВСЕРОССИЙСКИЙ ДЕНЬ MICE 2020



МОСКВА
ИНТУРМАРКЕТ

ГЕЛЕНДЖИК

РОСТОВ-
НА-ДОНУ

КРАСНОДАР

ТВЕРСКАЯ
ОБЛАСТЬ

ЯРОСЛАВЛЬ

Н. НОВГОРОД
МОСКВА

ВОРОНЕЖ

КРЫМ

МАРТ

АПРЕЛЬ

МАЙ

ИЮНЬ

ИЮЛЬ

СЕНТЯБРЬ

ОКТАБРЬ

НОЯБРЬ

ДЕКАБРЬ

Участники: исполнители региональных органов власти, региональные поставщики, корпоративные заказчики, представители EVENT/MICE/Business-travel агентств. Профильные медиа.



МОСКВА

**«Территория MICE»
в рамках Международной туристической
выставки «ИНТУРМАРКЕТ-2020»**

Образовательно-дискуссионная программа: мастер-классы, открытая дискуссия, тематическая сессия

Новый формат деловых встреч
НЕТВОРКИНГ 20.20 — программа
«hosted buyers»

Пресс-брифинг



РОСТОВ-НА-ДОНУ

«День MICE на Дону 2.0.»

Воркшоп и программа ознакомительных визитов на MICE-объекты региона.



ТВЕРСКАЯ ОБЛАСТЬ

**MICE-ФЕСТ в рамках
Национального туристского форума
«Реки России»**

Новые форматы деловых
и тимбилдинговых мероприятий
на круизных маршрутах



ЯРОСЛАВЛЬ

«День MICE в Ярославии»

Образовательно-дискуссионная программа «MICE в Ярославии»

Новый формат деловых встреч
НЕТВОРКИНГ 20.20

Программа ознакомительных визитов на MICE-объекты региона, интерактив



НИЖНИЙ НОВГОРОД

«MICE-фест на просторах Волги»

Конференция и воркшоп
«Meet in Nizhniy Novgorod/
Встречаемся в Нижнем Новгороде!»

«Bleisure (business+leisure) на просторах Волги: традиционная гастрономия, бренды и легенды региона, мастер-классы по традиционным промыслам региона, квесты по уникальным историческим объектам»



МОСКВА

«Всероссийский День MICE»

Бизнес-форум
«Россия как MICE-дестинация»

Супер-воркшоп BE IN RUSSIA

MICE-баттл команд регионов России

Мастерская тимбилдинга

Церемония награждения XI премии
Russian Business Travel&MICE Award



ВОРОНЕЖ

«День MICE в столице Черноземья»

Интерактивная программа
«MICE в регионы России»

Новый формат деловых встреч
НЕТВОРКИНГ 20.20

Программа ознакомительных визитов на современные и традиционные MICE-объекты региона



КРЫМ, СЕВАСТОПОЛЬ

**«MICE в регионах России. Кино&вино
для новых форматов мероприятий»**

Новые форматы деловых
и тимбилдинговых мероприятий

Программа ознакомительных визитов на MICE-объекты региона, интерактив

Индустрия встреч на берегах Невы

С 22 по 24 января в петербургском Конгрессном центре «ПетроКонгресс» состоялся IX Евразийский ивент-форум (EFEA).

Основное событие отрасли прошло под слоганом «Код устойчивого развития в ивент-индустрии. Люди. Планета. Прибыль». Председатель оргкомитета EFEA, генеральный директор Выставочного научно-исследовательского центра R&S Дарья Островская отметила важные темы, требующие обсуждения: «Как мероприятия и деятельность по их организации влияют на формирование будущего? Что значит вести устойчивый бизнес? На эти и другие вопросы ответят участники Евразийского ивент-форума». За девять лет проведения EFEA подтвердил статус авторитетного события для специалистов ивент-индустрии. В его деловой программе

и специальных мероприятиях ежегодно принимают участие более 500 профессионалов отрасли из 8 стран и более 20 регионов России.

На площадке EFEA состоялся традиционный бизнес-день, в рамках которого прошла брейн-сторм-сессия, ведущие российские специалисты в области событийной индустрии провели мастер-классы. Совместное заседание Комитета ТПП РФ по предпринимательству в сфере туризма и Комитета ТПП РФ по выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности было посвящено оценке состояния и перспектив бизнес-туризма. Помимо деловой программы, гости EFEA смогли увидеть новинки поставщиков оборудования и сервисных услуг на выставке Event EXPO, провести переговоры на Бирже деловых контактов.

Журнал Business Travel наградит лучших



Журнал Business Travel учредил специальную награду победителям деловых номинаций Премии Event-Прорыв.

Победители в номинациях «Лучшее деловое событие» и «Лучшее официальное мероприятие» получат специальные награды от журнала Business Travel — сертификаты на право публикации материала о проекте в одном из номеров журнала.

Премия Event-Прорыв вручается в Нижнем Новгороде ежегодно с 2011 года, и является главной частью Межрегионального фестиваля индустрии событий Event-Прорыв, который включает в себя конкурс региональных event-проектов со всей России, публичную защиту проектов, конферен-

цию и мастер-классы по теме организации событий, нетворкинг, церемонию вручения премии.

Одна из главных ценностей премии Event-Прорыв — это присутствие в составе жюри представителей более 30-ти крупных российских и зарубежных компаний-заказчиков, которые заинтересованы в контакте с региональными event-компаниями. Среди них: Сибур, Альфа-Банк, Mail.ru, Мегафон, Вымпелком, Сбербанк Первый, Фаберлик и другие.

Церемония награждения победителей премии состоится 12 апреля.

Дополнительная информация о премии на сайте — <https://proryv.eventnn.ru/>

Новый семестр в Demlink People School

Demlink People School начинает 2020 год с серии новых тренингов, обучение уже прошли более ста корпоративных клиентов.

Группа компаний «Демлинк» организовала серию тренингов для корпоративных клиентов на тему «Online Booking Tool». В настоящее время инструментом онлайн-бронирования пользуются свыше 250 компаний, которые обслуживает «Демлинк» по корпоративному договору.

Новые тренинги стартовали в январе, спикером выступает руководитель департамента по опти-

мизации бизнес-процессов Михаил Радченко. Продукт демонстрируется на новейшей версии платформы Corteos с уникальными доработками от «Демлинк».

Несмотря на успех новой обучающей серии, клиенты компании не забыли о тренингах «Business Travel», которые по-прежнему успешно развиваются и пользуются большим спросом. Разделы тренинга: авиабилеты, ж/д билеты, услуги по России и СНГ, услуги за рубежом, паспортно-визовые и миграционные услуги. Тренинг ведут профес-

Персонально для фармацевтов



IBC Corporate Travel и Raketa в январе 2020 года запустили новый модуль Online Booking Tool (OBT) специально для фармацевтических компаний.

Фармкомпании имеют свои особенности: сотрудники часто ездят в небольшие деловые поездки, в том числе передвигаются на служебном автомобиле, работают в выходные и праздничные дни.

«Наши клиенты строго соблюдают законодательство, поэтому учет выходных дней в рамках командировки для таких компаний крайне важен. Первый тестовый релиз нового модуля состоялся в ноябре 2019 года. Сегодня он доступен всем клиентам IBC Corporate Travel в системе Raketa», — комментирует руководитель проекта Анна Буданова.

Еще в 2017 году IBC Corporate Travel и Raketa впервые разработали модуль с дополнительными функциями, который позволяет оформлять приказы и авансовые отчеты в OBT. «Сегодня возможности этого инструмента стали шире и масштабнее — теперь система учитывает особенности отрасли клиента».



сионалы с большим стажем — директора профильных департаментов компании «Демлинк».

«Демлинк» приглашает всех желающих корпоративных заказчиков: секретарей, административных специалистов и трэвел-координаторов воспользоваться уникальной возможностью — пройти обучение с получением сертификата участника.

Направить заявку можно по адресу: marketing@demlink.ru.

Новая география «Территории MICE»

АНО «Проектный офис MICE» в прошлом году стремительно стартовала на рынке сразу с несколькими крупными проектами. В какие новые российские регионы придет Офис в этом году? Что такое «Территория MICE»? На эти и другие вопросы отвечают исполнительный директор организации **Марина ВАСИЛЬЕВА** и креативный продюсер **Ольга АЛЕКСЕЕВА**.



Марина, как родилась идея проекта и в каком русле происходит его развитие?

АНО «Проектный офис по развитию индустрии организации мероприятий» был создан летом 2019 года. Создание отдельной организации явилось логичным продолжением той деятельности, которая уже велась медиахолдингом «Турбизнес» и ГК «Конкорд» при поддержке ТПП РФ в рамках проектов «Всероссийский День MICE» и «Russian Business Travel and MICE Award».

Подписаны соглашения о сотрудничестве с ТПП РФ, Ассоциацией экономического взаимодействия субъектов РФ «Союз развития туризма в Российской Федерации» (ОСИГ), с университетом туризма и сервиса РГУТИС, с Российским Союзом выставок и ярмарок (РСВЯ). В планах подпи-

сание соглашения с Ассоциацией «Национальное конгресс-бюро» и другими организациями.

Какова ваша стратегия на рынке?

Существует несколько основных задач. Необходимо презентовать возможности регионов России корпоративным заказчикам мероприятий и представителям MICE/Event компаний. Также предстоит наладить деловую коммуникацию организаторов мероприятий с региональными поставщиками услуг, выработать общие требования и соглашения об уровне предоставления услуги (SLA). В связи с тем, что образовательная составляющая активно реализуется в проектах Всероссийского дня MICE, в этом году появилась необходимость вывода экспертов в отдельное сообщество под определенные задачи.

MICE-индустрия сейчас переживает подъем. Ольга, какие планы у «Проектного офиса MICE» на этот год?

В этом году «Проектный офис MICE» стал соорганизатором премии Russian Business Travel & MICE Award. Для независимой оценки номинантов был создан экспертный совет известных представителей MICE-индустрии. Мы приглашаем профессионалов, которые готовы делиться опытом. И с этой целью создали MICE Academy.

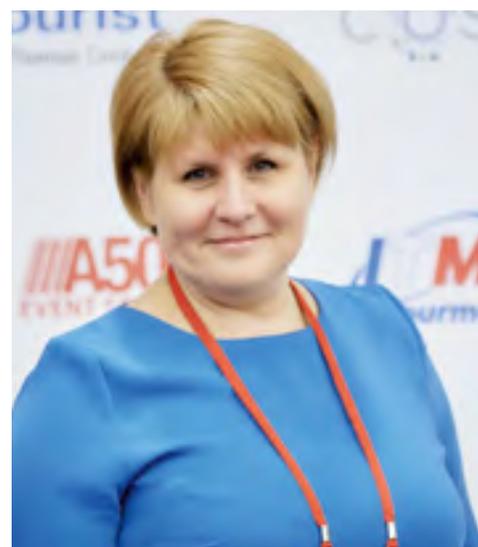
Несомненно, в дальнейшем мы планируем чествовать лучших и присваивать статус «MICE-академик» за особые заслуги перед отраслью. Запускается дискуссионно-образовательный проект «Территория MICE». Мы приглашаем профессионалов рынка войти в экспертный совет и готовим сайт, на котором будет много полезной и актуальной информации. Если вы не получили приглашение, но видите в себе потенциал, пришлите фразу «ХОЧУ СТАТЬ СПИКЕРОМ» в FB группу @miceacademy.ru или @project.office.MICE.

Как происходит развитие проекта в регионах? Какие «фишки» вы предложите рынку?

Если в 2019 году мы посетили Ростов-на-Дону, Екатеринбург, Тулу, Санкт-Петербург и Сочи, то на этот год к ним добавятся Краснодар, Нижний Новгород, Ярославль, Воронеж, Тверская область, Крым. Возможно и другие регионы примут Всероссийский день MICE. География проекта стремительно растет в связи с большим интересом и жесткой конкуренцией среди городов России. Не знаю, можно ли назвать это «фишкой», но то, что созрела необходимость создания сообщества экспертов, это факт.

Будут ли нововведения в рамках Всероссийского Дня MICE-2020?

Конечно, да. В тренде диджитализация. Многие компании на мероприятиях используют мобильные приложения, но не все знают, каким образом добиться их максимальной эффективности. Также мы планируем использовать любимую форму сбора информации на бумажном носителе — своего рода «фетиш», как магнит из путешествия, который сохраняем на долгую память. «Территория MICE» — считайте, что это геогра-



фическая принадлежность проекта «Всероссийский день MICE» и слоган 2020 года. Поскольку мы осваиваем регионы России, значит, будет формат «паспорта» — это не останется только красивой метафорой, а будет полезным путеводителем по «Территории MICE».



Пошли на принцип

ПО ИТОГАМ 2019 ГОДА ПЕТЕРБУРГ ПРИНЯЛ МИЛЛИОН ДЕЛОВЫХ ГОСТЕЙ

Оценки профильного комитета Смольного показывают, что в прошлом году количество участников событий сферы MICE&VT в городе на Неве выросло по сравнению с 2018 годом на 10% и достигло принципиального рубежа в миллион человек. Но останавливаться на достигнутом никто не собирается: в 2020-м показатель снова обещают увеличить.



Андрей Мацарин,
генеральный директор СПб ГБУ
«Конгрессно-выставочное бюро»

В краткосрочной перспективе нашими главными задачами станут создание эффективной системы стимулов для увеличения числа площадок, условий для повышения социально-экономического эффекта от проведения деловых мероприятий, а также внедрение экологических стандартов в рамках проведения собственных мероприятий.

Подводя итоги года, глава Комитета по развитию туризма Петербурга Евгений Панкевич уверенно заявил, что результат обусловлен как активной работой Конгрессно-выставочного бюро (КВБ) города, так и успешным использованием впервые задействованного в России инструмента — программы амбассадоров. «Эффект от их деятельности очевиден», — констатировал он, подчеркнув, что масштаб привлечения деловых событий с применением такого подхода будет только расширяться.

ЕСТЬ ГДЕ ПРИНЯТЬ

В настоящее время инфраструктура приема деловых гостей в Северной столице позволяет организовывать мероприятия любого уровня, включая события с числом участников в несколько тысяч человек. Если приводить цифры, по данным КВБ, в 2019 году в городе состоялось 415 значимых мероприятий, а привлеченные с помощью программы амбассадоро-

в встречи аккумулировали в экономику Северной столицы около 760 млн рублей. По словам генерального директора конгресс-бюро Андрея Мацарина, благодаря работе амбассадоров (а их уже 21) в этом году в Петербурге пройдут такие масштабные конгрессы мирового уровня, как Международная конференция по исследованию космоса Glex 2020, Международная конференция «Речь и компьютер» SPECOM 2020 и конференция глобальной кампании «Сестринское дело сегодня». Да и перспективы по этой линии отменные. «Создание программы амбассадоров — очень правильный шаг», — заявил по этому поводу руководитель Nationalpark Wadden Sea Петер Симонсен (Дания).

Правда, в статистике Международной ассоциации конгрессов и конференций (ICCA) Петербург пока не блещет: по итогам 2017 года, со взятыми в расчет 31 событием, в мире он занимал 86-е место, а результаты следующего года поставили его в рейтинге этой организации еще ниже. И это понятно: ICCA учиты-

вают только крупные, ротируемые в разных странах события с большим числом зарубежных участников, и из всех проводимых в Петербурге (а общее число ежегодно организуемых превышает 5 тысяч) «в зачет» попадает только 30–40, в то время как у «передовиков» — не менее полутора сотен.

В этой связи Алексей Калачев, директор Национального конгресс-бюро, выступая в Петербурге, заявил, что на мировом рынке Россия как место проведения деловых мероприятий пока занимает менее 1%, а из 12 тысяч ежегодно учитываемых ICCA событий у нас проводится около ста. «Нам нужен рывок, — уверен он. — И возможности для организации массы мероприятий у нас есть, поскольку 83% учитываемых ICCA событий — встречи с числом участников до 500 человек. Годных для этого площадок, а также готовых организовать встречи любого уровня компаний у нас хватает».

И это действительно так. Официальная статистика такова: в Петербурге находится 199 конгрессно-выставочных площадок, в числе которых 110 отелей и 10 выставочных комплексов. А еще десятки дворцов, музеев, театров, культурных пространств и прочих объектов, которые могут принимать и обслуживать деловые мероприятия (полную информацию, включая характеристики, можно найти по ссылке <https://saintpetersburgcb.com/venues/>). Если учесть, что спектр площадок велик, а их характеристики заметно отличаются (КВЦ «Экспофорум», к примеру, располагая 68-ю залами, может одновременно принимать сразу ряд крупных событий, а его общая вместимость достигает 30 тысяч человек), Петербург все чаще выбирают для разнокалиберных мероприятий — включая, конечно, и крупные.

Так, директор по развитию «ЭкспоФорум-Интернэшнл» Денис Осадчий констатировал, что Петербургский международный газовый форум собрал в 2019 году около 30 тысяч посетителей и 5,5 тысячи делегатов из 55 стран. В работе Петербургского международного экономического форума (ПМЭФ) приняли участие более 19 тысяч человек из 145 стран мира, а на 23-й сессии Генеральной ассамблеи UNWTO (United Nations World Tourism Organization) присутствовали более 2 тысяч представителей отрасли из 138 стран. Да и в 2020-м город ждет проведения Всемирного конгресса шеф-поваров Worldchefs Congress & EXPO, конгресса Всемирного общества кардиоторакальных хирургов и целого ряда других больших событий. А главное деловое событие, ПМЭФ, станет еще более масштабным, так как, по сообщению организующего его фонда «Росконгресс», на площадке ПМЭФ состоятся деловые форумы ШОС, БРИКС и АСЕАН, а также Российский форум малого и среднего предпринимательства.

ПИТЕРСКИЕ «ИЗЮМИНКИ»

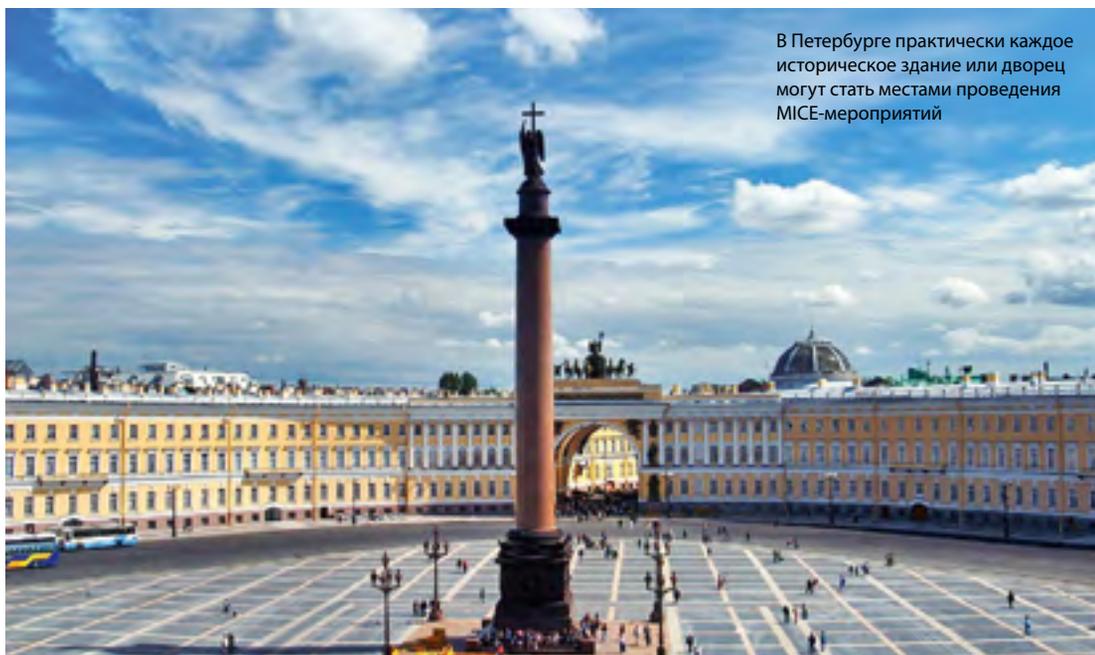
При этом, если деловая часть программ MICE&VT в городе на Неве не сильно отличается от любой другой в ином месте, культурная и развлекательная составляющие могут быть весьма оригинальными. Эксперты подчеркивают: сейчас в сфере делового туризма растет спрос на креатив, когда заказчик хочет провести мероприятие так, чтобы оно запомнилось и было единственным в своем роде. Тематические квесты, иммерсивные экскурсии, неординарные мастер-классы, интерактив... И всего этого в Петербурге предостаточно.



Инна Фокина,

заместитель директора бизнес-трэвел агентства Starliner

Если говорить о командировках, всё больше российских бизнес-туристов приезжает в Петербург: по сравнению с предыдущим годом количество таких поездок в 2019-м выросло в среднем на 10%. Что касается международного направления, здесь положительное влияние окажет введение электронных виз и режима «открытого неба» для Пулково. Также можно вспомнить модный в последнее время тренд bleisure: Петербург обладает огромным потенциалом для привлечения бизнес-путешественников, желающих продлить командировку за счет «культурного» отдыха.



В Петербурге практически каждое историческое здание или дворец могут стать местами проведения MICE-мероприятий

ВЕДУЩИЕ ИГРОКИ НА РЫНКЕ MICE&VT ПЕТЕРБУРГА*

- ▶ «Аэроclub»
- ▶ Starliner
- ▶ Expoforum International
- ▶ РЕСТЭК
- ▶ МАКО Конгресс Менеджмент
- ▶ Мономакс
- ▶ Санкт-Петербург Экспресс
- ▶ Global Russia DMC&PCO
- ▶ Galaktika DMC
- ▶ Favorit DMC

* — по данным журнала Business Travel



Сергей Воронков,
генеральный директор «ЭкспоФорум-Интернешнл»

Сфера MICE&VT не зависит от сезонности и позволяет развивать коммуникации между представителями делового сообщества. А личные визиты зарубежных предпринимателей в Россию помогают мировому бизнесу увидеть реальную картину происходящего и, таким образом, способствуют продвижению России в качестве туристической державы.

Примеры? По отзывам организаторов, в настоящее время город на Неве способен удивить уникальными предложениями даже выдавших виды бизнесменов. В частности, это могут быть такие эксклюзивные варианты, как аэротур на частном самолете с облетом вокруг башни Лахта-центра или экскурсия с гидом, в качестве которого выступает... оперная певица. А также визиты в мастерские художников, прогулки по крышам, «царская» ложа в театре, променады по «барной» улице и многое другое, что делает обычный деловой визит не таким, как в других городах мира. И вариантов — десятки, включая даже поход на рынок за продуктами с последующим приготовлением «русского» салата, сопровождаемого рюмочкой водки.

Впрочем, успехи города в привлечении деловых гостей не удивительны: он интересен им не только своими площадками, но и культурно-развлекательными и событийными программами. «Петербург и Лен-область в рейтинге событийного потенциала российских регионов уже 4 года подряд занимают первое место, — отмечает Дарья Островская, генеральный директор Выставочного научно-исследовательского центра (ВНИЦ) R&C и председатель оргкомитета Евразийского Ивент Форума (EFEA). — Рейтинг основыва-

ется на ежегодном анализе рынка по пяти группам показателей: наличие специальной инфраструктуры, программы продвижения региона, политика в области ивент-индустрии, опыт проведения крупных международных событий и туристическая привлекательность. И за исключением первой группы показателей, по всем остальным Петербург и Лен-область занимают первое место». Правда, с одной оговоркой: в итоговом рейтинге регионов не учитывается Москва и Московская область.

Что касается статистики, в Петербург, как правило, приезжают на 2–3 дня, а время поездки примерно поровну делится на деловую часть и развлекательную: как минимум один из дней гости уделяют знакомству с городом и его «интересностями». При этом в состав культурно-развлекательной программы включают самые разные составляющие. Участники сессии UNWTO, к примеру, увидели грандиозное светомузыкальное шоу в Петропавловской крепости и прокатились по центру Петербурга на ретро-трамвае.

«УЗКИЕ» МЕСТА

Успехи в развитии делового туризма в Петербурге есть. Но существуют и некоторые проблемы, решение которых могло бы ускорить этот процесс. И чаще всего

ЛУЧШИЕ КОНГРЕСС-ПЛОЩАДКИ ПЕТЕРБУРГА



«Экспофорум»
Главная конгрессная и выставочная площадка Петербурга, располагающая 68 залами и общей емкостью до 30 тыс. человек.



Государственный комплекс «Дворец конгрессов», расположенный в Стрельне, самая престижная площадка в С-Петербурге. В составе комплекса около десятка залов вместимостью от 40 до 350 человек.



«Петроконгресс»
Ориентирован на проведение конференций: располагает 14-ю залами (в т. ч. двумя трансформируемыми) вместимостью от 5 до 450 человек.



Президентская библиотека
Расположена в сердце Петербурга напротив знаменитого памятника Петру I, на Сенатской площади. Располагает общей выставочной площадью более 2,3 тыс. кв. м, а также девятью залами общей вместимостью 650 человек.



«Ленэкспо»
Один из крупнейших выставочных комплексов в России, располагающий территорией в 15 га (из них 6 га — открытая площадь), 9 павильонами, 8 конференц-залами емкостью от 24 до 1024 мест и залом конгрессов на 2,8 тыс. мест.



Конгресс-холл «Ленполиграфмаш»
Является современной площадкой для проведения деловых мероприятий, располагая семью залами вместимостью от 10 до 300 человек и выставочной площадью в 875 кв. м.

они имеют отношение не к инфраструктуре или квалификации местных организаторов, а к умению «подавать» качественный продукт.

Глава НКБ Алексей Калачев, к примеру, считает, что «акцент сейчас надо делать на привлечение международных ротируемых мероприятий, которые учитывает ИССА». «А параллельно учиться упаковывать и продавать «товар», используя для этого лучшие мировые практики делового туризма», — уверен он. При этом хорошо известный в отрасли петербургский эксперт Слава Ходько уверен: далеко не всегда деньги определяют эффективность мероприятия. «Да, экономика должна быть на высоте, однако нередко иные, кроме финансовых, результаты дают даже больший эффект продвижения территории, — полагает он. — Информация, обучение, экспертиза — вот наши козыри». В этой связи он, как и многие другие, не сомневается: даже серьезные затраты на организацию и проведение масштабных международных событий (а проведение 23-й Генеральной ассамблеи UNWTO только Петербургу обошлось в 190 млн рублей) чаще всего окупаются сторицей, поскольку дают долговременный эффект. Да и относительно небольшие семинары и конгрессы весьма выгодны: по некоторым оценкам,

они приводят в город от \$200 тысяч, а доход от крупных событий исчисляется миллионами. «Нам крайне важно привлекать не только крупные, но и другие деловые события», — уверены специалисты.

Что касается инфраструктуры, называют несколько «узких» мест, которые еще предстоит «расшить». В их числе нехватка современных площадок вместимостью от 500 до 1 тысячи человек для проведения мероприятий в центральной части города, а также недостаток аналогичных мощностей для питания групп. И конечно, на петербургской сфере MICE&BT сказывается сезонность: большая часть организаторов желает провести мероприятия в период «белых» ночей, в то время как в январе или феврале значительная часть «приемных» мощностей бывает не загружена даже наполовину.

Как ожидается, решить эти вопросы будет возможно и с помощью таких инструментов, как электронная виза и режим «открытого неба»: к началу «высокого» сезона Петербург ожидает их «раскрутки» в полной мере. Однако и без того на ближайшие несколько лет портфель Петербурга наполнен многими крупными деловыми событиями. **ВТ**



Антон Кобяков,

ответственный секретарь Оргкомитета по подготовке и проведению ПМЭФ

Упрощение процедуры въезда в Россию открывает не только туристические, но и деловые возможности для иностранных граждан. В мероприятиях ПМЭФ ежегодно принимают участие гости из более чем 140 стран мира, и теперь наши постоянные участники из 53 стран смогут более гибко планировать свои поездки. Это важный шаг для улучшения делового климата и повышения привлекательности нашей страны.



Заполните бланк-заказ и пришлите нам — **L.Tarasyuk@tourbus.ru** или **L.Lavrova@tourbus.ru**.
На основании вашей заявки мы отправим вам счет на оплату.
Дополнительная информация: **(495) 723-72-72**

БЛАНК-ЗАКАЗ НА ПОДПИСКУ

(укажите издание и количество комплектов)

Фирма _____

Профиль деятельности: турагентство/ туроператор/
учебное заведение/ частное лицо/ другое (указать) _____

ФИОполучателя _____

Должность _____

Индекс _____ Факт.адрес _____

Тел/факс _____

e-mail _____

ИНН _____

КПП _____

**Подписка на 2020 год
продолжается!**

ТУРБИЗНЕС
(8 выпусков)
3040,00 руб.

BUSINESS TRAVEL
(4 выпуска)
1520,00 руб.



В Пулково приоткрыли небо

С 1 января 2020 года воздушная гавань Петербурга первой в России получила право на снятие ограничений по седьмой степени «свободы воздуха» для полетов иностранных авиакомпаний. Свое желание летать из Петербурга в рамках режима седьмой степени «свободы воздуха» изъявили Wizz Air, Ryanair, EasyJet, Volotea, Air Baltic, Fly One и некоторые другие.

Согласно решению Минтранса РФ, полеты в рамках этого режима, действие которого будет продолжаться 5 лет, могут быть организованы в 30 стран мира. Добро Минтранса получено на полеты в Бельгию, Данию, Ирландию, Исландию, Латвию, Литву, Люксембург, Македонию, на Мальту, в Нидерланды, Норвегию, Польшу, Португалию, Румынию, Сербию, Словакию, Словению, Финляндию, Швейцарию, Швецию и Эстонию (в них полеты по седьмой степени «свободы воздуха» можно организовывать без ограничений), а остальные 9 стран вошли в список Минтранса с оговорками. Так, в Австрию, Чехию и Великобританию из Пулково можно будет летать за исключением их столиц, в Болгарию — только в Софию. В Германии исключены из списка доступных Берлин, Дюссельдорф, Гамбург и Мюнхен, в Испании эта участь постигла Барселону и Малагу, в Италии — Рим и Милан, во Франции — Париж и Ниццу, а на Кипре — Пафос и Ларнаку.

Комментируя решение Минтранса, генеральный директор управляющей компании аэропорта Пулково «Воздушные Ворота Северной Столицы» (ВВСС) Леонид Сергеев подчеркнул, что «теперь, имея уникальные рыночные условия, иностранные перевозчики смогут активно развиваться в Петербурге, а российские получат возможности для расширения региональной маршрутной сети из Пулково и увеличения частот рейсов по существующим направлениям».

РЕЙСЫ ОТКЛАДЫВАЮТСЯ

Однако уже первый месяц действия новинки показал, что реально заработать режим «открытого неба» в Петербурге сможет только с введением летнего расписания полетов 2020 года, а конкретные условия полетов того или иного перевозчика будут согласовываться довольно долго. Более того, не факт, что все изъявившие желание летать с берегов Невы лоукостеры это сделают.

В частности, в испанской Volotea, приветствуя получение Пулково седьмой степени «свободы воздуха», заявили о том, что «на 2020 год наша маршрутная сеть уже закрыта» и поэтому появление рейсов из Петербурга маловероятно. А уже летающая из Петербурга в Будапешт и Лондон Wizz Air объявила, что летом 2020-го полетит из Петербурга только по четырем новым направлениям. Как заявил генеральный директор Wizz Air Джозеф Варади, в июне и июле лайнеры руководимой им компании отправятся из Петербурга в Словакию, Румынию, Литву и Болгарию.

«Новые направления полетов расширяют нашу маршрутную сеть и предоставляют пассажирам постоянно увеличивающийся выбор доступных перелетов, — подчеркнул он. — Вместе с недавно введенными электронными визами и седьмой степенью «свободы воздуха» Петербург становится еще более привлекательным туристическим направлением».

При этом объявленная программа расширения маршрутной сети Wizz Air в Петербурге оказалась вовсе не такой масштабной, как предполагалось ранее.

Стоит напомнить, что после переговоров осенью 2019 года между губернатором города Александром Бегловым и генеральным директором венгерской авиакомпании Джозефом Варади речь шла о вероятном расширении маршрутной сети лоукостера до 13 направлений, а также о базировании части новых лайнеров перевозчика в Пулково. Правда, руководство перевозчика не исключает, что постепенно к заявленным могут добавиться и другие направления полетов из Петербурга, а его глава уверен, что в 2020-м компания втрое нарастит пассажиропоток в России (до более чем 400 тыс. человек) и продолжит работу по расширению маршрутной сети.

Что касается других потенциальных участников режима «открытого неба», пока известно только о старте полетной программы Fly One: рейсы между Петербургом и Кишиневом она начнет выполнять с 6 июля 2020 года. Как заявил Мирча Малека, генеральный директор перевозчика, в компании «уверены, что низкие тарифы

создадут множество возможностей для посещения одного из самых красивых городов России, а также для дальнейшего стимулирования туризма по наиболее востребованным направлениям». О других вариантах перелетов из Петербурга, которые в первую очередь были бы ориентированы на лоукостеров в режиме седьмой «свободы воздуха», пока не известно.

ОТЛИЧНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ

По оценкам представителей петербургского турбизнеса, из заявленных к открытию направлений самым интересным для организованного туризма может быть прямой рейс в столицу Словакии, поскольку эта страна способна предоставить широкий спектр видов отдыха, а из Братиславы удобно добираться в туристические центры и на оздоровительные курорты соседних Венгрии и Австрии. Может быть востребована и Румыния, однако пока она, несмотря на наличие хороших морских и горных курортов, мало «раскручена».

В настоящее время пятой степенью «свободы воздуха» (она дает право иностранным авиакомпаниям при полете из своей страны в третью приземляться в России и брать здесь пассажиров и грузы) в нашей стране наделены аэропорты во Владивостоке, Сочи, Калининграде и Улан-Удэ. А вот седьмую пока получил только Петербург. Претендует на нее и Калининград, который тоже подавал соответствующие документы в Минтранс, однако пока такое право он не получил.

С учетом введения института электронной визы, получения права на регулирование тарифов за обслуживание и появление режима «открытого неба», в Пулково намерены значительно улучшить показатели. Так, если в 2019-м воздушная гавань Петербурга обслужила 19,581 млн пассажиров, на 8,1% превысив результат 2018 года, в 2020-м, по словам Леонида Сергеева, «мы абсолютно точно превзойдем рубеж пассажиропотока в 20 млн человек». «Скорее всего, показатель вырастет более чем на 9% до уровня чуть выше 21 млн пассажиров», — считает он. **BT**

5-й

степенью «свободы воздуха» в настоящее время в России наделены аэропорты во Владивостоке, Сочи, Калининграде и Улан-Удэ. Эта степень «свободы воздуха» дает право иностранным авиакомпаниям при полете из своей страны в третью приземляться в нашей стране и брать здесь пассажиров и грузы. А вот седьмую пока получил только Петербург. Претендует на нее и Калининград.

Новые рейсы из Петербурга

Направление	Дни полетов	Перевозчик	Начало полетов	Цена перелета в одну сторону
Братислава	пн, ср, пт, вс	Wizz Air	1 июня	от 29,99 евро
Вильнюс	ср, вс	Wizz Air	3 июня	от 29,99 евро
Бухарест	пн, ср, пт	Wizz Air	1 июля	от 29,99 евро
София	вт, чт, сб	Wizz Air	2 июля	от 29,99 евро
Кишинев	вт, сб	Fly One	6 июля	от 44 евро



HAMPTON BY HILTON

3*

ДАТА ОТКРЫТИЯ

запланировано на первое полугодие 2020 года

 **РАСПОЛОЖЕНИЕ**
Москва, Рогожский Вал, стр. 12

 **НОМЕРНОЙ ФОНД**
152 номера

 **К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ**
 Помимо 152 гостиничных номеров и 18 апартаментов, в комплексе 13-этажного здания планируется разместить магазины розничной торговли, спа-центр, а также подземную автостоянку на 60 машино-мест.

СПРАВКА ВТ

Новый гостиничный комплекс в центре Москвы (район Таганка) будет разделен на несколько функциональных зон: гостиничную, сервисную и общественную — к последней относится и открытая терраса на уровне второго этажа. Терраса превратится в полноценное общественное пространство с кафе, прогулочными зонами. Общая площадь гостиничного комплекса составит 15000 кв. метров. Первоначально предполагалось сдать отель в конце 2018 года..

CROWNE PLAZA KRASNODAR CENTRE

4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ

декабрь 2019 г.

 **РАСПОЛОЖЕНИЕ**
Краснодар, ул. Красная, 109

 **НОМЕРНОЙ ФОНД**
238 номеров

 **СТОИМОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ**
от 3911 руб. за стандартный двухместный номер в сутки

 **К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ**
 14 конференц-залов вместимостью от 8 до 400 человек, три ресторана, бизнес-зона, фитнес-центр (бассейн, тренажерный зал). В номерах: система кондиционирования, кабельное ТВ, высокоскоростной интернет, косметический набор, фен, чайник и чайные приборы.

СПРАВКА ВТ

Crowne Plaza Krasnodar Centre Hotel (ex-«Интурист-Краснодар») — первый отель компании InterContinental Hotels Group в Краснодаре и шестая гостиница под брендом Crowne Plaza в России. Ребрендинг затронул все аспекты внешнего вида и работы бывшего «Интуриста», начиная от дизайна номерного фонда и конференц-залов и заканчивая формой сотрудников. Отель расположен в самом центре города рядом с мэрией, Краснодарским академическим театром драмы, парками и достопримечательностями.



IBIS STYLES KRASNAYA POLYANA

4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ
декабрь 2019

РАСПОЛОЖЕНИЕ
Краснодарский край, Сочи, село Эстосадок, Горная улица, 5

НОМЕРНОЙ ФОНД
78 номеров

СТОИМОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ
от 6624 руб. за стандартный двухместный номер в сутки

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ
Помимо 78 просторных номеров с большими панорамными окнами, в распоряжении гостей отеля ibis Styles ресторан «шведской линии» для завтраков, ресторан а-ля карт, лобби-бар, детский центр и лыжная комната. Для желающих провести в Красной Поляне деловое мероприятие в отеле есть конференц-зал, а также возможность организации кейтеринга. Во всех стандартных номерах: санузел с душевой кабиной, Интернет-TV, телефон, бытовая техника, круглосуточный доступ к Wi-Fi.

СПРАВКА ВТ
Дизайнерский отель ibis Styles Krasnaya Polyana 4* (ex-«Горки Арт») стал после ребрендинга первым отелем под брендом ibis Styles французского гостиничного оператора Ассог. Отель открылся на «Поляне 960». Стометровая близость к подъемникам обеспечивает гостям отеля быстрый и удобный доступ к канатной дороге. ibis Styles — единственный отель курорта Красная Поляна с собственным «Музеем друзей», созданным на основе «артефактов» эпохи первых горных лыж и сноубордов.

ARKA HOTEL BY GINZA PROJECT

4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ
октябрь 2019

РАСПОЛОЖЕНИЕ
Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 114-а

СТОИМОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ
от 5000 руб. за стандартный двухместный номер в сутки

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ
Новый комплекс площадью 4700 кв. м состоит из бутик-отеля ARKA на 70 номеров, ресторана кавказской кухни Lilo, панорамного ресторана азиатской кухни Ten June, а также площадок для проведения мероприятий: универсального конференц-зала на 150 человек и Gastrospace с профессиональным кулинарным оборудованием. Во всех номерах есть кондиционер, телевизор с плоским экраном и спутниковыми каналами, холодильник, чайник, душ, фен и письменный стол. В каждом номере отеля есть шкаф и собственная ванная комната. Для гостей отеля ARKA сервируется континентальный завтрак.

СПРАВКА ВТ
Ginza Project — мультибрендовый холдинг, основанный Дмитрием Сергеевым и Вадимом Лапиным. За 16 лет Ginza Project пройден путь от небольшого ресторана в Санкт-Петербурге до крупного международного холдинга, который управляет более 150 проектами в Москве, Санкт-Петербурге, Туле, Томске, Сочи, Баку, Нью-Йорке и Лондоне, среди которых не только рестораны, но и апартаменты, и городские сервисы. Новый комплекс ростовского ARKA Hotel стал первым гостиничным проектом под брендом Ginza Project.



Все дороги ведут в Италию

Италия — страна с богатым историческим наследием, удивительной природой, мягким средиземноморским климатом, является мировым лидером по числу отелей высокого уровня. Для проведения мероприятий здесь используют не только более 60 конгресс-центров, но и такие уникальные места, как замки, исторические виллы, монастыри, музеи, даже речные катера и яхты. По данным Международной ассоциации ICCA, страна занимает шестое место в мире и пятое в Европе среди основных направлений делового туризма.

Мария Акунова

КАК ДОБРАТЬСЯ ДО ОЗЕРА КОМО

Ближайший к озеру Комо аэропорт — миланский. Прямые перелеты из Москвы в аэропорт Мальпенса выполняют а/к «Аэрофлот», «Победа», UTair и Alitalia. Дорога до Комо на автомобиле из Милана занимает два часа.

СІАО ВЕЛЛА!

Все больше российских деловых путешественников выбирает Италию для организации различных МІСЕ-мероприятий. По официальным данным, в 2018 году туристический поток составил 804 тысячи россиян, из них 20% — бизнес-туристы. За первые девять месяцев прошлого года турпоток из России в Италию вырос на 22,3% и достиг 776 тысяч человек.

Главной причиной этого роста эксперты называют увеличение числа авиарейсов между государствами и расширение географии полетов. Теперь путешественники могут отправиться в Пизу, Геную, Римини, Бергамо, Бари и Палермо на крыльях «Победы». На самолетах компании S7 можно добраться до Неаполя, продолжается и круглогодичное авиасообщение с Бари — раньше эти рейсы выполнялись только в летний период.

Традиционно самые популярные города для деловых поездок — Рим и Милан. В верхних строчках рейтинга также Флоренция, Венеция, Неаполь, регион Ломбардия, острова Сицилия и Сардиния. В последнее время стало модно организовывать бизнес-ивенты на севере Италии — в районе озера Комо.

СЕВЕР ИТАЛИИ

Северная часть Италии прекрасно подойдет для организации и проведения деловых встреч, а также для ин센тивов, тимбилдингов. Катание на лыжах в Доломитовых Альпах здесь можно совместить с шопингом в столице моды — Милане, с веселым отдыхом в курортном Сан-Ремо или экскурсиями по Венеции. Одно из самых популярных итальянских МІСЕ-направлений — провинция Комо, административный центр которой находится в 40 км от Милана.

Озеро Комо признано чудом Ломбардии по праву. Доказательством служат и киноленты голливудских режиссеров, снимавших в этом месте «Звездные войны», «Казино Рояль», другие фильмы. Да и многие знаменитости — Мадонна, Джордж Клуни, Сильвестр Сталлоне — не смогли устоять перед красотой региона и приобрели здесь виллы.

Прекрасно развитая туристическая инфраструктура данного направления значительно упрощает поиск вариантов размещения и площадок для мероприятий, облегчает логистику, а также составление программы для инсентива или тимбилдинга. Например, есть воз-

возможность совершить экскурсию по местам съемок «Звездных войн» или фильма «11 друзей Оушена», посетить музей мотоциклов или отправиться в горный трекинг.

ГДЕ ОРГАНИЗОВАТЬ МЕРОПРИЯТИЕ НА ОЗЕРЕ КОМО?

КОМО

Город Комо — один из самых красивых городов Северной Италии, расположен на берегу одноименного озера. Многочисленные достопримечательности связаны с богатым культурно-историческим наследием этого региона. Здесь находится немало прекрасных вилл, которые в наши дни являются не только музеями, но и используются как площадки для деловых мероприятий.

Самые известные достопримечательности: Кафедральный собор Дуомо, расположенный на главной площади Кавур, романская базилика Сант-Аббондино, средневековый замок Бараделло, возведенный на холме, вилла Карлотта, построенная в XVIII веке в Тремеццо. Это место прекрасно подойдет для проведения квестов или организации тимбилдингов, которые дополнят впечатление от традиционной экскурсии.

ЛЕККО

Город Лекко — подходящее место для активных инсентив-программ самого разного рода. Несмотря на весьма небольшой размер города, здесь можно найти варианты проживания на любой вкус.

Вокруг Лекко пролегает множество пеших и велосипедных маршрутов, существуют прекрасные возможности для занятий водными и горными видами спорта — от дайвинга до параглайдинга. В числе главных достопримечательностей — Музей натуральной истории и Планетарий.

Международные компании для различных мероприятий часто используют палаццо Фальк — дворец, рас-

положенный на центральной площади Гарибальди. Он пользуется большим спросом у организаторов выставок, конференций и иных деловых событий.

БЕЛЛАДЖИО

«Жемчужина Комо» — Белладжио. Город пользовался особой любовью у знатных семей Ломбардии, которые часто здесь отдыхали. На его территории сохранились роскошные виллы с садами и парками, в настоящее время их можно арендовать под различные ивенты. Первый отель в Белладжио — Hotel Genazzini — открыл свои двери в 1825 году.

Организовать незабываемое мероприятие — ужин, день рождения, конференцию — можно, арендовав виллу Мельци д'Эрил. Роскошное здание, обращенное фасадом к озеру, было построено в 1808–1815 годах архитектором Джокондо Альбертолли. Перед домом разбит красивый английский сад с редкими растениями, украшенный изгородями из камелий, рощами азалий и гигантских рододендронов, а также двумя египетскими статуями.

ВАРЕННА

Курортный город расположен в 60 км от Милана и 20 км от Лекко. Варенна — прекрасное место, чтобы отдохнуть после деловых встреч или мероприятий, прошедших в Милане или другом итальянском городе. Основная достопримечательность Варенны — древний замок XII века Каstellо ди Вецио, который открыт для посещения, с обзорной площадки открывается вид на озеро Комо. Помимо экскурсий, здесь можно проводить различные закрытые мероприятия: ужины, презентации и прочее.

В Варенне также стоит обратить внимание на виллы Чипресси и Монастеро, которые можно использовать как площадки для различных ивентов. Вилла Чипресси окружена кипарисовым парком, а рядом с виллой Монастеро вдоль берега озера разбит великолепный сад с цитрусовыми деревьями, кипарисами, соснами и агавами, аллеи украшены статуями и барельефами. **BT**



ВИЛЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ НА ОЗЕРЕ КОМО

- ▶ Villa Olmo,
- ▶ Villa Gallia,
- ▶ Camera Di Commercio,
- ▶ Collegio Gallo,
- ▶ Associazione A. Lissi,
- ▶ Aula Magna Del Politecnico,
- ▶ Augla Magna Università dell'Insubria

ОТЕЛИ НА ОЗЕРЕ КОМО

Комо: Barchetta Excelrior Hotel Como, Hilton Lake Como, Hotel Metropole Suisse, Hotel Villa Flori, Hotel Le Due Corti, Sheraton Lake Como Hotel, Hotel Terminus, Hotel Plinius.

Белладжио: G.H. Villa Serbelloni, Belvedere, Du Lac

Черноббио: Grand Hotel, Villa Erba, Villa D'Este, Asnigo, Miralago



Лекко



Варенна



Ближе к делу

БЕЛАРУСЬ ПРЕДПРИНИМАЕТ РЕШИТЕЛЬНЫЕ ШАГИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ MICE&VT.

С каждым годом всё большее внимание в Республике Беларусь уделяется развитию делового туризма. Главным координатором этого направления должен стать Межведомственный совет по вопросам выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности, который появился в Минске в ноябре 2019 года.

207,4 тыс.

прибытий россиян отмечено в Беларуси в 2018 году. Россия — безусловный лидер по числу организованных туристов в страну. Следом в рейтинге Top-5 идут Литва, Польша, Латвия и Украина. При этом однодневные туристические поездки составили более 90% от их общего числа.

В Республиканском совете туристических организаций (РСТО) его создание оценили как важный шаг, особо отметив, что включение в его состав независимых экспертов является актуальным трендом частно-государственного партнерства. РСТО обозначил хорошие тенденции, «которые нужно анализировать и подталкивать процесс в нужном направлении». Основной задачей совета, в который вошли представители органов власти, выставочных структур, общественных организаций, отельного и туристического бизнеса, стало развитие профильной деятельности в Беларуси и эффективное взаимодействие между государственными и иными структурами в этой сфере.

ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ

В республике уверены: уже существующая в ней инфраструктура туризма вполне способна обслуживать практически любые мероприятия сферы MICE&VT. Единственное, чего пока не хватает, — большого конгресс-центра. «Инфраструктура делового туризма в Беларуси дина-

мично развивается, — считает, к примеру, генеральный директор компании Sunny Travel Александр Ванюков. — Каждый год появляются новые загородные и столичные ивент-площадки, большие рестораны и новые отели. MICE-туризм в стране — растущая отрасль, и российские заказчики, как правило, бывают приятно удивлены уровнем предоставляемых в этом сегменте услуг.

Соглашается с этим мнением и Елена Демидова, руководитель отдела деловых встреч компании MAXIMICE. «В республике есть всё для развития направления, включая гостиницы с достаточным уровнем конференц-возможностей и прекрасные площадки для программ, ориентированных на проведение тимбилдингов и квестов», — говорит она. «Беларусь — одно из популярных MICE-направлений, — констатирует Ирина Бойкова, заместитель директора по MICE компании «Демлинк». — Это обусловлено возможностью посещения страны по внутреннему паспорту РФ, гостеприимством и национальным колоритом, общностью наших культур и отсутствием языкового барьера, а также относительно недорогими услугами».

Что может предложить Беларусь как деловая туристическая дестинация? Согласно официальной статистике за 2018 год (более свежей пока нет), в стране находится 587 гостиниц с общим номерным фондом более 20 тыс. номеров, целый ряд из которых ориентирован и на прием деловых туристов (в частности, в Минске насчитывается 62 отеля на 6,2 тыс. номеров и 11,2 тыс. человек). Кроме того, предлагают и десятки других площадок, способных принимать как типичные деловые мероприятия (конференции, конгрессы и пр.), так и активную и культурную их части.

По общему мнению представителей российских компаний, чаще всего организованные группы деловых гостей из РФ предпочитают проводить мероприятия в нескольких отелях страны. Например, Renaissance Minsk 5* находится в деловой части города в непосредственной близости от центра и располагает девятью конференц-залами, в которых можно разместить до 850 человек, а также самым большим в Минске банкетным «Бальным залом» и отличным велнес-клубом «Ренессанс». Minsk Marriott 5*, расположенный недалеко от центра на берегу реки Свислочь, предлагает 217 комфортабельных номеров, спа-зону с широким выбором велнес-услуг и восемь оборудованных по последнему слову техники конференц-залов, самый большой из которых способен вместить при театральной рассадке 560 человек. В свою очередь, Victoria Olimp 4* предоставляет 238 номеров различных категорий комфорта, конгресс-холл и набор конференц-залов разной вместимости.

Кроме них, у деловых гостей пользуются популярностью Beijing Hotel Minsk 5*, для которого характерно гармоничное сочетание китайских традиций и европейского комфорта (общая площадь конференц-залов более 1 тыс. кв. м), Victoria & Spa 4* (7 конференц-залов и конгресс-холл), отель «Беларусь» 3* (484 номера, 5 конференц-залов и конгресс-холл), а также «Президент Отель», «Европа», Crowne Plaza, Double Three by Hilton и другие — как в Минске, так и за его пределами. Есть в Беларуси и площадки, способные принимать мероприятия большого масштаба, такие как выставочный центр «БелЭкспо», спортивно-развлекательный комплекс Falcon Club, «Дворец Республики» или МКСК «Минск-арена». В частности, «Дворец Республики» располагает залом на 2,7 тыс. мест и залом приемов, позволяющим разместить до 1 тыс. гостей. «К сожалению, пока в Беларуси нет конгресс-центра. Но это не является большой проблемой, поскольку для проведения масштабных мероприятий российские заказчики успешно используют спортивные арены, большой зал Дворца Республики или конференц-зал Олимпийского комитета, — отмечает Александр Ванюков. — Их особенностью является масштабность и отличное расположение в центре города. Но когда в столице появится конгресс-холл на несколько тысяч человек, мы шагнем на новый уровень». Правда, его проект пока не одобрен, а «Газпром-центр» с гостиницей, где также предусмотрен конгресс-центр, только строится.



Анна Булах,

менеджер по маркетингу компании PrimeTour (Минск)

В сфере MICE&VT наблюдается тенденция к большей востребованности интерактивных программ с непосредственным участием клиентов на местности (мастер-классы, квесты, тимбилдинги). Мы замечаем хорошую динамику и рост популярности туризма, обусловленную развитием инфраструктуры — особенно в Минске, появлением новых музеев и интерактивных площадок, а также добавлением интерактивных программ в уже знакомые иностранным гостям места.

КОНГРЕССНЫЕ ЦЕНТРЫ МИНСКА



Renaissance Minsk

Располагает девятью конференц-залами, в которых можно разместить до 850 человек, а также самым большим в Минске «Бальным залом».



Minsk Marriott

Предлагает 217 комфортабельных номеров, SPA-зону с широким выбором wellness-услуг и 8 оборудованных по последнему слову техники конференц-залов.



«Дворец Республики»

Самая престижная площадка страны с большим залом, способным вместить 2700 человек. Места в нем расположены на нескольких уровнях.



«БелЭкспо»

Крупнейший выставочный центр республики. Располагает зданием с внутренней площадью в 4,5 тыс. кв. м.



«Минск-арена»

Уникальный комплекс, по multifunctionality, оборудованию не имеющий аналогов в республике. Одна из крупнейших площадок Европы.



Falcon Club

Комплекс для проведения мероприятий различного направления с ареной, способной вместить в концертном режиме до 3 тыс. зрителей.



Ирина Бойкова,

заместитель директора по MICE
компании «Демлинк»

Создание и развитие безвизовых зон, а также организация масштабных спортивных событийных мероприятий и упор на агроэкотуризм — это тренды развития туризма Беларуси. Если добавить гораздо более низкие налоги для отельеров, чем в других секторах экономики, это служит мощным стимулом для развития туристической отрасли в целом и для MICE в частности, поскольку привлекательные цены увеличивают конкурентоспособность этого направления.



Александр Ванюков,

генеральный директор компании
Sunny Travel (Минск)

Спрос со стороны российских корпоративных заказчиков увеличивается еще и потому, что страна все еще остается свежей, «неоткрытой» MICE-дестинацией, которую с удовольствием «пробуют на вкус» деловые заказчики и корпоранты. Ранее многие заказчики рассматривали Беларусь как страну, предназначенную исключительно для маленьких конференций и тимбилдингов, но теперь все чаще компании получают заказы на обслуживание масштабных мероприятий.



НАЦИОНАЛЬНЫЙ КОЛОРИТ

Чем Беларусь привлекает российских организаторов MICE-туризма? Удачное географическое расположение, хорошее авиа- и наземное сообщение, безопасность и близость по духу. И конечно, большой выбор объектов, способных «зажечь» даже самых спокойных клиентов. По оценке Александра Ванюкова, обычно в MICE-программы включается посещение таких культурных и природных достопримечательностей страны, как замки Мир и Несвиж, этнографических объектов «Дудutki» и «Сула», а также военно-патриотических — Курган Славы и «Линия Сталина». «Всё это расположено недалеко от Минска, что весьма удобно для размещающихся в столице», — замечает он. Ирина Бойкова подтверждает: спрос на эти «интересности» высок, но нередко клиенты уделяют внимание и таким объектам, как улица Октябрьская в Минске (самое длинное граффити в Европе), Налибокская пуца, множество центров экологического туризма и завод БелАЗ с самыми большими самосвалами в мире. Такого же мнения придерживается и Анна Булах, менеджер по маркетингу компании PrimeTour. «В Минске гостям наиболее интересны Старый город, проспект Независимости, объекты архитектуры СССР и новый музей Великой Отечественной войны, а в Налибокской пуце — сафари в дикой природе, — говорит она. — Мы также замечаем возрастающий интерес к культурным программам, в частности, к Большому театру оперы и балета: туристы с энтузиазмом посещают не только его

постановки, но заказывают и тур по закулисью, а также принимают участие в торжественных балах».

«В первую очередь заказчикам интересно посещение «Линии Сталина» с интерактивами в виде «танкового сафари», стрельбы из различных видов оружия и солдатскими атрибутами в виде каши, фронтowych 100 грамм и т. п., — считает Ирина Бойкова. — Для тех, кто увлекается темой, можно даже сделать реставрацию танковых боев с переодеванием и полным включением в роль. А если позволяет длительность поездки, дополнительно в военную программу можно включить и посещение Брестской крепости».

Причем, как считают эксперты, особенностью поездок в Беларусь является то, что рядом могут находиться как суперсовременные аттракционы (например, Парк виртуальной реальности Teleport VR), так и исторические локации, где можно «погрузиться» в быт и уклад самых разных времен. При этом нередко делается акцент на активных видах времяпрепровождения, в рамках которого туристам могут быть предложены анимации (средневековые шоу в легендарных замках), квесты, мастер-классы по выпечке хлеба и обучению старобелорусской кухне (в частности, по приготовлению драников), спортивный (спортивная стрельба), прохождение экотропы и т.д. Кто же откажется поручить БелАЗом или МАЗом, собственными руками приготовить блюда белорусской кухни или «сбачать» народный танец?

По мнению Ирины Бойковой, в последнее время все больше набирают популярность музыкальные интерактивы, индустриальные экскурсии (в т. ч. посещение шоколадной фабрики или пивзавода «Аливария» с дегустацией), а также программы с природным и национальным колоритом — например, в усадьбе «Ганка», где есть возможность узнать, как правильно пить самогон, можно попробовать настоящий хлеб или увидеть старинный белорусский кукольный театр Батлейка... Сходные программы есть и в усадьбах «Мир пчел», «Полесские традиции» и других. А в музее-усадьбе «Дудutki» можно не только посмотреть на работу мастеров, но и поработать гончаром, кузнецом или резчиком по дереву.

ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ

По оценке экспертов, типичный MICE-тур в Беларусь длится 2–4 дня и включает в себя разные сегменты, а численность групп обычно колеблется от 20 до 100 человек. Соответственна и его стоимость — она очень зависима от наполнения и числа участников. При этом оценки экспертов несколько отличаются. Так, Елена Демидова, руководитель отдела деловых встреч компании MAXIMICE, оценивает среднюю продолжительность деловых поездок в Белоруссию в 2–3 дня при численности групп в 20–120 человек.

А глава Sunny Travel Александр Ванюков отмечает, что типичный MICE-тур в эту страну занимает 3–4 дня, из которых 80% времени занимает собственно деловое событие (например, конференция), а один день отдан командообразующему мероприятию. «Инсентив-туры связаны либо с природой, либо с историей Беларуси и часто построены на анимационных программах», — говорит он.

Как правило, деловые туристы приезжают в Минск из Москвы и Петербурга даже в том случае, если изначально группа собирается в Сибири — благодаря наличию прямого авиасообщения. Однако вместе с расширением полетных программ растет интерес к дестинации и в других регионах РФ (Ростове-на-Дону, Воронеже, Казани, Калининграде, Сочи, Краснодаре, Нижнем Новгороде).

В основном все гости начинают знакомство с Беларусью в Минске: по словам Александра Ванюкова, которые подтверждают и другие эксперты, 90% российских заказчиков выбирают для проведения мероприятий именно столицу РБ. Кроме нее, благодаря хорошему сочетанию современной инфраструктуры и замечательной природы, нередко интересуются столичными окрестностями, а также поездками в Брест, который традиционно популярен у российских туристов. **BT**

ЛУЧШИЕ КОНГРЕССНЫЕ ПЛОЩАДКИ МИНСКА

1. Renaissance Minsk
2. Minsk Marriott
3. Victoria Olimp
4. Beijing Hotel Minsk
5. Victoria & Spa
6. Double Three by Hilton
7. «Дворец Республики»
8. «БелЭкспо»
9. «Минск-арена»
10. Falcon Club

5 ИДЕЙ ИНСЕНТИВ-ТУРОВ В БЕЛАРУСЬ

1 Поездка на конференцию с последующим гастрономическим туром, предусматривающим дегустацию местной продукции — пива, шоколада или приготовление блюд национальной кухни — драников и др.



2 Тур в Минск с посещением индустриальных объектов (БелАз, МАЗ) и катанием на автомобилях.



3 Инсентив в столицу Беларуси с посещением Большого театра оперы и балета с возможностью примерить сценические костюмы и отведать обед балерины.

4 Визит в Беларусь с поездкой на «Линию Сталина», катанием на бронетехнике и стрельбой из автоматов Калашникова.



5 Поездка в традиционную белорусскую усадьбу, предусматривающая приготовление блюда по старинным рецептам, участие в народных танцах и рукоделие.



РЕКИ РОССИИ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТУРИСТСКИЙ ФОРУМ



5-6
ИЮЛЯ
2020

Тверская область
Рэдиссон Завидово
www.форумрекироссии.рф



Красоты и вкусы «Русской Флоренции»

В этом году рубрика «Бизнес-пауза» будет посвящена только российским городам. Что ж, начнем «по алфавиту» — с Ярославля. Город Ярославль в России знает всякий, ибо всякий же держал в руках тысячерублевую купюру, которую шутники величают лучшим сувениром из города, признанного неформальной столицей Золотого кольца России. Они правы, но далеко не в полной мере. Купюра — и вместе с тем краткое введение в ярославлеведение.

Георгий ОСИПОВ

«МУЖИК С ТОРТОМ» И МЕДВЕДИЦЫ

На одной стороне — стоящий на Богоявленской площади памятник основателю 1010-летнего города Ярославу Мудрому, который местные остряки тут же окрестили «мужиком с тортом». По преданию, на этом самом месте он когда-то зарубил священную языческую медведицу.

Это вовсе не помешало ей «дожить» до наших дней — в виде находящегося в пяти минутах ходьбы бронзового памятника, озвучиваемого ежечасным грозным рычанием. А также в виде тотема, живого символа: очень почтенного возраста медведица Маша живет напротив, за стеной Спасо-Преображенского монастыря, который часто, но ошибочно величают Ярославским кремлем.

Именно в этом монастыре на исходе XVIII века граф Мусин-Пушкин отыскал единственную уцелевшую рукопись «Слова о полку Игореве». Возле его стен стоит изображенная на той же купюре часовня в память народного ополчения. Оно в 1612 году ушло отсюда, из Ярославля, бывшего в ту пору фактической столицей Руси, на вызволение оккупированной интервентами Москвы. И пока Москва залечивала раны, Ярославль переживал свой «золотой век». В ту пору и начал город на Волге становиться «русской Флоренцией», которая тоже одно время была временной столицей Италии. Во всякой шутке есть доля истины: когда русскому царю задерживали зарплату, он одалживался у ярославских купцов, многие из которых ни в чем не уступали легендарным Медичи.

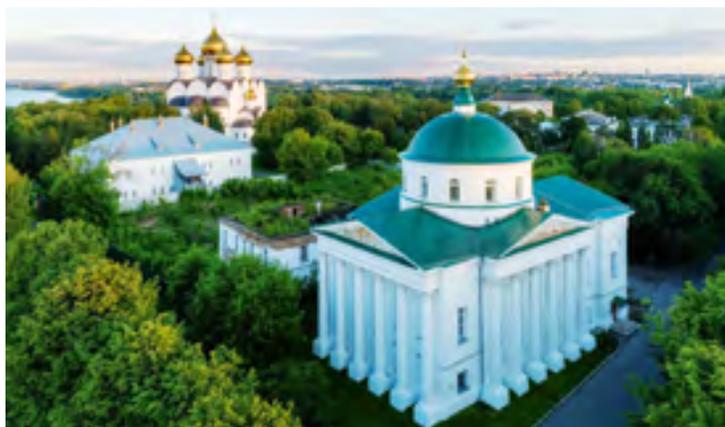
Порукой тому грандиозный, единственный в России 15-главый храм Св. Иоанна Предтечи в Толчкове, изображенный на обороте тысячерублевки. Более двух тысяч разнообразных сюжетов запечатлено на его фресках. И ничуть не уступающий ему храм Св. Ильи Пророка, построенный на средства давно пресекшегося — как и династия Медичи — купеческого рода Скрипиных.

«Ярославские храмы XVII века сотканы из радости, кроткого умиления и благодарности Творцу», — писал исследователь в начале прошлого века. Таков уникальный по живописности храмовый ансамбль в Коровниках. Такова церковь Рождества Христова рядом с Волжской набережной. Такова и самая старая из ярославских каменных церквей — Св. Николы Надеина. В создании ее Царских врат в качестве живописца и скульптора принимал участие основоположник русского театра Федор Волков.

Памятник Волкову и старейший в России драматический театр его имени находятся в самом центре Ярославля. Словно напоминая о том, что в русской театральной истории Ярославль — совсем не последний город, в одном квартале от театра находится дом-музей местного уроженца, знаменитого русского певца Леонида Собинова. В Ярославле родился и выдающийся театральный режиссер, создатель Театра на Таганке Юрий Любимов.

ДОМ КНЯЗЯ АНДРЕЯ

Иногда говорят, что весь центр Ярославля, не так давно вошедший в списки Всемирного наследия человечества ЮНЕСКО, — это ожившая теа-



Успенский собор на стрелке Волги и Которосли

ральная декорация. И сердце ее — стрелка Волги и Которосли с возрожденным недавно Успенским собором и прилегающая к ней Волжская набережная, один из самых знаменитых променадов в России.

На прогулке по набережной можно познакомиться не только со зданиями, связанными с реально происходившими историческими событиями, но с и адресами, не раз упомянутыми в русской литературе. Так любому ярославцу известен описанный Львом Толстым дом, «где умер князь Андрей Болконский».

Вообще ярославскую Волжскую набережную с недавних пор нередко сравнивают с берлинским Музейным островом. На вытянутом вдоль Волги, не очень протяженном «музейном острове» находится шесть музеев: три частных и три государственных, и каждый интересен по-своему.

В бывшем Губернаторском доме с огромным садом, который иногда сравнивают с садом лондонского Букингемского дворца, находится местный Художественный музей. Чуть выше по Волге, в Митрополичьих палатах XVII века — Музей древнерусского искусства. Между ними находится интереснейший Музей истории города Ярославля. Неподалеку от Палат, по направлению к речному вокзалу, в старинном, с древними подклетами Доме общества врачей — частный музей имени местного мецената Вадима Орлова с коллекцией русского и зарубежного фарфора XVIII–XX веков, а также чугунолитья. Совсем рядом с речным вокзалом и памятником Некрасову расположился самый молодой и самый скандальный из частных музеев Ярославля — Музей Новой хронологии. А в соседстве с Губернаторским домом — первый в России частный музей «Музыка и время» имени Джона Мостославского, с одним из лучших в городе ресторанов.

ЯРЪУШКИ И РУССКИЙ КОЛОБОК

С очень давних времен горазды на ярославской земле всевозможные вкусности стряпать и от души потчевать ими заезжих гостей. Например, в Переславле-Залесском — «царской селедкой» ряпушкой. В Угличе — копчеными колбасами, сырами, а в последнее время — и паштетом фуа-гра из печени перепелок. В Ростове Великом — наваристой ухой, сладкими зеленым горошком и луком... А в ближнем к Ярославлю селе Вятское, в котором музеев сегодня едва



ли не больше, чем в самом Ярославле, — звонкими солеными огурчиками. Только губернский город до поры до времени «пас задних».

Но вот появилась в Спасо-Преображенском монастыре «вкуснейшая» экспозиция «Трапеза по-ярославски», напомнившая о давних традициях ярославского гостеприимства. Одной ухи в Ярославле когда-то подавали три вида: черную — с перцем, корицей и гвоздикой, красную — с шафраном и белую — с луком. Чисто ярославским приемом было когда-то длительное отмачивание мяса в квасе и маринаде перед тушением.

Сегодня в городе появилось немало ресторанов, в которых работают молодые и свободные от обычаев советского общепита люди. Создавшие, например, к 50-летию маршрута Золотое кольцо России фирменное ярославское блюдо «яръушки рыболопные», представляющее собой сваренные в крепком бульоне пельмени с начинкой из судака и щуки.

Ресторан «Собрание» (на территории музея «Музыка и время») с действующей русской печью предлагает попробовать исторические русские блюда — суточные щи, томленные пельмени и гурьевскую кашу по рецепту Льва Толстого. В музее-ресторане резиденции Масленицы на Революционной улице можно вспомнить самую знаменитую русскую сказку — гостям подадут ржаной колоб с гречкой и потрошками.

Нарождающиеся гастрономические традиции Ярославля поддерживают турфирмы: одна из них предлагает, например, однодневный Трактирный квест «Веселие Руси есть пити, не можем без этого быти», в котором туристы дегустируют старинные русские напитки: хреновуху, медовуху и наливки из облепихи, клюквы, сельдерея, аниса и др.

БЕРЕГ ПРАВЫЙ, БЕРЕГ ЛЕВЫЙ

Все описанные выше достопамятности Ярославля находятся на левом, высоком берегу Волги. На правый туристы и сегодня заглядывают редко, а зря — и там есть что посмотреть. Например, Ярославский зоопарк — крупнейший (территория более 120 га) и самый молодой в стране, единственный в России и СНГ зоопарк ландшафтного типа и единственный же на все окрестные области. В зоопарке содержится 448 видов животных (3331 особь), из них 115 краснокнижных. Впрочем, можно не углубляться в статистику, а просто познакомиться с его обитателями. Вы видели, как волки свободно уживаются на одной, сравнительно небольшой территории с... медведями? А вот в Ярославском зоопарке увидите!



Тем, кто чувствует в себе не реализовавшегося художника, будет интересно посетить Международный творческий центр «Эмалис». Во время экскурсии по музею можно увидеть работы лучших российских художников-эмальеров и узнать об истории возникновения техники горячей эмали. Эмаль — это сплав стекла и окислов различных металлов, который в виде порошка наносится на предварительно обработанный медный лист и помещается в специальную печь, разогретую до температуры 750–900 градусов.

В заключение экскурсии каждый участник получает возможность самостоятельно исполнить под руководством опытного мастера эмалевую миниатюру и обжечь ее в печи, после чего тут же оформить в рамочку — эмаль со временем не темнеет. **ВТ**

УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ! ПРИГЛАШАЕМ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В ВЕСЕННЕЙ СЕРИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»

Workshop «Турбизнес» ВЕСНА 2020

11 марта БЕЛГОРОД	12 марта ВОРОНЕЖ	13 марта ЛИПЕЦК		
23 марта СТАВРОПОЛЬ	24 марта КРАСНОДАР	25 марта РОСТОВ-НА-ДОНУ	26 марта ВОЛГОГРАД	27 марта АСТРАХАНЬ
30 марта ИЖЕВСК	31 марта УФА	1 апреля САМАРА	2 апреля КАЗАНЬ	3 апреля Н.НОВГОРОД
6 апреля ПЕРМЬ	7 апреля ЕКАТЕРИНБУРГ	8 апреля ЧЕЛЯБИНСК	9 апреля ТЮМЕНЬ	10 апреля СУРГУТ
13 апреля ТВЕРЬ	14 апреля ЯРОСЛАВЛЬ	15 апреля КОСТРОМА	16 апреля ВЛАДИМИР	17 апреля ТУЛА
20 апреля МУРМАНСК	21 апреля САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	22 апреля АРХАНГЕЛЬСК		
22 апреля ИРКУТСК	23 апреля КРАСНОЯРСК	24 апреля НОВОСИБИРСК		
24 апреля МИНСК				
28 апреля БАКУ				
30 апреля ЕРЕВАН				

**ДЕЛОВЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» —
ЭТО ПЛАТФОРМА ДЛЯ НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ,
ДЛЯ МАКСИМАЛЬНО УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА**

СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ — от 19 тыс. руб.

СТОИМОСТЬ МАСТЕР-КЛАССОВ — от 7 тыс. руб.

СТОИМОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ БИЗНЕС-ЗАВТРАКА — от 15 тыс. руб.

СТОИМОСТЬ ПАКЕТА ОБСЛУЖИВАНИЯ от 9,5 тыс. руб.

УЧАСТНИКИ

- Туроператоры и центры бронирования
- Гостиницы. Гостиничные сети
- Пансионаты, санатории
- Министерства, представительства по туризму и ТИЦ
- Медицинские центры и компании

Турбизнес
МЕДИАХОЛДИНГ • С 1997 г.

ОТДЕЛ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»

(495) 723-72-72,
wshotels@tourbus.ru,
www.tb-workshop.ru, www.tourbus.ru,
www.idtourbus.ru

МЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

 www.instagram.com/workshop_tourbus
 www.facebook.com/TOURbus.ru
 twitter.com/turbiznes
 #workshopтурбизнес #воркшоптурбизнес



11-я профессиональная награда в области бизнес-туризма и MICE

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD 2020

12 номинаций
Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

www.mice-award.ru

Номинация
с 1 апреля 2020 г.

Церемония награждения
8 октября 2020 г.

Дополнительная информация:

Ирина Ильина

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



УЧРЕДИТЕЛИ



Турбизнес
МЕДИАХОЛДИНГ • с 1997 г.

ОРГАНИЗАТОР

to events
ТУРБИЗНЕС

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ

