

Универсальный курортный комплекс, предлагающий различные варианты проживания, питания и массу конференц-возможностей, готов к организации Вашего следующего мероприятия:

- 1.539 номеров
- Конференц-центр с отдельным входом
- Уникальный выбор мест для проведения мероприятий в помещении (8) и на открытом воздухе (6)
- Высокопрофессиональная команда организаторов мероприятий
- 5.600 кв. м. многофункциональных конференц-площадок
- 20 ресторанов и баров

(А также 3.000 человек персонала, 22 дельфина и 65.000 морских обитателей)

Это другой мир

Свяжитесь с нашим специалистом, чтобы узнать, как мы можем помочь Вам организовать мероприятие и сделать его более успешным
Тел.: +971 4 426 0399 Email: groups@atlantisthepalm.com

ATLANTIS
THE PALM, DUBAI
atlantisthepalm.com

www.bt-magazine.ru 2013 I №7-8 I июль – август

BUSINESS TRAVEL

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ

12+



Ключевые фигуры

27 | Больше поводов посетить Москву

32 | Все бренды в гости к нам

36 | Город, созданный для MICE

MITT - это:

- 1 852 компаний-участника
- 198 стран и регионов мира
- 73 765 посетителей за 4 дня выставки
- 56 688 м² выставочной площади
- 9 павильонов и залов

Получите бесплатный билет на выставку на сайте:

www.mitt.ru

ufi
Ассоциация
Уральских
Информационных
Фирм

Mitt

Встречи. Контакты. Бизнес.

21-я Московская международная выставка
ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ
19-22 марта 2014
Москва, ЦВК «Экспоцентр»



21-22 марта
Российский форум
индустрии встреч

 Russian Meetings
Industry Forum

Новый раздел и тема года MITT 2014:
ИНДУСТРИЯ ВСТРЕЧ

Профессиональная организация деловых мероприятий
Только 3 дня: 19, 20 и 21 марта

MITT ежегодно посещают более 3 500 корпоративных посетителей, которые представляют предприятия и ассоциации различных отраслей экономики из большинства российских регионов. Благодаря новому специализированному разделу на выставке MITT 2014 представители корпоративных заказчиков получают возможность встретиться со специалистами по организации деловых встреч, конференций и семинаров, инсентив-мероприятий, выставок в любой точке земного шара.

Организатор выставки и форума:



ITE Moscow
+7 (495) 955-73-00
travel@ite-moscow.ru
www.mitt.ru

Организатор форума:



Международное Агентство
Конгрессного Обслуживания
+7 4951 971-03-03
info@maikoeventing.com
www.maikoeventing.ru

Генеральный директор: Иван Калашников
Исполнительный директор: Ольга Мальцева
Заместитель генерального директора: Александр Попов
Шеф-редактор: Александра Загер
Корреспонденты: Элеонора Арефьева, Анна Юрьева, Светлана Коновалова, Михаил Шугаев
Художник: Владислав Суровегин
Фото на обложке: Михаил Тимонин
Отдел рекламы: Ольга Гришина, Наталия Железова, Анастасия Пшеничная
Отдел информации и распространения: Лариса Тарасюк, Лариса Лаврова
Отдел workshop: Людмила Сивова, Кристина Сивова, Евгения Шуманская

Издатель: ИД «Турбизнес»

Отпечатано в России
Тираж: 5000 экз.

Редакция журнала «Business Travel/
Международный деловой туризм»
Адрес редакции: Суворовская пл.,
д. 2, стр. 3
Почтовый адрес: 107031, Москва,
а/я 32
Тел./факс: (495) 723-72-72
Электронная почта
редакция: a.zager@tourbus.ru
рекламный отдел: reclama@tourbus.ru
отдел workshop: workshop@tourbus.ru
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.

Журналы ИД «Турбизнес»

 Турбизнес
Travel Trade Russia

 destinations
ТУРБИЗНЕС

 Пять звезд

 Турбизнес
на Северо-Западе

BUSINESS TRAVEL

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ
ВСТРЕЧА • ИНСЕНТИВ • КОНФЕРЕНЦИЯ • ВЫСТАВКА

ИЮЛЬ — АВГУСТ 2013 #7-8 (72)

2 НОВОСТИ

Вопрос месяца
Компании предпочитают управлять глобальными трэвел-программами с помощью TMC
Каталог «Москва. Конгресс-услуги»
Монако ждет деловых путешественников
Индустрия встреч — тема года выставки MITT
В «Москва-Сити» открылся первый отель
Что? Когда? Где?

4 ТЕМА НОМЕРА

Ключевые фигуры российского рынка MICE

16 НОВОСТИ КОМПАНИЙ

18 КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ

Комплексный подход

20 ВЕСТНИК АБТ

21 ПРОФИЛЬ

MICE — этому надо учиться!

22 СОБЫТИЯ

Workshop-2013 от ANEX Tour

24 РЕГИОН

В Москву! Работать, работать и работать!

27 ИНСЕНТИВ

Больше поводов посетить Москву

30 ТЕХНОЛОГИИ

Нажми на кнопку — получишь результат!

32 ОТЕЛЬ

Все бренды в гости к нам

35 ТРАНСПОРТ

С airberlin в бизнес-классе

36 НАПРАВЛЕНИЕ

Город, созданный для MICE
Мальта. Море удовольствий для дайверов
Швейцария. Инсентив в стране живых традиций
MICE в кругу старых друзей

47 ПАУЗА

Дышать духами и туманами



ВОПРОС МЕСЯЦА

Используете ли вы мобильные приложения при организации мероприятий?

31%

Да, это очень удобно

46%

Пока нет, но собираемся

12%

Пока не планируем

12%

Нет, это не нужно

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



Компании предпочитают управлять глобальными трэвел-программами с помощью TMC

На портале buyingbusinesstravel.com.ru приведено исследование Международной ассоциации делового туризма (Global Business Travel Association, GBTA), в котором говорится, что корпоративные покупатели обращаются к TMC за помощью в управлении глобальными трэвел-программами. При поддержке трэвел-агентства Egencia специалисты организации изучили мнения более 1,4 тыс. трэвел-менеджеров в Европе, Азии, Северной и Латинской Америке. Как показал опрос, основными причинами обращения компаний к трэвел-агентствам за помощью в разработке глобальных программ были отраслевые знания TMC (98%), их возможности доступа к местным тарифам (93%), а также сочетание глобального присутствия с работой на локальном уровне (89%). Около 54% корпоративных покупателей заявили, что TMC рас-

ширили их знания о специфике местных рынков, а в 60% опрошенных компаний агентства организовали обслуживание и поддержку по всему миру для деловых путешественников. Обеспечивать последовательное соблюдение трэвел-политики, управлять рисками, аккумулировать данные и вести переговоры с поставщиками на международном уровне – задачи, которые побуждают компании обращаться за услугами в TMC, отмечают авторы исследования. «Транснациональные корпорации улучшают свои трэвел-программы за счет использования технологий и опыта TMC в регионах», – сказал вице-президент по исследованиям GBTA Джозеф Бейтс. – Глобальные трэвел-программы помогают контролировать затраты, управлять рисками и оказывать поддержку деловым путешественникам в любой точке мира».

Каталог «Москва. Конгресс-услуги»

Вышло в свет очередное издание каталога «Москва. Конгресс-услуги», созданного по заказу Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы. Город становится всё популярнее у деловых туристов, а его туристская, гостиничная и транспортная инфраструктура постоянно улучшается, совершенствуется и расширяется. Развивается в городе и событийный туризм, ежегодно здесь проходит несколько сотен различных региональных и международных деловых, спортивных, культурных мероприятий – концертов, конгрессов, конференций, встреч, форумов. Располагает город и площадками для их проведения. Большинство площадок представлено в каталоге-справочнике «Москва. Конгресс-услуги». В него вошло более ста крупных объектов города: выставочные и конгрессные центры, конференц-отели, дворцы, усадьбы, парки, музеи, театры, цирки, концертные залы, стадионы, спортивные дворцы, круизные теплоходы. Здесь также есть информация о Москве и перечень business travel и TMC-компаний с их контактными данными. Вся информация дана на русском и английском языках.



Монако ждет деловых путешественников



Управление по туризму и конгрессам Монако запускает новую программу по увеличению количества бизнес-мероприятий на лучших площадках княжества «Выберите Монако и обеспечьте своему мероприятию успех».

Целью новой кампании является информирование о том, что Монако – это не только идеальное место для роскошного отдыха, но и уникальная площадка для организации и проведения мероприятий на самом высоком уровне. В первую очередь кампания направлена на стимулирование проведения мероприятий в таких сферах, как медицина, информационные и коммуникационные технологии, финансы и экология.

По словам директора конвеншн-бюро Монако Сандрин Камия, финансы, здравоохранение и информационные технологии составляют лишь 50% всех MICE-активностей в Монако, но они являются важнейшей составляющей этой отрасли туризма. «Наш опыт в организации и проведении мероприятий высокого уровня сложно переоценить. Новая программа по привлечению бизнес-туристов создана для того, чтобы не только увеличить количество мероприятий, проводимых в Монако, но и повысить уровень организации и проведения подобных активностей в княжестве», – говорит она.

Индустрия встреч – тема года выставки MITT

Mitt
ИНДУСТРИЯ
ВСТРЕЧ

Темой года, а также Форума и нового раздела на 21-й Московской международной выставке MITT/Путешествия и туризм стала индустрия встреч. Ее выбор не случаен.

По данным независимого аудита, MITT ежегодно посещают порядка 3500 корпоративных посетителей.

Спрос определяет предложение – впервые на MITT будет представлен одноименный специализированный раздел, что позволит обеспечить качественные встречи между поставщиками и заказчиками соответствующих услуг на крупнейшей в России туристической выставке.

В рамках темы года состоится двухдневный Российский форум индустрии встреч – первое в России мероприятие индустрии, направленное как на продвижение конгресс-услуг России, так и на повышение уровня теоретических и практических знаний в сфере организации мероприятий.

Российские и зарубежные эксперты осветят темы от основ организации встреч и креативного подхода к делу до привлечения средств и возврата инвестиций, аспекты сотрудничества с профессиональным сервис-агентом и многие другие. Партнер MITT по организации Российского форума индустрии встреч – Международное агентство конгрессного обслуживания (МАКО).

Участие в Форуме в качестве делегатов для корпоративных заказчиков – представителей ассоциаций и крупных компаний – бесплатное.

Журнал Business Travel является информационным партнером раздела и Форума индустрии встреч.

Все подробности – на сайте выставки www.mitt.ru.

ЧТО? ГДЕ? КОГДА?



ЧТО: World Travel Market (WTM)

Международная туристская биржа в Лондоне – это четырехдневное мероприятие индустрии путешествий, которое с 1980 г. считается одним из крупнейших событий в туристическом мире и предназначено исключительно для профессионалов.

ГДЕ: Великобритания, Лондон, выставочный центр ExCel

КОГДА: 4–7 ноября 2013 г.

WEB: www.wtmlondon.com



ЧТО: EIBTM

Международная выставка делового туризма и MICE. Выставка ориентирована на представителей деловых кругов, турагентов, представителей MICE-компаний. Среди экспонентов – представители авиакомпаний, конгрессных центров, отелей и event-агентств.

ГДЕ: Испания, Барселона, выставочный центр Fira Barcelona

КОГДА: 19–21 ноября 2013 г.

WEB: www.eibt.com

В «Москва-Сити» открылся первый отель



В столице начал работу новый четырехзвездный бизнес-отель «Novotel Москва Сити», рассчитанный на 360 номеров. Все они созданы по проекту французского дизайнерского бюро AtomeAssociés. В каждом номере организовано рабочее место с док-станцией и панелью подключения Philips для компьютеров и iPad. В отеле работает бесплатный Wi-Fi. Гости, проживающие в номерах повышенной категории Executive, Junior Suite и Suite, могут также воспользоваться кофе-машиной и бесплатным мини-баром. Генеральным менеджером отеля стал 34-летний Жером Шерпин. Отель стал первым и пока единственным средством размещения, расположенным в международном деловом центре «Москва-Сити». Гостиница работает в режиме soft-opening с февраля, официальное открытие состоялось 9 июля.

«Novotel Москва Сити» – часть многофункционального комплекса City Point. Это совместный проект российского холдинга «Ташир» и многопрофильного инвестора ЗАО «Согласие». Общий объем инвестиций ГК «Ташир» и ЗАО «Согласие» в создание City Point составил около 160 млн долларов США. В качестве долгосрочного гостиничного оператора выступает компания Accor. «Novotel Москва Сити» станет пятым отелем сети в Москве и 16-м в России.

Генеральный директор группы Accor Ян Кайер отметил: «У нашей новой гостиницы фантастическое расположение – здесь размещаются офисы ведущих российских и глобальных компаний. Именно поэтому выбор сделан в пользу известного бренда бизнес-класса Novotel, у которого накоплен многолетний опыт обслуживания бизнесменов и путешественников по всему миру». В России работают уже шесть гостиниц под этим брендом.



ЧТО: ANTOR MICE Workshop 2013

Workshop посвящен теме организации конференций, инсентив-мероприятий, деловых встреч и другим аспектам бизнес-туризма. Он проводится с целью представить продукт делового и корпоративного туризма из самых разных уголков мира. Мероприятие ориентировано на корпоративных клиентов, организаторов деловых мероприятий и туроператоров из Москвы, Санкт-Петербурга и российских регионов.

ГДЕ: Россия, Москва, отель The Ritz-Carlton Moscow

КОГДА: 30 января 2014 г.

WEB: www.antorice.com



Ключевые фигуры российского рынка MICE

В прошлом году основными трендами развития российского рынка MICE были рост популярности российских регионов как направления для делового туризма и инсентив-туров, развитие IT-технологий, а также увеличение количества постоплатных клиентов. О том, какие тренды остались актуальны и сегодня, а какие уступили место новым, мы побеседовали с ведущими игроками российского рынка MICE.

Подготовила Александра ЗАГЕР

Подавляющее большинство экспертов сошлись во мнении, что, как и в прошлом году, популярность России как места проведения MICE-мероприятий растет. При этом каждый из экспертов назвал разные причины такой популярности. «Рынок MICE имеет отличный потенциал развития», – считает генеральный директор компании CITY TRAVEL **Юлия Мануйлова**. По ее мнению, бизнес продолжает развиваться и открывать для себя новые направления, выходить на новые рынки, разрабатывать новые продукты. Это влечет за собой необходимость проведения разного рода мероприятий, направленных на усиление корпоративного духа и создание более эффективной и сплоченной команды. «Среди основных тенденций сейчас можно заметить сохранение интереса к российским регионам, так как продолжается активный рост и развитие инфраструктуры MICE-сектора. Помимо этого, проведение мероприятий в регионах дает возможность значительно сократить расходы по сравнению с зарубежными поездками», – говорит **Ирина Мамаева**, исполнительный директор компании «СТБ ТУРС». Директор корпоративного департамента Travel Management Consulting **Михаил Бережной** отмечает, что сегмент внутреннего рынка неизменно растет и мероприятия в регионах России пользуются все большим спросом. Однако большая часть мероприятий по-прежнему приходится на зарубежные поездки. По его мнению, основным преимуществом развития российского рынка MICE можно считать большой потенциал регионального присутствия – за счет развития инфраструктуры и меньших, по отношению к зарубежным аналогам, расходов. «Растет интерес к инсентивам в России, в частности на Байкале, в Астрахани, на Камчатке и т.д.», – говорит директор компании «Континент Экспресс» **Станислав Костяшкин**. Он отметил также, что велик интерес к городам, которые известны планируемыми крупными событиями, например, к Сочи в связи с Олимпиадой 2014 г. или к Казани, где прошла Универсиада. «Россия как MICE-направление всегда пользовалась большой популярностью», – рассказывает директор компании «Демлинк» **Виктор Куприн**. И если раньше в основном были запросы на проведение конференций и участие в выставках в

наиболее крупных городах России, то сейчас значительно вырос объем запросов на организацию инсентив-туров по всей стране. Востребованы такие направления, как Байкал, Карелия, Самара, Астрахань, Дальний Восток и др. Интересная история, природные богатства, национальные традиции, уникальность и креативность программ в разных уголках страны всё больше и больше привлекают наших клиентов. Нельзя не отметить, что в лучшую сторону меняется отельная база и уровень сервиса. Приток туристов не может не отразиться на качестве технологий, транспортных услуг и профессионализме обслуживающего персонала. Руководитель по развитию бизнеса MICE-отдела компании Fcm Travel Solutions **Наталья Синельникова** также отмечает, что выросло количество запросов и интерес к проведению мероприятий, в том числе и цикловых, на территории России. «В этом году большое количество успешных мероприятий прошло в таких городах, как Санкт-Петербург, Калининград, Одесса, Орел, Иркутск. Возможно, такая тенденция складывается из-за сложной политической ситуации в таких странах, как Турция и Египет», – говорит Наталья. По ее словам, всё чаще клиенты обращают внимание на Подмоскovie. Намечилась также позитивная встречная тенденция со стороны подмосковных площадок – несмотря на сложности в организации работы, в ряде отелей наблюдается значительное улучшение качества услуг и в целом лучшее понимание запросов корпоративных клиентов. Согласно с ней и директор компании JTB Russia **Светлана Безродная**: «Тенденция роста числа региональных мероприятий в России сохраняется, качество оказываемых услуг и инфраструктуры стабильно повышается, что укрепляет интерес компаний-заказчиков к данным продуктам. Внутророссийские региональные мероприятия составляют более 50% от общего количества организованных нами мероприятий в 2012 г.». По мнению директора компании «Нико Тур» **Романа Горохова**, всё более активную роль в MICE-индустрии играют региональные административные центры России, растет спрос на проведение мероприятий в регионах РФ. «С начала 2013 г. намечилась тенденция роста количества мероприятий, проводимых в России, по отношению к числу зару-

бежных мероприятий», – отмечает директор компании «Зеленский Корпорейт Тревел Соловьев» **Вадим Зеленский**. – Сопоставляя проводимые в регионах мероприятия и сферы деятельности компаний-заказчиков, разумно предположить, что положительная экономическая ситуация в стране благотворно влияет на развитие бизнеса в регионах, что в свою очередь продуктивно влияет на развитие рынка MICE в регионах». Директор группы компаний «Конкорд» **Наталья Евневич** отмечает увеличение количества мероприятий, организованных в России, а также мероприятий с иностранными участниками – конференций, конгрессов, инвестиционных форумов, ознакомительных поездок для молодежных организаций, деловых и культурных программ для иностранных делегаций. «Повышение доступности регионов также представляет своего рода тенденцию развития рынка MICE, которая связана с активным введением маркетинговых стратегий продвижения регионов и организации международных мероприятий», – отмечает генеральный директор IBC Corporate Travel **Анатолий Курюмов**. – Благодаря введению маркетинговых стратегий улучшается инфраструктура региональных центров, повышается их известность. В качестве примеров можно привести Казань, Владивосток, Ханты-Мансийск, Сочи, Екатеринбург, Новосибирск, Ярославль, Самару, Магнитогорск и другие города».

Креатив продолжает и выигрывает

Еще один тренд, отмеченный в прошлом году, актуален и сейчас – увеличение креативной составляющей в MICE-мероприятиях.

«Из наиболее ярких тенденций можно выделить повышение спроса на мероприятия, включающие в себя креативную составляющую, поскольку компании стремятся получить намного больше, чем просто услугу, они хотят поменять отношение к работе, сделать сотрудников частью одного целого», – говорит Ирина Мамаева. По мнению генерального директора компании «Агентство АВИА ЦЕНТР» **Сергея Богачёва**, крупные компании чаще стали заказывать инсентив-программы. Но заказчик стал требовательным, теперь его интересует не массовость, а эффективность. Появились креативные запросы, требуются «изюминки», а не стандартный набор услуг. Директор компании GCS Business Group **Яна Лубковская** считает основной тенденцией рынка развитие креативного MICE с применением технологий PR и коммуникаций, а также event-маркетинга.

IT-технологии

IT-технологии прочно вошли в нашу жизнь, и MICE-индустрия здесь не исключение. У многих компаний появились iPad-квесты, часто используются интернет- и мобильные приложения для организации мероприятий. Так что и этот тренд только усилился с прошлого года. Генеральный директор компании RCS **Сергей Шаньгин** считает, что получают новое развитие мобильные приложения для организаторов и участников конференций и инсентивов. Кроме того, появятся новые системы онлайн-бронирования не только услуг делового туризма, но и MICE.

«Более **50%** от общего количества организованных нами мероприятий в 2012 г. составляют внутророссийские региональные мероприятия»

Все для корпоративных мероприятий!

MICEDISCOUNT
скидки для корпоративных мероприятий

Все скидки для MICE в России и за рубежом!

Гостиницы	40%	70%	90%
Events			
Teambuilding		70%	90%
Групповые туры			
Конференц услуги			

MICE справочник
www.micediscount.ru

Корпоративные сувениры - чехлы для чемоданов и багажные ремни

Необычная, яркая и эффективная реклама Вашего бренда!

Разработка уникального дизайна и заказ любого количества на сайте www.hitcases.ru
Срок изготовления - от 10 дней

Деловые поездки & MICE для вашего предприятия

- инновационная система снижения затрат
- круглосуточная поддержка 24/7
- билеты и отели по специальным ценам online



CITY TRAVEL лучшее business travel агентство 2012 года
по итогам премии Russian Business Travel & MICE Award

Авиабилеты | ЖД билеты | Визы | Отели | Мероприятия | Транспорт

Москва 495 510-28-28
Казань 483 227-40-42
Самара 846 270-66-50

www.city-travel.ru
8 800 200 66 50

Светлана Безродная отмечает, что постепенно повышается спрос на интерактивные технологии при проведении мероприятий с использованием смартфонов и мобильных компьютеров.

Директор по маркетингу компании UTS Group **Владимир Дёмин** также говорит о том, что IT-технологии приходят и в MICE-сегмент. Мероприятия становятся всё более интерактивными благодаря использованию мобильных приложений.

Другие тренды

Среди других трендов российского рынка MICE и делового туризма наши эксперты называли усиление конкуренции, а также прогнозировали увеличение числа постоплатных клиентов. Впрочем, этот тренд отмечался и в прошлом году.

«На рынке будут происходить слияния и поглощения, учитывая ряд сложностей для MICE-компаний в плане финансового обеспечения поддержания статуса туроператора и неуклонный рост числа клиентов, работающих на условиях постоплаты», – говорит Сергей Шаньгин.

О переходе клиентов на постоплатную систему работы говорит и Роман Горохов. Он также отмечает, что число игроков рынка увеличится, что приведет к снижению доходности MICE-бизнеса.

«Непрозрачность рынка уходит, и поставщик должен показать, а теперь и доказать, за что платит клиент, – говорит Анатолий Курюмов. – Идет ужесточение конкуренции, связанное с тем, что одна площадка может обеспечить требуемую прозрачность, а другая – нет».

Генеральный директор компании MICE **Елена Мельникова** считает главной тенденцией усложнение проектов, их многогранность и концептуальность, а также самостоятельность клиентов в бронировании услуг логистики. Клиент уже напрямую запрашивает услуги авиаперевозчиков и гостиниц и будет делать это всё больше. «Поэтому наша задача как агентства будет заключаться именно в профессиональной помощи клиентам», – отмечает она.

Анатолий Курюмов назвал еще несколько тенденций рынка. Прежде всего, это консолидация в виде создания программ SMMP (strategic meetings management program) с качественными показателями: корпоративные клиенты хотят проводить свои мероприятия на площадках, которые зарекомендовали себя наилучшим образом, а те, что не могут обеспечить необходимый уровень сервиса, выпадают из списка рекомендованных. Такая программа описывает, на каких условиях и какие площадки крупные компании могут закреплять для своих регулярных мероприятий. От SMMP клиенты отталкиваются, планируя свои бюджеты. В этой связи взаимоотношения с площадками выходят на первый уровень у тех агентств, которые занимаются MICE. Кроме того, клиенты начали покупать MICE-услуги по принципам business travel. «Если раньше клиент оплачивал мероприятие в целом, то теперь он приобретает набор отдельных сервисов и услуг. Клиенты стали уделять особое внимание структуре расходов в рамках мероприятия (расходы на питание участников, на площадку, оборудование, креативную часть и т.д.)», – говорит он.

Директор директората корпоративного туризма компании «Трансаэро Тур» **Людмила Кириллова** отметила среди тенденций рынка растущий интерес корпоративных клиентов к расположению объекта, в котором планируется проведение того или иного делового мероприятия, а также повышенное внимание к экологической ситуации на планете, что является определяющим фактором при выборе места проведения деловых собраний.

Всё большую популярность, по ее мнению, приобретают так называемые экотимбилдинги. При этом основным «кулинарным трендом» MICE-индустрии становится здоровое питание и специальное «диетическое меню».

Людмила Кириллова подчеркнула, что ни одно корпоративное мероприятие невозможно сегодня без использования социальных медиа. Также отмечается широкое внедрение в отрасль современных технологий: потоковые медиа, веб-конференции и инструменты собственного видеопроизводства.

Директор MICE & Congress компании Unifist Travel **Дмитрий Марьин** назвал среди тенденций общее увеличение объема при снижении среднего размера мероприятия. Он также отметил автоматизацию внутренних и внешних процессов, связанных с организацией мероприятий.

Выводы

Судя по количеству и разнообразию трендов, российский рынок MICE и делового туризма развивается весьма активно. По-прежнему растет популярность регионов



www.stbtours.ru

Агентство делового туризма

ВСЕ СПЕКТР УСЛУГ ПО ОРГАНИЗАЦИИ MICE - МЕРОПРИЯТИЙ



МНОГОЛЕТНИЙ ОПЫТ, ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО, ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД,
ОРИГИНАЛЬНЫЕ ИДЕИ, НАДЕЖНЫЕ ПАРТНЕРЫ, ПОЛНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

МЫ ДЕЛАЕМ ВСЁ, ЧТОБЫ ВЫ ЧУВСТВОВАЛИ, ЧТО МИР ВРАЩАЕТСЯ ВОКРУГ ВАС!

127055, Россия, Москва
Институтский переулок, 2/1, 3 этаж
Tel./ Fax +7 (495) 789 87 79 / +7 (495) 789 87 99
e-mail: mice@stbtours.ru

Постепенно повышается спрос на интерактивные технологии при проведении мероприятий с использованием смартфонов и мобильных компьютеров

России как MICE-направления, клиентам всё важнее креативная составляющая, а мобильные и IT-технологии всё чаще становятся необходимой частью подготовки любого мероприятия.

«Анализ статистики продаж всех деловых мероприятий, реализованных нашей компанией с 2011 по 2013 г., показывает, что тенденция развития рынка MICE в России сохраняется стабильно положительной – объемы продаж увеличиваются, число реализованных MICE-проектов растет, в том числе и общее количество запросов от клиентов», – говорит Вадим Зеленский.

«Независимо от того, происходит ли в компаниях увеличение числа сотрудников или нет, цель проведения MICE-мероприятий – в первую очередь улучшение профессиональных навыков специалистов, расширение деловых связей и, как следствие, повышение эффективности бизнеса в целом», – говорит Юлия Мануйлова.

Новые технологии

Ежегодно на рынке появляется множество новых продуктов и технологий для клиентов. Так, в компании **CITY TRAVEL** введен электронный документооборот. Это касается как обмена электронными счетами-фактурами с заказчиком, так и формирования полного пакета документов в электронном виде с выгрузкой через защищенные каналы. Эта технология позволяет существенно сократить операционные затраты как агента, так и клиента.

«Мы пишем новые сценарии под запрос клиента и готовим программу «под ключ», – рассказывает Людмила Кириллова из «Трансаэро Тур». – Всё чаще и чаще мы сталкиваемся с так называемыми микс-программами, которые включают в себя весь спектр понятия «MICE-индустрия», то есть когда одно мероприятие состоит из конференции, тимбилдинга, деловых встреч и, например, зажигательного гала-ужина. С такими заказами очень приятно и интересно работать, и клиенты всё чаще запрашивают именно такие мероприятия для своих сотрудников. Эти туры остаются в памяти людей и вызывают массу позитивных эмоций».

В компании **MaxiMICE** продолжают развивать те проекты и услуги, которые были запущены пару лет назад. Профессиональное консультирование клиентов, годовое планирование, реализация и сопровождение проектов – всё это по-прежнему актуально. Сейчас в компании разрабатывается система управления проектами на единой платформе клиента и агентства.

Компания **IBC Corporate Travel** создала собственный онлайн-продукт для корпоративных клиентов – систему управления поездками и мероприятиями «Ракета», которой уже успешно пользуется большинство клиентов IBC – крупнейшие российские и зарубежные компании. «Ракета» дает возможность не только бронировать отели, авиа- и железнодорожные билеты, аэроэкспресс, трансферы и другие услуги с невероятной скоростью в режиме онлайн, но и соблюдать трезвел-политику компании, контролировать расходы, составлять всю необходимую отчетность по командировкам сотрудников. Результаты поиска предложений в «Ракете» удовлетворяют абсолютно всем требованиям клиентов в отношении стоимости и качества услуг, так как она имеет очень массивный контент, который включает более 7200 объектов для проведения MICE с онлайн-доступом, и многоступенчатую систему фильтров. После нажатия пользователем «Ракеты» кнопки «забронировать» подтверждение о бронировании гостиницы или электронный билет приходят на почту мгновенно, так как действия осуществляются не через консультанта, а напрямую в сервисах глобальных поставщиков. Подключение менеджеров происходит исключительно для решения сложных вопросов. Именно поэтому при входе в личный кабинет в «Ракете» клиенты видят контакты персонального менеджера, который в случае необходимости дает экспертную оценку инфраструктуры, помогает составить сложный маршрут, решает проблему в экстренной ситуации. Для форс-мажорных ситуаций в «Ракете» предусмотрена служба 24-часовой поддержки.

Как международная TMC IBC предоставляет консультационные услуги при организации тендеров на профильные услуги. Компания также выступает как интегратор и разработчик решений в профильном бизнесе, ведет кастомизацию и интеграцию собственных продуктов и решений на стороне корпоративных клиентов. Как сервис-провайдер IBC Corporate Travel оказывает полный комплекс сопутствующих услуг. В их числе оформление приглашений для иностранных граждан на въезд в РФ, оформление виз за рубеж, заказ трансферов и организация VIP-встреч в аэропорту, аренда автомобилей без водителя в России и за рубежом, специальные страховые программы для корпоративных путешественников, синхронный, устный и письменный перевод и так далее.



ТРАНСАЭРО ТУР

Один из лидеров корпоративного туризма



- Организация всех видов деловых мероприятий: конгрессы, конференции, семинары, экспедиции, научные туры, тимбилдинги и др.
- Работа с группами любой численности
- Бронирование отелей по всему миру
- Прямые контракты с ведущими авиакомпаниями и отельными цепочками
- Разработка персонального маршрута «под ключ»
- Заказ индивидуального чартерного рейса для больших групп
- Организация культурных и спортивных мероприятий: рыбалка, рафтинг, верховая езда, сафари, полеты на воздушном шаре и др.
- Нестандартные объекты размещения: отели-бутики, дизайнерские отели, эко-отели на деревьях, ледяные гостиницы, отели в пещерах, кораблях и замках и т. д.
- Обширная география: неизведанная Африка, экзотические острова, уютная Европа, яркая и непредсказуемая Азия, далекая и заманчивая Австралия, свободная и многоликая Америка, великая Россия
- Многолетний успешный опыт и высокий профессионализм сотрудников
- Конкурентоспособные цены и гибкая система скидок

Ваше требование – индивидуальный подход?

Мы любим нестандартные решения. Единственный стандарт – стандарт качества!

Ваша компания объездила весь мир?

Мы готовы открыть известные страны с новой стороны!

www.transaerotour.com
hotels@transaerotour.com
kirillova@transaerotour.com

Тел: +7 (495) 921-12-00 (156, 166)
Факс: +7 (495) 69-74-118

АСАДЕМСЕРВИС



Meetings Incentives Conferences Events



ООО «Академсервис»

Тел: +7 (495) 660-90-90 (доб. 1207) Факс: +7 (495) 662-43-52
E-mail: mice@acase.ru

www.acase.ru/mice

JTB RUSSIA

Your A to Z MICE service provider

MEET PEOPLE

MEETINGS
INCENTIVES
CONFERENCES
EVENTS

+7 (495) 916 54 80 / events@jtbussia.com
www.jtbussia.com

«Поскольку наша компания – агентство полного цикла по организации мероприятий, то мы не ограничиваемся стандартным набором услуг в виде обеспечения логистики и разработки идеи мероприятий. Мы предоставляем любые виды брендирования, персонал, различное оборудование, организуем развлекательный контент. Обеспечиваем сувенирной продукцией и сопутствующими раздаточными материалами», – говорит Светлана Безродная, генеральный директор компании **JTB Russia**.

Компания **FCm Travel Solutions** внедрила новый продукт компании Travelport – системы корпоративного онлайн-бронирования TripGate. Пилотные испытания продукта проводились совместно с компанией Travelport.

Компания **Travel Management Consulting**, как правило, предлагает клиентам комплекс услуг, которые включают в себя оптимизацию маршрутов и сокращение затрат на трэвел-бюджет командировок; статистическую и аналитическую отчетность; экспертный консалтинг по каждому направлению услуг; рекомендации и разработку «политики путешествий» клиента; обучающие семинары для сотрудников компании-клиента; круглосуточную поддержку.

Клиенты компании «Демлинк» с удовольствием пользуются системой Demlink Online «Личный кабинет». Это собственная инновационная разработка отдела IT. Объем функциональных возможностей «Личного кабинета» постоянно растет и совершенствуется, исходя из индивидуальных потребностей наших клиентов. На сегодняшний день он позволяет выбирать и бронировать услуги в режиме реального времени, вести переписку в привязке к заказу, отслеживать статус выполнения заказа и оплаты, вести базы данных сотрудников и доставки, контролировать трэвел-бюджет, а также предоставлять детализированную статистику в режиме онлайн. «Все наши клиенты являются членами Demlink club, в рамках которого мы предоставляем возможность получать актуальную информацию о событиях и новых продуктах туристического рынка.

Регулярно весной и осенью мы проводим серию обучающих семинаров для трэвел-координаторов, где рассказываем о возможностях нашей компании, новинках и тенденциях развития делового туризма, а также отвечаем на многочисленные вопросы наших клиентов. Несколько раз в год Demlink club проводит деловые завтраки с участием международных партнеров, которые позволяют знакомиться с новыми отелями и увлекательными направлениями. Для того чтобы лучше узнать площадки и новые страны, организуются ознакомительные туры. В рамках клуба наши клиенты получают дополнительные скидки при организации личного отдыха. Также хотелось бы отметить, что мы заботимся о наших клиентах круглосуточно», – рассказывает Виктор Куприн.

Компания «СТБ ТУРС» является членом «Мальтийского клуба» – объединения туроператоров, активно развивающих туристическое направление Мальты на российском рынке и единственным уполномоченным агентом Emirates Holidays в Москве. В связи с этим наряду с услугами в области MICE и Business Travel агентство предоставляет своим клиентам ряд дополнительных услуг: организацию детского отдыха и образовательных туров на Мальте, разнообразные программы индивидуальных и групповых туров по различным направлениям. В собственности ООО «СТБ ТУРС» имеется база отдыха «Верхне-Угланское», расположенная в Астраханской области. Это прекрасное место не только для отдыха с семьей, рыбалки, но и для проведения MICE-мероприятий различного формата.

Как это делается

Каждое мероприятие уникально и организуется в соответствии с нуждами и ожиданиями клиента. Наши собеседники рассказали о самых удачных и ярких мероприятиях последнего времени.

CITY TRAVEL

Кулинарные пристрастия подчас являются определяющими в характере человека, не говоря уже о нации в целом. Яркими особенностями любой страны можно назвать ее гастрономию, кухню и сам подход к еде и ее потреблению. Эта увлекательная и вкусная часть жизни легко превращается в игру.

В этом году компания City Travel провела уникальный тимбилдинг под названием «Кулинарные старты», посредством которого люди были объединены «вкусной» теорией и практикой. Заказчик выбрал японскую кухню, которая и была взята за основу. В ходе игры команды соревновались в приготовлении роллов, сашими и мисо-супа. Было вкусно и увлекательно. Все были довольны и счастливы.

«Трансаэро Тур»

Среди самых интересных программ компании «Трансаэро Тур» можно выделить программу «Корфу – в гости к греческим богам». Для 250 ее участников был орга-

низован тимбилдинг на джипах по острову Корфу с посещением гончарной мастерской, в которой каждый участник мог вылепить свою чашу Пифагора; завода Спироса Мавроматиса по производству ликера и сладостей из китайского апельсина кум куат; Палеокастрицы – где, согласно мифу, находился тот самый город фиакийцев, в котором остановился Одиссей перед своим возвращением на родную Итаку. Вся команда выплыла на лодках в залив и любовалась великолепными пещерами. И, наконец, Ангелокастро – древняя византийская крепость, построенная в 1204 г. на высоте 350 м. Здесь команды водрузили свои флаги и сделали памятные фото. На каждом этапе команды встречали сотрудники компании в костюмах греческих богинь. Финалом тимбилдинга стал гала-ужин в греческой аутентичной таверне с выступлением народных ансамблей и певцов.

MaxiMICE

Компания ежемесячно организует множество мероприятий по всему спектру Business Event по всему миру для групп разной численности. Кроме того, последние несколько лет MaxiMICE делает проекты с креативным наполнением. Например, конференция на Мальте, где было также проведено тимбилдинг по мотивам телеигры «Форт Боярд».

По итогам мероприятия был получен отзыв от высокого руководства клиента с характеристикой, о которой может мечтать любое агентство: «Мероприятие прошло на высоком уровне и внесло существенный вклад в выработку эффективных решений в работе отдела продаж и бизнеса в целом».

IBC Corporate Travel

В 2012 – начале 2013 г. компания IBC Corporate Travel провела около 15 тысяч мероприятий, каждое из которых имело свои особенности. Среди них, например организация празднования 80-летия академической науки на Урале и 25-летия УрО РАН в декабре 2012 г. с участием более 400 гостей. В числе приглашенных были и высокопоставленные гости – губернатор Архангельской области И.А. Орлов, губернатор Свердловской области Е.В. Куйвашев. Двухдневная программа включала ряд конференций, фуршеты, церемонию награждения лучших проектов и завершающий праздничный банкет. Сотрудниками IBC Corporate Travel было организовано всё – от логистики и размещения гостей, которые прибыли из разных регионов России, до кейтеринга, выбора, оформления площадки и выступления американской джазовой певицы.

JTB Russia

В конце прошлого года компанией был реализован очень интересный проект – запуск модели российской сборки ведущего автомобильного бренда. Мероприятие по желанию заказчика было проведено в старинном русском провинциальном городе недалеко от Москвы в формате четырех двухдневных ротаций по 200 человек и включало разработку концепции, полную логистику, высокотехнологичную конференцию, тест-драйв, ледовое шоу со звездами, французский кейтеринг, съемки ролика, полный брендинг, сувенирную продукцию, обеспечение персоналом. Особая сложность заключалась в экстремально сжатых сроках подготовки проекта, но клиент остался очень доволен.



Travel Management Consulting

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ КОМПЛЕКСА ЗАДАЧ,
СВЯЗАННЫХ С ОРГАНИЗАЦИЕЙ ДЕЛОВЫХ ПОЕЗДОК.

- Авиа и ЖД билеты
- Бронирование отелей по всему миру
- Трансфер и аренда транспорта
- Визовый и миграционный консалтинг
- Организация конференций и корпоративных мероприятий
- Бизнес авиация

| Персональный сервис | Круглосуточная поддержка 24/7 |
| Оптимизация маршрутов и снижение затрат на командировки |

www.tm-consulting.ru

+7 (495) 937-60-60

Тенденция развития рынка MICE в России сохраняется стабильно положительной – объемы продаж увеличиваются, количество реализованных MICE-проектов растет



WORLD TRAVEL AWARDS
WINNER
2012

FCm Travel Solutions
признана лучшей
TMC в мире

Наши люди –
гарантия
наших успехов



www.fcm.travel
Better travel ideas. Greater savings.

FCm Travel Solutions

Среди крупных проектов FCm Travel Solutions – организация ежегодного форума алкогольной компании для 400 человек в Исландии. Каждый день конференции проходил в разных гиперсовременных конгресс-центрах. Также были организованы закрытое мероприятие на спа-курорте «Голубая лагуна», экскурсии к гейзерам и разлому тектонических плит, посещение тематических ресторанов. Гала-ужин в Арт-музее был не просто «гала», а настоящая возможность погрузиться в культуру этой прекрасной страны.

Интерес и сложность проекта заключались в экзотическом для российского рынка месте проведения ивента и «камерности» Исландии, для которой действительно непросто «переварить» мероприятие с четырьмястами участниками. Столкнувшись с трудностями логистики, но необычность природы и всего происходящего вокруг оставили неизгладимое впечатление.

«Демлинк»

Среди крупных проектов компании – спортивно-развлекательная программа, организованная в марте 2013 г. для крупного банка. Мероприятие проходило на российском горнолыжном курорте и включало в себя шуточные состязания на горных лыжах и сноубордах. В мае 2013 г. в Марокко была организована презентация нового телеканала, а в России прошла регата и конференция для VIP-клиентов оператора связи. В ноябре 2012 г. «Демлинк» организовал празднование 10-летия холдинговой компании в Стамбуле для 125 человек.

Тренды российского рынка MICE

1. Популярность регионов России как MICE-направления.
2. Увеличение креативной составляющей в MICE-мероприятиях.
3. Активное использование IT-технологий.
4. Рост числа постоплатных клиентов.
5. Ужесточение конкуренции.

Группа компаний «Конкорд»

Среди организованных группой компаний «Конкорд» мероприятий были такие, как выставка «Антиконтрафакт-2012» (Москва), шестой МКВ Global Education (2012), форум ректоров ведущих университетов России и Франции (2012, Ницца), форум ректоров ведущих университетов России и Нидерландов (2013, Амстердам), экспозиции и деловые программы на выставках «Оптика» (2012, Москва), Aula (2012, Мадрид), ImageNANO (Бильбао, 2013), стажировки специалистов РОСНАНО (2013), Азиатско-Тихоокеанский энергетический форум (2013, Владивосток), цикл роуд-шоу для правительства Москвы (2012–2013, Китай, Франция (MIPIM), Германия) и др.

«СТБ ТУРС»

Одним из ярких проектов недавнего времени стал инсентив-тур для сотрудников компании информационных технологий. Он был организован в уникальном месте России – на базе отдыха «Верхне-Угланское». Вначале была проведена деловая часть – конференция по подведению итогов года. Затем – два насыщенных дня активной инсентив-программы. Был организован увлекательный мастер-класс по рыбной ловле на спиннинг под руководством опытных егерей, который завершился вкусным обедом на берегу замечательного местечка Джамба. На следующий день для гостей была проведена интереснейшая экскурсия в столицу Золотой Орды древний город Сарай-Бату, самый большой средневековый город на территории современной Европы. Финалом поездки стал гала-ужин с развлекательной программой и дискотеккой на территории базы отдыха.

Travel Management Consulting

Компания организовала инсентивы в Париже и Римини на 160 гостей каждый, в Баку – на 30 человек, конференции в Анталии и Санкт-Петербурге – на 150 и 250 участников соответственно. В Индонезии, Венгрии и Бразилии прошла серия конференций на 250 человек.



Настроение счастья: 5 предпраздничных идей от МАКСИМАЙС

Что может быть лучше новогоднего праздника? Пожалуй, только его предвкушение. Когда вы с размаху падаете в вихрь праздничных приготовлений, считаете дни до боя курантов и каждый день примеряете хрустальные туфельки...

Что делать, если чудеса вы не ждете, а предновогодние хлопоты уже в августе представляются огромным снежным комом проблем? Отрегулировать праздничное настроение совсем несложно.

1. Визуально погрузитесь в атмосферу праздника. Например, замените заставку на рабочем столе компьютера или телефона на картинку новогодней тематики. И приятно, и лишней раз напомнит о корпоративе.
2. Попробуйте вспомнить детство и немного подурчиться – написать письмо Санта Клаусу или Деду Морозу, в зависимости от менталитета компании. Расскажите ему о своих мечтах и желаниях. Посылать необязательно (мы же уже выросли), можно просто порадоваться и оставить себе.
3. Помните, что покупка подарков – такое же удовольствие, как и их дарение. Не позволяйте превратить это приятное занятие в рутинный просмотр сайтов или бег по магазинам.
4. Почаще позволяйте себе маленькие радости. Пусть будет вечер на натке и горячий глинтвейн, сияющий горнолыжный склон и веселая компания в шале, сладкое предвкушение новогодней ночи и освежающий мандариновый дух, белоснежные снеговвики и песочные замки.
5. Загляните в мешок подарочных идей от «МАКСИМАЙС» на сайте www.maximice.ru. Продюсеры и креаторы разработали много интересных сценариев, которые помогут сделать праздник особенным.

А может быть, вам захочется стать героями собственной волшебной сказки? МАКСИМАЙС придумает совершенно эксклюзивный вариант новогоднего праздника. Давайте встретимся и все обсудим.

Подготовка начинается не только с выбора места, времени и идеи. Главное – почувствовать радость, попасть в плен мандариновых ароматов или запаха рождественской елки...

Верьте - чудеса случаются! Особенно если они подготовлены заранее и профессионально.

(495) 739-33-58

maximice.ru
facebook.com/LLC.MaxiMICE

119034, Москва, ул. Пречистенка, д. 40/2, стр. 1, под. 3



Ведущие игроки российского рынка MICE

Название компании	Директор, контакты	Краткое описание специализации компании	Кол-во сотрудников	Кол-во российских/зарубежных мероприятий в 2012 г.
CITY TRAVEL	Юлия Мануйлова Москва, ул. Летниковская, 11/10, м. «Павелецкая», БЦ Capital House Тел./факс: +7 495 510 2828 moscow@city-travel.ru www.city-travel.ru	Лучшее агентство бизнес-трэвел 2012 г. по итогам премии Business Travel & MICE Award. Год основания – 2001. Компания имеет технологии, позволяющие клиентам сократить затраты на бизнес-поездки. Член ТКП, BSP, ВТАА. Услуги: продажа и бронирование авиа-, ж/д билетов, отелей, автомобилей, оформление виз и загранпаспортов, заключение трехсторонних договоров с авиакомпаниями и отелями, собственный центр бронирования российских гостиниц по прямым договорам, бронирование международных отелей, проведение конференций и мероприятий в России и за рубежом, онлайн-система бронирования и т.д.	230	210/180
Continent Express	Станислав Костяшкин			1968/288
Demlink Travel	Виктор Куприн Тел.: +7 495 797 6400, 661 0651 info@demlink.ru www.demlink.ru, www.demlink.com	MICE & Business Travel	300	Более 2700/более 490
FCm Travel Solutions	Ольга Белоусенко Москва, ул. Бутырский Вал, 68/70, стр. 1, БЦ «Бейкер Плаза» Тел.: +7 495 987 4779 traveldeskr@fcm.travel www.ru.fcm.travel	Консалтинг по управлению трэвел-расходами; полный спектр услуг по организации деловых поездок: ж/д и авиабилеты, бронирование отелей, транспортное обслуживание; инсентивные туры и конференции; визовые услуги Основные преимущества: эффективная программа Account-менеджмента, глобальная гостиничная программа FCm, специализированные визовый отдел и отдел MICE, служба поддержки 24 часа на русском языке, собственный онлайн-портал; партнеры в 80 странах	200	600/500
GCS Business Group	Яна Лубковская			Более 70/более 50
IBC Corporate Travel	Анатолий Курюмов Москва +7 495 223 7574 Краснодар +7 861 204 0062 Екатеринбург +7 343 3898330 Новосибирск +7 383 230 0760 Владивосток +7 423 261 2085 ibc@ibc.ru ct.ibc.ru	IBC Corporate Travel организует деловые поездки и мероприятия любого масштаба с 1995 г. С 2007 г. является российским партнером международной TMC Hogg Robinson Group	Более 100	9600/120
JTB Russia	Светлана Безродная Тел.: +7 495 916 5480 info@jtbrossia.com www.jtbrossia.com	JTB Russia входит в состав международного туристического холдинга JTB и уже более 15 лет осуществляет в России комплексное обслуживание корпоративных клиентов в сфере организации бизнес-поездок и мероприятий (концепция, логистика, брендинг, креатив, координация, оптимизация расходов)	55	287/195
MaxiMICE (ООО «МАКСИМАЙС»)	Елена Мельникова Тел.: +7 495 739 3358 info@maximice.ru www.maximice.ru www.facebook.com/LLC.MaxiMICE	Агентство полного цикла профессиональных операций в области организации корпоративных мероприятий оказывает все виды интегрированных услуг в сфере MICE и Business Events	100	1500/300
RCS - Russian Corporate Services, (ЗАО «РКС»)	Сергей Шаньгин			Более 400/более 200
Russkie Prostoni	Ула Кастенссон		30	
Travel Management Consulting (ООО «ТиЭмСи»)	Валентин Кутасов Тел.: +7 495 937 6060 info@tm-consulting.ru www.tm-consulting.ru	Один из лидеров российского рынка делового туризма. Компания предлагает своим клиентам профессиональное решение комплекса задач, связанных с организацией деловых поездок	150	39/47
UNIFEST travel, UNIFEST mice, UNIFEST congress	Валерий Рогач			850/350
UTS Group	Алексей Крылов Москва, 3-й Сыромятнический пер., 3/9, стр. 6 Тел.: +7 495 723 7227 Факс: +7 495 725 7776 utstravel@utstravel.ru www.utsgroup.org	Компания основана в 1994 г. и является основателем холдинга UTS Group, который включает в себя дочерние компании «Хотелбук-Сервис» и «ЮТС Тревел». Входит в десятку крупнейших туроператоров России	Более 500	
ООО «Агентство АВИА ЦЕНТР»	Сергей Богачёв			140/85

Ведущие игроки российского рынка MICE

Название компании	Директор, контакты	Краткое описание специализации компании	Кол-во сотрудников	Кол-во российских/зарубежных мероприятий в 2012 г.
ООО «Академсервис»	Леонид Исакович Москва, ул. Шипиловская, 28а Тел.: +7 495 660 9090 круглосуточно Факс: +7 495 662 4362 info@acase.ru www.acase.ru	Многопрофильный туроператор по въездному туризму. Онлайн-бронирование 1800 отелей России, стран СНГ и Балтии	Более 280	Более 50
«БИЗНЕС ИВЕНТ»	Ирина Травкина			120/25
«Зеленский Корпорейт Тревел Солюшнз»	Вадим Зеленский			119/71
ЗАО «Интерсити Сервис» (холдинг «КМП Групп»)	Юрий Шумило Тел.: +7 495 721 1706 corporate@kmp.ru www.kmp.ru	Организация деловых поездок по России и за рубежом: бронирование отелей, оформление авиа- и ж/д билетов, транспортное и VIP-обслуживание, визовая поддержка. Организация мероприятий различного характера и масштаба в России и за рубежом: семинары, поощрительные поездки, конференции, корпоративные мероприятия	240	522/349
Группа компаний «Конкорд»	Наталья Евневич Тел.: +7 495 961 1199 reception@concordgroup.ru www.concordgroup.ru	Организация выставок, конгрессов, конференций, фестивалей в России, российских экспозиций на крупнейших международных выставках за рубежом, туристическое обслуживание участников выставок и конгрессов в России и за рубежом.	70	20/15
ЗАО «Нико Тур»	Роман Горохов			Более 1500/более 500
ООО «Профессиональные конференции»	Валентина Дмитриева			14
ООО «СТБ ТУРС»	Дмитрий Шишкин Москва, Институтский пер., 2/1, 3 этаж Тел.: +7 495 789 8779 mice@stbtours.ru	Полный спектр услуг в области организации MICE-мероприятий и деловых поездок	140	450/320
ООО «Территория Про»	Сергей Городянский			120/35
ООО «Трансаэро Тур»	Элеонора Красовская Москва, Комсомольский просп., 24, стр. 1, «Г» Тел.: +7 495 921 1200 (166) kirillova@transaerotour.com www.transaerotour.com	Ведущий туроператор на российском рынке с 1999 г. с развитой филиальной сетью. MICE-мероприятия любой сложности в любой точке земного шара	Более 500	90/70
ООО «Центр делового туризма и образования» (ВТМ)	Елена Суворова			36/78

Сложно найти
гостиницу в
Лабытнангах?

Заходите
на **Bronevik.com**,
товарищи!

BRONEVIK.com

Революционная система бронирования

**БОЛЕЕ
3400 ОТЕЛЕЙ
В 467 ГОРОДАХ
РОССИИ И СНГ**

Высокий процент комиссии для агентств

+7 (495) 223-57-76

www.bronevik.com

UTS Group

Корпоративное мероприятие в духе UTS. День Нептуна!



Четвертого августа на территории яхт-клуба «Водник» UTS Group развернул свои рыболовные сети на всю катушку на собственном корпоративном мероприятии «День Нептуна».

Вся концепция праздника «под ключ» была разработана департаментом MICE UTS во главе с Натальей Жестковой. И День Нептуна удался на славу.

Структурно всё было разбито на три этапа с общей целью найти любимую дочку Нептуна – Русалочку. Около двухсот участников были разделены на команды, которым предстояло пройти увлекательный iPad-квест. Форт Боярд в «Воднике»!

После марш-броска по территории яхт-клуба команды отправились на судостроительную верфь, где им предстояло построить корабль своей мечты, чтобы отправиться на край света в поисках Русалки. Но Нептуну в итоге оказалось недостаточно одного факта наличия корабля, и участники потянулись к берегу, чтобы протестировать свои креативные творения непосредственно на воде. По результатам испытаний лучшие корабельные команды отправились в регату по волнам Клязьминского водохранилища на яхтах парусного клуба «Водник».

Красочным завершением вечера стал морской показ мод, где каждое подразделение холдинга, проявив недюжую фантазию, представило на суд взыскательного жюри свою мини-сценку и, самое главное, костюмы на морскую тематику. Здесь была пена с пловцами, красная икра в банке, водяной, матросы-счетоводы и даже украинский черноморский Нептун, который поверг Нептуна-ведущего в невероятный экстаз.

Мероприятие закончилось праздничным фуршетом, когда уставшие, но счастливые коллеги смогли пообщаться и вместе вспомнить этот замечательный день.

«Такие внутрикорпоративные праздники стали нашей доброй традицией», – сказал Алексей Крылов, генеральный директор UTS Group. – Это не только отдых для сотрудников, это еще и своеобразный срез возможностей в области организации и проведения мероприятий, на которых специализируется наша компания».

Bronevik.com



Агентства выбирают Bronevik.com

В первом полугодии 2013 г. система онлайн-бронирования отелей в России и СНГ Bronevik.com зафиксировала новый максимум. Июньский объем заказов от агентств превысил 1 млн долларов, при этом количество забронированных суток достигло 10 тыс. Наряду с мегаполисами в заказах очень часто фигурировали удаленные города. Например, Новый Уренгой, где было забронировано 1346 человеконочей, а это почти 1/6 ежемесячных объемов.

«Такие результаты нас несколько не удивляют и радуют. Ежедневно наша система помогает сотням специалистов туристических агентств в сжатые сроки обрабатывать так называемые «сложные» заказы благодаря наличию эксклюзивного контента, который создавался годами, задолго до официального запуска Bronevik.com. Сегодня на сайте представлены уникальные города и объекты проживания, включая квартиры», – отмечают создатели системы. Кроме того, схема работы по прямым договорам с гостиницами и собственная команда региональных специалистов по работе с отелями позволяет формировать привлекательные ценовые предложения и предоставлять агентствам выгодные комиссии, размер которых они могут самостоятельно отслеживать в «Личном кабинете» на Bronevik.com. Стоит отметить, что Bronevik.com не собирается останавливаться на достигнутом. Сегодня система выходит на новый этап развития, который предполагает дальнейшее расширение географии, усиление контактов в регионах, новые договоренности об улучшении условий, нацеленные на повышение объемов бронирований не только среди агентств, но и на усиление доли заказов со стороны физических лиц. Кроме того, ресурс планирует укреплять свои позиции на зарубежном рынке, где Bronevik.com уже обзавелся кругом постоянных заказчиков.

i'way



Не откладываете прибыль на потом

Трансферная компания i'way продолжает активную интеграцию с системами онлайн-бронирования. Очевидно, что оптимальным решением для продажи дополнительных услуг в турбизнесе, в том числе услуг трансфера из аэропорта, является предложение услуги на этапе, когда пользователь выписал авиабилет. Ранее введенные персональные данные и данные по авиабилету автоматически передаются системе бронирования трансфера, тем самым избавляя пользователя от необходимости вводить их дважды. Клиенту остается ввести адрес назначения автомобиля. Подобные решения успешно реализованы i'way совместно с GDS Amadeus Russia и S7, а также в ряде закрытых систем для корпоративного сегмента.

Сейчас игрокам рынка по продаже авиабилетов и отелей предоставлена возможность расширить линейку услугами трансфера по 300 городам в 70 странах.

«Ранее онлайн-агентства активно интегрировали модули rent-a-car в свои системы. Однако для многих потребителей – тех, кто не нуждается в автомобиле длительное время или не обладает водительскими правами, – более актуальны услуги персонального автомобиля с водителем. В 2013 г. мы наблюдаем рост интереса к нашим услугам со стороны онлайн-рынка», – комментирует ситуацию Илья Черняков, руководитель отдела разработок i'way. – В ближайшем будущем в лидеры онлайн-рынка выйдут сервисы, предлагающие удобное формирование пакета услуг и оплату его одной транзакцией. При одновременном бронировании авиабилета и номера в гостинице пользователь приносит практически все данные, необходимые для заказа дополнительных услуг. При этом для заказа трансфера достаточно лишь поставить соответствующую галочку – что может быть проще? Предлагая услугу в нужный момент, можно значительно увеличить продажи».

MICEDISCOUNT



MICEDISCOUNT открывает возможность обратной связи

Первый в России дисконтный интернет-проект для MICE www.micediscount.ru добавил в рабочее меню возможность обратной связи для корпоративных клиентов и MICE-менеджеров с поставщиками услуг.

Для всех пользователей портала MICEDISCOUNT как со стороны клиентов, так и со стороны поставщиков крайне важно иметь обратную связь относительно качества услуг по размещаемым на сайте спецпредложениям. Все, кто воспользовался скидками на услуги отелей, конференц-залов, тимбилдинговых компаний, могут оставить на страничке поставщика свои пожелания, замечания, рекомендации не только по данному спецпредложению, но и по качеству предоставленных во время мероприятия услуг. Есть возможность комментировать и сами спецпредложения, оценивать их актуальность и конкурентоспособность, а также задавать уточняющие вопросы по содержанию размещаемых поставщиками предложений.

Поставщики в свою очередь заинтересованы в оценке привлекательности своих дисконтных программ для групп, и отзывы клиентов позволяют скорректировать какие-то позиции в маркетинговых инструментах продаж, а также повысить качество обслуживания.

Комментарии и ответы поставщиков на вопросы MICE-менеджеров и корпоративных клиентов будут открыты для всех пользователей MICEDISCOUNT, что позволит клиентам использовать эту информацию при выборе очередного места проведения мероприятия.

Continent Express



GBTA Russia

Одним из важнейших условий, необходимых для скорейшего перехода российского бизнес-трэвел-рынка к открытым и эффективным взаимоотношениям, является направленное и последовательное повышение профессионального уровня трэвел-менеджмента.

Именно с этой целью в России при поддержке компаний Marriott, Star Alliance и Continent Express в апреле текущего года открыла свое подразделение глобальная ассоциация делового туризма GBTA (Global Business Travel Association).

Уже осенью этого года для профессионалов бизнес-трэвел-сообщества будет организовано два значимых мероприятия – профессиональные трэвел-симпозиумы, которые состоятся в Москве и Санкт-Петербурге 2 и 3 октября.

Программа мероприятий включает выступления экспертов рынка, интерактивные сессии, круглые столы и практические тренинги. Будут затронуты актуальные темы взаимоотношений поставщиков и заказчиков услуг: как сделать сотрудничество максимально эффективным и выгодным для обеих сторон и ожидания корпоративных клиентов, каковы наиболее эффективные системы ценообразования ТМС.

Одной из ключевых тем симпозиума будет обсуждение международного опыта и вопросов развития и адаптации к российским условиям онлайн-продуктов, широко используемых во всем мире. А также возможности применения западного опыта на российском рынке.

Перед слушателями выступят российские и западные представители компаний-клиентов, имеющие богатый опыт взаимодействия как с российскими, так и с глобальными трэвел-агентствами. В работе петербургского симпозиума примет участие делегация Финской ассоциации делового туризма.

Главное отличие мероприятий GBTA – фиксированное соотношение участников, поставщиков и заказчиков услуг, а также увлекательные интерактивные программы, включающие изучение бизнес-кейсов GBTA, максимально полезных для участников симпозиума.

AquaMICE

Турция «под ключ»



Слева направо: Гокбен Байсан – IT-менеджер AYT Events; Мустафа Гезер – генеральный менеджер AYT Events; Ферхат Садэй – управляющий директор AquaMICE; Дарья Гатс – менеджер проектов AquaMICE



Ферхат Садэй – с отельерами и с директором Antalya Convention Bureau – Синан Инан

В июле компания P&P Travel Marketing провела для своего клиента – турецкого холдинга AYT Group – незабываемую, вкусную и веселую вечеринку. Мероприятие прошло в АРТ-ресторане «Рукав», куда были приглашены более 100 гостей – сотрудников MICE и event агентств, корпоративных клиентов, а также представителей туристической прессы.

Мероприятие в этом году было посвящено компании AYT Events – еще одной компании холдинга AYT Group, в которую входит и титульная AquaMICE – турецкая принимающая компания, предоставляющая полный спектр услуг по организации корпоративных мероприятий в Турции: от авиабилетов до организации мероприятия «под ключ».

В свою очередь AYT Events специализируется на организации программ teambuilding, teamspirit и гала-ужинов, обеспечении мероприятий презентационным и концертным оборудованием, производстве декораций и сценических конструкций, дизайне и изготовлении представительской продукции и т.д. Воспользоваться услугами компании AYT Events агентства могут вне зависимости от того, какая турецкая компания обеспечивает логистику для группы.

В ходе вечеринки у гостей была уникальная возможность познакомиться ближе с наиболее популярными в сегменте MICE отелями анталийского побережья, которые были представлены на вечер: Mardan Palace Maxx Royal, Cornelia Hotels, Susesi, Gloria Hotels & Resorts, Starlight Convention Center & SPA, Titanic Hotels, Su Hotel, Maritim Pine Beach Resort, Rixos Hotels. Специальным гостем вечера стал г-н Синан Инан – представитель Antalya Convention Bureau.



Юлия МАНУЙЛОВА,
генеральный менеджер
компании CITY TRAVEL

Комплексный подход

О том, как изменился рынок MICE и делового туризма за последний год, каковы его тенденции и как повлияла грядущая Олимпиада в Сочи на портфель заказов, мы беседуем с генеральным менеджером компании CITY TRAVEL Юлией МАНУЙЛОВОЙ.

■ Как изменился рынок MICE за прошедший год?

На мой взгляд, рынок MICE изменился как количественно, так и качественно. Кризисные явления постепенно оказывают влияние на экономику, в связи с чем увеличился как объем заказов, так и их содержание. В компании CITY TRAVEL мы ощутили прежде всего рост заказов на конференц-услуги как на внутреннем рынке, так и на международных направлениях. Клиенты стали больше запрашивать международные поездки. Но все же фактор цены остается решающим. Если организация конференции за рубежом обходится значительно дороже, чем в России, то выбирают российские города. Кроме того, мы получаем запросы на расчет нескольких вариантов российских городов, по результатам которых принимается решение, в каком городе провести ту или иную конференцию. Если у компании есть представительства в Уральском и Сибирском регионах или там расположены основные производственные мощности и достаточно большое количество сотрудников, клиенты с удовольствием выбирают регионы, если предложение оптимально по цене и качеству. Что касается набора услуг, которые запрашиваются при организации мероприятия, то он также расширился. Клиентов стала интересовать организация дополнительных экскурсий, тимбилдингов, тренингов, которые должны быть осуществлены в рамках одного мероприятия. Хочу отметить тенденцию объединения двух составляющих: конференции и тимбилдинга. Раньше понятие «конференция» было уникальным и это было достаточно серьезное и помпезное мероприятие, сейчас многие клиенты просят организовать в ее рамках тимбилдинг.

■ Какие крупные проекты вам удалось реализовать?

Один из наших самых сложных и любимых проектов в этом году – организация джазового фестиваля во Франции. Это корпоративное мероприятие, которое включало в себя организацию джазовой вечеринки с приглашением звезд и выступлением сотрудников компании.

■ Изменился ли технический процесс организации мероприятий?

Этот процесс на пути становления. Не могу сказать, что повсеместное использование планшетов и мобильных устройств повлияет на процесс организации мероприятий, скорее, они расширят возможности и помогут более многогранно представить клиенту то или иное мероприятие. Например, мы проводили мероприятие, где использовали планшеты в качестве GPS. Участники тимбилдинга, разделенные на команды, искали клад, местонахождение которого было указано на карте GPS. Конечно же, планшеты очень удобно использовать в процессе проведения презентации. Можно показать клиенту отчеты о предыдущих мероприятиях, фотографии, отзывы участников и т.д. Что касается мобильных приложений, то, на мой взгляд, они будут очень востребованы в процессе организации мероприятия как система учета и ведения заказов.

■ Разрабатываете ли вы собственные мобильные приложения?

Да, мы ведем разработку собственного мобильного приложения, которое можно будет использовать как в работе с деловыми поездками, так и в работе по организации MICE.

Уже сейчас этот продукт введен в эксплуатацию в web-браузерах и пользуется популярностью у клиентов. Наша разработка позволяет в режиме онлайн бронировать билеты, отели, трансферы, заказывать и выбирать всевозможные опции по мероприятиям.

■ Что нового вы предложите клиентам в осенне-зимнем сезоне 2013/14?

Буквально через месяц мы внедрим в работу интересный сервис. Он заключается в том, что каждый сотрудник организации, отправляющийся в командировку, может не тратить свое время на организацию досуга. Особенно это пригодится тем, кто хочет забронировать ресторан для встречи, переговоров или отдыха. Зайдя на специальный раздел сайта, клиент выбирает нужный ему сервис (бронирование ресторана, билеты в театр, посещение музея и т.д.), город, в который он направляется, и дату. В течение часа в личном кабинете появляется уведомление о том, что есть информация по заказу. Кроме того, клиенту направляется смс-сообщение с описанием возможных вариантов. Он выбирает понравившийся вариант и через некоторое время получает подтверждение на заказанную услугу.

■ Как повлияла Олимпиада на портфель ваших заказов?

Мы очень довольны тем, что Олимпиада будет проходить в Сочи, так как наши клиенты в значительной мере увеличили объем своих заказов. Некоторые компании открыли в Сочи представительства. Мы ежедневно получаем запросы на авиабилеты на даты проведения Олимпиады. Очень надеюсь, что наши спортсмены порадуят всех россиян!

■ Какие конкурентные преимущества являются наиболее значимыми в отрасли в настоящее время?

Что касается сегмента MICE, то это, безусловно, наличие креативных идей, которые можно вписать в рамки бюджета заказчика. Многие компании, предлагающие услуги MICE, проявляют совершенно другую тактику и опираются только на индивидуальный подход к клиенту, не учитывая интересы заказчика сэкономить и уместиться в заявленный бюджет. Компания CITY TRAVEL, имея огромный опыт работы в business travel и MICE, разработала иной подход к клиенту. Для нас главное – это совместить креативную идею и IT-технологии в рамках бюджета заказчика. Что касается сегмента business travel, то здесь, на мой взгляд, качество всегда на первом месте. Мы предлагаем клиенту пять показателей оценки качества нашей работы, такие как скорость обработки заказа, время ответа на обращение, отсутствие ошибок при выполнении заказа и т.д. По каждому показателю составляется отчет, и клиент видит наличие или отсутствие нарушений с нашей стороны. Мы очень дорожим нашими разработками в этом направлении и каждый день внедряем новые решения по управлению качеством!

CITY TRAVEL – это современная компания, нацеленная на построение долгосрочных отношений с клиентами!

www.city-travel.ru.

Офисы компании. Москва, тел.: +7 495 510 2828, Казань, тел.: +7 843 227 4042, Самара, тел.: +7 846 374-6090.



Karavan travel
karavantravel.com

- Проживание и наземное обслуживание
- Археологические и культурные туры
- Гастрономические туры
- Религиозные туры
- Круизы на галерах



Karavanmar
karavanmar.com

- Наземные экскурсии
- Пред- и пост- круизные программы
- Портовые услуги
- Услуги агентства по продажам
- Яхтинг



kmice
kmice.com

- Деловые встречи
- Инсентив туры
- Конгрессы
- События



Endless Turkey
endlessturkey.com

- Роскошный Стамбул
- Люкс Бутик отели & виллы
- СПА & гольф
- Круизы по турецкой Ривьере
- Гастрономические туры
- Эксклюзивные туры



code 35

Код 35 - nou- хау от KMICE.
Уникальная компьютерная программа для презентации маршрутов и программ.

У нас есть продукт, позволяющий в режиме онлайн бронировать билеты, отели, трансферы, заказывать и выбирать всевозможные опции по мероприятиям



Московский Форум Ассоциации корпоративных управляющих деловыми поездками (Association of Corporate Travel Executives, АСТЕ) под названием «Открывая новые возможности в России» прошел 17 июня в отеле «Ренессанс Москва Монарх Центр». Мероприятие, в котором приняли участие более ста экспертов трэвел-индустрии, состоялось при поддержке партнера АСТЕ – Ассоциации Бизнес Туризма (АБТ).

Московский форум АСТЕ: открывая **новые** возможности в России



Кэролайн АЛЛЕН, региональный директор АСТЕ по Европе, Ближнему Востоку и Африке



Главный редактор Buying Business Travel Russia Светлана ДЕНИКИНА и главный редактор британской версии журнала Пол РЕВЕЛ

Помимо актуальных вопросов рынка бизнес-трэвел в этом году организаторы решили поднять темы сбора информации, ее анализа, обсудить средства коммуникации, наиболее успешные для ведения деловых переговоров, и определить значение аналитических навыков для работы. Форум открыла **Кэролайн Аллен**, региональный директор АСТЕ по Европе, Ближнему Востоку и Африке. Она подчеркнула, что ключевая задача Ассоциации – это отслеживание, обсуждение основных тенденций в индустрии делового туризма и поиск решений для успешной работы ее участников. Форум открыла **Кэролайн Аллен**, региональный директор АСТЕ по Европе, Ближнему Востоку и Африке. Она подчеркнула, что ключевая задача Ассоциации – это отслеживание, обсуждение основных тенденций в индустрии делового туризма и поиск решений для успешной работы ее участников. С презентацией первого в России и СНГ международного издания для корпоративных покупателей услуг бизнес-туризма и представителей MICE-отрасли Buying Business Travel Russia (buyingbusinesstravel.com.ru) выступил главный редактор британской версии журнала **Пол Ревел**. По его мнению, одна из ключевых задач трэвел-менеджеров сегодня – поиск надежной, точной и качественной отраслевой информации, которая может помочь в эффективном управлении деловыми поездками. Между тем в деловой среде России наряду с опытными в плане трэвел-менеджмента компаниями есть немало новичков, поэтому явно ощущается потребность в специализированном издании, обеспечивающем доступ к актуальной информации, касающейся рынка делового туризма. «Я впечатлен темпами развития business travel в России и уверен, что новая информационная платформа Buying Business Travel Russia будет полезна всем без исключения игрокам рынка делового туризма, – сказал г-н Ревел. – Здесь вы найдете последние новости, отражающие развитие отрасли, пощипнете новые знания, которыми готовы делиться практикующие профессионалы и лидеры индустрии делового туризма, а главное – будете в курсе глобальных и региональных тенденций в этой сфере». О значении грамотно выстроенной коммуникации, в том числе внутрикорпоративной, и возможностях работы с данными, в частности большими (Big Data), рассказала **Сьюзан Хопли**, управляющий директор The Data Exchange. Она отметила, что успех компании зависит от того, насколько эффективно выстроены коммуникация и работа с информацией, а для этого необходимо серьезно подходить к data-источнику и понимать, как применять полученные данные, в каком виде их донести до конечного потребителя. После кофе-брейка к гостям со сцены обратился председатель АБТ **Вадим Зеленский**: «Хочу поблагодарить всех за то, что

присоединились к нашему Форуму АСТЕ – важному событию на рынке делового туризма в России. Спасибо участникам АБТ, корпоративным покупателям, которые поддерживают нас в течение всего года, принимают активное участие в образовательных сессиях Ассоциации, проходящих четыре раза в год, и служат основой ее роста и дальнейшего развития. Спасибо тем профессионалам, которые каждые два месяца ведут образовательный курс «Трэвел-менеджер». Его слушателями становятся как начинающие специалисты из российских и иностранных организаций, так и опытные практики». Следующая дискуссия была посвящена тому, как наилучшим образом выстроить общение с менеджментом компании. Руководитель административного департамента Russian Regional Development Bank **Ирина Зернова** дала слушателям ряд рекомендаций, полезных в ведении деловых переговоров. Она подчеркнула, что на начальном этапе необходимо определить цель коммуникации, кроме того, важно придерживаться лаконичности и конкретности: трэвел-менеджер должен представить руководству только те факты и цифры, которые способствуют достижению поставленной цели. Управляющий директор департамента корпоративной поддержки ФК «Открытие» **Татьяна Поплавская** поделилась с аудиторией опытом ведения переговоров с руководством: «Если вы хотите, чтобы вас услышали, первое, что вы должны сказать, – это то, почему необходимо, чтобы руководство перестроило трэвел в конкретной компании. Ваше выступление должно быть очень коротким и сжатым. Менеджмент действительно не знает, как и что мы делаем, ему важен конечный продукт. Поэтому весомым аргументом может быть финансовая составляющая. Иногда есть смысл сделать небольшой анализ ситуации: какой она была и какие возможны варианты». После обеда участники форума обсудили ряд актуальных вопросов российского рынка делового туризма и поделились своими наработками с коллегами. В частности, эксперты отметили, что при составлении preferred supplier program необходимо отталкиваться от целей и задач корпоративного покупателя. Панельная дискуссия была посвящена программе управления стратегическими корпоративными мероприятиями (Strategic Meeting Management Programs, SMMP). В целом участники Форума АСТЕ оценили программу мероприятия на «отлично» и отметили, что ключевые темы встречи были актуальными и полезными.

MICE – этому **надо** учиться!

Сегодня много говорят о том, что рынку очень нужны специалисты в области MICE, а ни один вуз их толком не готовит. По каким критериям вы подбираете и готовите персонал?

Вопрос подготовки кадров является ключевым для многих профессий. Туризм – не исключение. И дело не в том, что плохо готовят специалистов. Часто готовят очень хорошо. Я специально смотрела учебные материалы ряда вузов по туризму – очень грамотные пособия. Дело в том, что у выпускников, как правило, нет опыта работы. Соответственно, нет представления о том, что же будет происходить в реальной жизни. Это первое. А второе – но это мое личное мнение – переходить в MICE можно, только получив навыки работы в других туристических подразделениях. Я сама читала лекции по MICE в ряде вузов и видела, какой интерес к этой работе есть у студентов. А это уже 80% успеха! Но нет представления обо всем многообразии вопросов, которые надо решить в процессе подготовки программ. По подбору персонала, конечно, есть ряд критериев. Об одном я уже сказала. Второе – интерес, желание и готовность работать в этом трудном сегменте. И обязательно знание иностранного языка. Обязательно с удовольствием научим! Главное, чем мы дорожим и гордимся, – это наш коллектив и атмосфера компании. Люди на работе проводят как минимум треть своей жизни. Если рядом нет единомышленников, нет команды и чувства плеча, работать сложно. Поэтому увлеченному, открытому человеку вписаться в коллектив не так сложно. Плюс пополнение рядов происходит из сотрудников нашей же компании, которые хотят и могут двигаться дальше по карьерной лестнице.

Как вы мотивируете сотрудников?

Способов мотивации много. Они разные по существу и содержанию. Главное – гордость за свое место работы, желание соответствовать задачам и ценностям компании. Ну а дальше – кто к чему стремится. Возможность профессионального роста, возможность менять сферу деятельности в рамках компании. На наших корпоративных мероприятиях отмечаются грамотами и специальными сувенирами не только лучшие или старейшие сотрудники компании, но и целые подразделения – а это всегда результат командной работы. И, конечно, выплата премий за хорошие результаты.

Компания «Демлинк» когда-то начинала свой путь с въездного туризма и не бросает это направление сейчас. Насколько Москва востребована как место проведения конгрессов и иных мероприятий и где удобнее всего их проводить?

Совершенно верно. Въездной туризм представлен в нашей компании во всем своем разнообразии и продолжает активно развиваться. Количество мероприятий, которые мы проводим в Москве и Подмоскovie, увеличилось. Это связано с ростом нашей компании и увеличением количества клиентов, которые обращаются к нам за помощью в организации мероприятий.

Конечно, Москва востребована в этом плане, так как является центром российской деловой жизни и одним из международных центров проведения выставок и мероприятий. При этом наш город позволяет сочетать деловую часть с экскурсионно-познавательными программами и программами по тимбилдингу. А развитая инфраструктура, уровень сервиса, подготовка персонала позволяют всё это осуществлять. В Москве есть много площадок с оснащенными по последнему слову техники конференц-залами, которые располагают практически неограниченными возможностями для проведения мероприятий. Есть залы очень большой вместимости на ВВЦ, в «Крокус Экспо», Центре международной торговли и т.д. Мы организуем конференции и деловые встречи практически во всех отелях Москвы, в конференц-залах московских музеев, а также на теплоходах и яхтах, курсирующих по Москве-реке. Там можно проводить тематические конференции и корпоративные вечеринки. Например, новогоднее мероприятие для компании-клиента в киноклубе «ФИТИЛЬ», которое было стилизовано под церемонию награждения премией «Оскар». В нашем портфолио много таких программ. Но, конечно, есть и проблемы. При размещении больших групп бывают трудности из-за отсутствия мест в отелях. Дорожные пробки могут выбить из графика, и это надо обязательно учитывать при составлении программы. Ну, и вписаться в бюджет тоже бывает проблематично.

Как технический прогресс повлиял на организацию MICE-мероприятий?

Сейчас мобильные приложения всё чаще используются как элементы тимбилдинга и экскурсионных программ. Их можно применять для ориентирования в городе, для творческих заданий, например, для рисования или съемки. Во время клиентских мероприятий и фам-трипов мы демонстрируем нашим клиентам, как можно украсить и насытить программу, используя iPad и просто мобильные телефоны. У нас есть опыт проведения квестов с использованием гаджетов и в России, и за рубежом.

Какие за последний год у вас появились новинки для клиентов?

Реагируя на потребности клиентов, в последнее время мы сделали акцент на креативную составляющую наших программ. Примеры очень разнообразны: от создания собственных картин до строительства целого города с акцентом на концепцию мероприятия. И, конечно, всё можно адаптировать под любую площадку по всему миру. Из технических новинок – усовершенствование нашего «Личного кабинета». Работа над этим проектом никогда не прекращается. Всё время добавляем новые функции, часто только для одного конкретного клиента. Существенно изменилась наша новостная рассылка. Клиентская программа Demlink Club – развитие в партнерстве – всегда предлагает что-то новое и интересное, потому что мы должны быть нужны и интересны нашим клиентам.



Мы беседуем с директором по развитию компании «Демлинк» Ириной **КАРНАУХОВОЙ** об образовании в сфере делового туризма и новых возможностях, которые дает технический прогресс MICE-индустрии.



Workshop-2013 от ANEX Tour

В середине мая в турецком отеле Titanic Deluxe Belek прошла ежегодная выездная конференция для туристических агентств России и Украины Workshop-2013. Уже в девятый раз туроператор ANEX Tour организует это масштабное мероприятие. Основная цель конференции – рассказать о новинках и прогнозах на предстоящий сезон, озвучить статистику за прошлый год, познакомить агентов с отельерами и руководством компании.

В этом году в воркшопе ANEX Tour приняли участие более 800 специалистов отрасли из 23 городов России и Украины. Еще 17 лет назад компания вывозила на отдых не более тысячи туристов в год, а теперь имеет возможность приглашать такое же количество профессионалов на одну из своих конференций. О мероприятии и особенностях его организации нам рассказала руководитель MICE-отдела московского офиса компании **Ольга Куренкова**. Организовать столь масштабное и комплексное мероприятие весьма непросто. Необходимо учесть массу деталей, проделать колоссальную предварительную работу и правильно выбрать дату и место проведения. Учитывая специфику туристической отрасли, период с 12 по 16 мая оказался наиболее оптимальным. По традиции в апреле систематизируются итоги зимнего сезона, открываются летние полетные программы, даются прогнозы на год. Кроме того, к этому времени заканчивается «горячий» период майских праздников и наши агенты получают возможность отдохнуть от напряженного рабочего ритма. Так совпало, что месяцем ранее состоялось открытие нового пятизвездного отеля в Белеке – Titanic Deluxe Belek. Руководство отеля, проявив интерес к мероприятию, предложило свои услуги, и этот вариант нам подошел. Во-первых, инфраструктура гостиницы полностью отвечала запросам прове-

дения масштабного мероприятия на высоком уровне. В частности, «Титаник» располагает конгресс-центром с вместительным конференц-залом. Во-вторых, качество сервиса в отеле способно обеспечить участников первоклассным отдыхом в промежутках между рабочими сессиями. К тому же агенты получали возможность познакомиться с новинкой сезона, появившейся в отельной базе ANEX Tour. Еще одной важной организационно-технической составляющей стала организация перелета участников конференции. Процесс усложнялся географическим разбросом агентств, но благодаря наличию собственного авиапарка компании и возможности самостоятельно составлять полетную программу трудностей не возникло. В результате участники прибывали в течение трех дней, начиная с 10 мая. Те, кто приехал раньше, а это в основном были участники из северных регионов, смогли акклиматизироваться, хорошо отдохнуть и настроиться на рабочий лад. Трансфер из аэропорта в отель был самой простой из задач. Среди активов ANEX Tour имеется собственная транспортная компания с внушительным парком современных автомобилей, осуществляющих групповые, индивидуальные и VIP-трансферы. В аэропорту был вывешен приветственный баннер участникам Workshop-2013; агентов встречали с табличками представители анталийского офиса; прибывших встречали на стойках ANEX Tour и сопровождали в автобусы. Во время по-

ездки в отель гиды познакомили участников с программой конференции и ответили на все интересующие их вопросы. В «Титанике» был организован прием в виде комплимента от отеля – закуски и прохладительные напитки, из которых был выложен логотип «ANEX Tour». Специально для участников workshop было организовано раннее заселение.

Для регистрации участников, и это с первых минут настраивало на нужный лад, в зоне ресепшн была сконструирована специальная стойка – help-desk, где агенты могли получить ключи от номеров, программу воркшопа и свои паспорта. В течение всего мероприятия на стойке круглосуточно дежурили несколько представителей ANEX Tour, готовых проконсультировать по программе конференции, решить любые бытовые и рабочие вопросы, сориентировать на территории отеля. Информацию о вылетах, трансферах, расписании конференции и мероприятий агенты также могли получить на доске объявлений.

Конференция состоялась на второй день после прибытия всех участников в отель. Проходила она в конференц-зале, оснащенном hi-tech оборудованием, и длилась четыре часа с перерывом на coffee-break. За отведенное время агенты успели познакомиться с руководством компании, получить широкий спектр информации по продукту, прежде всего, об отелях и полетных программах, оценить итоги 2012 года, послушать прогнозы и планы компании на новый сезон, узнать детали работы MICE-департамента, сети детских отельных клубов и департамента контроля качества ANEX Tour. Одним из новшеств стал небольшой семинар по технологии продаж с профессиональным бизнес-тренером и преподавателем МГУ.

Вечером в ночном клубе отеля была организована тематическая вечеринка под звучным названием «Шиворот навыворот» (Summer Party). Все участники пришли в одежде наизнанку и заметно отличались от остальных гостей отеля. Самые оригинальные и находчивые приняли участие в интерактивном конкурсе на звание мисс и мистера Шиворот навыворот. Коллеги зарядились положительными эмоциями, почувствовали себя вне рабочей реальности, окунулись в яркие и сочные цвета праздника.

На следующий день состоялась двухчасовая рабочая встреча с ведущими отельерами Турции и Испании, на которой агенты могли напрямую задать все интересующие вопросы. Зал был переоборудован в выставочный центр, где каждый отель представлял собственный стенд с информационной и рекламной продукцией.

Утром на четвертый день конференции все 800 человек собрались около бассейна, где их ждал командообразующий flashmob. Участникам раздали красные футболки и банданы с логотипом ANEX Tour, а также воздушные шары трех цветов – красный, синий и желтый (корпоративные цвета, используемые в логотипе). Под зажигательную музыку аниматоры раз-



учивали с участниками нехитрые танцевальные движения. В результате танцоры сложили логотип компании и выпустили в небо шары. В заключение новая сплоченная команда, хорошо подогревшись на предобеденном турецком солнышке, прыгнула в бассейн с криками: «ANEX Tour».

Перед отъездом состоялся традиционный гала-ужин. В качестве тематической концепции был выбран avia-style. Гости вечера оказались на импровизированном борту самолета ANEX Tour. В фойе объявили посадку на рейс, стюардессы в костюмах фирменного красного цвета пригласили всех в зал. Сцену украшал макет самолета, а ведущий мероприятия оказался помощником пилота корабля. Нетрудно догадаться, что первым пилотом стал президент холдинга, вторым – вице-президент. Когда последовало указание пристегнуть ремни и наслаждаться полетом, началась развлекательная программа. Видеоряд на больших плазменных экранах переносил гостей из одной страны в другую: Турция, Египет, Испания, Греция и Марокко – летние направления ANEX Tour. Характер каждой из представленных стран отражали танцевальные и акробатические номера. Приглашенными гостями гала-ужина стали российский победитель телепроекта «Секрет успеха» певец Николай Тимохин и популярная турецкая рок-группа. В завершение вечера наши агенты искренне радовались, узнавая свои лица и лица коллег в отчетном видеофильме о мероприятии.

Более **800** специалистов отрасли из 23 городов России и Украины приняли участие в воркшопе ANEX Tour

Туристский бренд ANEX известен в мире уже почти 20 лет. Международную туроператорскую деятельность компания осуществляет с 1996 г. Этот же год считается годом основания компании в Турции, в городе Анталии. С 1997 г. ANEX вышел на российский туристический рынок под торговой маркой «Анекс Тур», в 1998 г. открылся первый офис в Москве. В 2000-х гг. холдинг начал активное расширение за счет диверсификации туристических направлений и открытия офисов в принимающих странах. На сегодняшний день компания специализируется на организации отдыха в Турции, Египте, Таиланде, ОАЭ, Испании, Греции, Марокко, Индии, Вьетнаме, Австрии, Чехии и Андорре. С 2009 г. в рамках компании работает отдел по корпоративному обслуживанию, который предлагает туристические направления для организации групповых поездок (MICE).

MICE-департамент ANEX Tour оказывает широкий спектр услуг и квалифицированную помощь в организации деловой поездки любой степени сложности.

Компания может помочь с выбором места проведения мероприятия, отеля, оказывает визовую поддержку и транспортное обслуживание по прибытии в страну и многое другое.



В Москву! Работать, работать и работать!



По ряду оценок, на сегодняшний день на Москву приходится порядка 80% финансовых потоков страны и более половины российского банковского капитала. Среди целей, сформулированных в утвержденной правительством Москвы программе стимулирования экономической активности на 2012–2016 гг., – превращение города в мировой финансовый центр.

Подготовила Александра ЗАГЕР

Ежегодно город с деловыми целями посещают более 2 млн иностранных граждан. Более 52% гостей московских отелей – бизнесмены. Город старается постоянно развивать деловую и туристическую инфраструктуру. Сегодня в Москве работает 440 отелей разных категорий, несколько десятков из них принадлежат известным гостиничным цепочкам. Недавно, по сообщению портала buyingbusinesstravel.com.ru, Россия стала официальным участником программы «Туристическая бизнес-карта АТЭС» стран Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества (APEC Business Travel Card program, ABTC). Участники этой системы имеют право на сокращенные сроки оформления виз и другие льготы. Более того, иностранные члены АТЭС теперь могут ездить в Россию без визы, что делает нашу страну и Москву как наиболее развитый в отношении бизнес-туризма город еще более привлекательными для иностранных гостей. Москва год от года становится всё популярнее как направление для делового туризма. Здесь ежегодно проводится более 500 крупных деловых, научных, культурных, спортивных мероприятий – форумов, выставок, конгрессов и конференций. Уже несколько лет подряд в начале лета здесь проходит авторитет-

ный Форум Ассоциации корпоративных управляющих деловыми поездками (Association of Corporate Travel Executives, ACTE). В этом году он проходил под символическим названием «Открытие новые возможности в России» в отеле «Ренессанс Москва Монарх Центр». В мероприятии приняли участие более ста экспертов в области индустрии делового туризма. На повестке дня были как общие актуальные вопросы рынка делового туризма в целом и российского в частности, так и специальные профессиональные темы, такие как сбор и анализ информации о корпоративном туризме, а также средства коммуникации, наиболее удобные для ведения деловых переговоров. Среди площадок для проведения деловых и MICE-мероприятий наряду с отелями, выставочными и конгрессными центрами есть дворцы, музеи, театры, спортивные объекты. На некоторых из них стоит остановиться подробнее.

Проверенные временем

Гостинный двор – уникальный памятник архитектуры в центре города, один из старейших выставочных центров Москвы. Тем не менее это современный действующий дело-

вой и культурный центр, где регулярно проходят выставки и светские мероприятия. У него один огромный зал-atrium общей площадью 12 000 кв. м.

К памятникам архитектуры относится и центральный выставочный зал «Манеж», также находящийся в самом центре города, у кремлевской стены. Его общая площадь составляет 5600 кв. м. **ВВЦ**, наверное, одна из самых знакомых россиянам выставочных площадок. Несмотря на возраст, Всероссийский выставочный центр – современный конгрессно-выставочный комплекс с лекционными и конференц-залами различной конфигурации, переговорными комнатами и залами для проведения тренингов и мастер-классов. При необходимости к специалистам комплекса можно обратиться за помощью в разработке концепции и сценария мероприятия, оформлении места проведения, организации питания и т.п. На территории комплекса работает Wi-Fi.

В составе ВВЦ в 75-м павильоне работает Международный выставочный центр «МосЭкспо» – одна из самых современных выставочных площадок в России. В павильоне три многофункциональных зала общей экспозиционной площадью 24 500 кв. м. Конференц-залы могут вместить порядка 350 человек, переговорные комнаты рассчитаны примерно на 150 человек. Кроме того, там есть конгрессный зал-трансформер на 720 человек.

МВЦ «Крокус Экспо», сравнимый по своим возможностям с ведущими мировыми аналогами, – это уже следующее поколение выставочных площадок. Здесь можно организовать международные и национальные экспозиции различного формата, конгрессные мероприятия, конференции, научные симпозиумы. Общая выставочная площадь комплекса, оснащенного всем необходимым оборудованием, равна 548 784 кв. м. Она делится на 19 выставочных и 49 конференц-залов, 36 из которых являются залами-трансформерами. Кроме того, в МВЦ «Крокус Экспо» входит крупнейший в России двухуровневый концертный зал «Крокус Сити Холл» на 6200 мест, а также бизнес-отель «Аквариум» на 225 номеров. Здесь развитая инфраструктура, есть фудкорты, кафе, рестораны, собственная кейтеринговая служба. Сюда удобно добираться как на общественном транспорте (прямая ветка из центра города, станция метро «Мякинино»), так и на машине – комплекс расположен на пересечении важнейших автомагистралей столицы – МКАДа и Волоколамского шоссе. Есть бесплатная парковка на 26 тыс. мест.

Центральный выставочный комплекс «Экспоцентр» также хорошо известен как место проведения крупных международных мероприятий. Он расположен недалеко от центра Москвы, рядом с ММДЦ «Москва-Сити», Центром международной торговли. Благодаря такому расположению сюда удобно добираться из разных частей города, к слову, рядом расположена станция метро «Выставочная». Кроме того, вокруг много отелей, что позволяет с комфортом разместить участников крупных региональных и международных мероприятий.

Центр международной торговли, стоящий рядом с «Экспоцентром», – специализированный конгресс-центр общей площадью 5500 кв. м. В нем есть многофункциональный трансформируемый конгресс-зал вместимостью до 1200 человек, 24 конференц-зала и переговорные комнаты, современное конференц-оборудование, 2600 кв. м выставочных площадей. Центр международной торговли соединен с отелем Crowne Plaza.

Необычные формы

Однако мероприятия в Москве можно проводить не только в специализированных конгрессных и выставочных центрах. Реконструированные фабрики, превращенные в центры современного искусства, театры, усадьбы, музеи также служат



Гостинный двор – уникальный памятник архитектуры в центре города, один из старейших выставочных центров Москвы

площадками для разного рода мероприятий и зачастую приятно удивляют своими возможностями их организаторов. Так, центр современного искусства ВИНЗАВОД был открыт в январе 2007 г. в комплексе из старинных цехов, дегустационных лабораторий и винных подвалов. Теперь здесь три крупных выставочных зала, московские художественные и фотогалереи, концептуальные магазины и шоурумы, а также ряд офисных помещений. Здесь можно проводить презентации в нестандартной форме, арт-тимбилдинги. **ВИНЗАВОД** находится рядом с Садовым кольцом, в семи минутах ходьбы от метро «Курская». На глубине 60 м под Москвой в районе Таганской площади лежит настоящий подземный город. «Бункер-42» на Таганке был призван обеспечить безопасность города в случае ядерного нападения. Теперь это 7000 кв. м тоннелей, проходов, галерей, которые могут стать эксклюзивными декорациями мероприятия и в которых можно реализовать самые смелые замыслы. Поскольку площадь бункера достаточно велика, он разбит на четыре блока. В зависимости от типа и формата мероприятия можно выбрать конкретную его часть. Здесь хорошо провести вечеринку, закрытую конференцию или семинар, креативную презентацию и даже крупномасштабную шоу-программу или концерт. Круглосуточно открыт интерактивный музей, а караоке-клуб и бар работают под заказ. В одном из блоков оформлен конференц-зал на 200 посадочных мест. Московский государственный театр **Эстрады**, расположенный рядом со знаменитым Домом на набережной, предлагает проведение корпоративных праздников. Здесь можно организовать торжественный вечер, юбилей компании, фуршет на 1000 человек, заказать фотосъемку мероприятия с оформлением подарочных альбомов и предоставлением необходимого тиража фотографий, профессиональную теле- и видеосъемку.

А поговорить?

Для проведения небольших презентаций, пресс-конференций, встреч как нельзя лучше подходят пресс-центры. Как правило, они оборудованы всей необходимой звуковой и видеоаппаратурой и сконструированы так, чтобы было удобно и говорить, и представлять свой продукт, и слушать то, о чем говорят. В Москве можно остановить свой выбор на двух центрах – это пресс-центр информационного агентства «Интерфакс» и международный мультимедийный пресс-центр **РИА «Новости»**.

Более **52%**
гостей московских
гостиниц – бизнесмены



Центр международной торговли — по сути, специализированный конгресс-центр

В пресс-центре «Интерфакса» ежегодно проводится более 300 брифингов и пресс-конференций с участием руководителей России и зарубежных государств, лидеров ведущих политических партий, известных деятелей науки и культуры, представителей российских и мировых бизнес-кругов. Здесь есть площадки для работы операторов телекамер, специальное освещение для видео- и фотосъемки, проекционное оборудование, система звукоусиления, доступ в Интернет. В международном мультимедийном пресс-центре РИА «Новости» проходит более 1000 пресс-мероприятий в год, в их числе международные форумы и пресс-конференции численностью более 1000 человек, круглые столы, видеомосты, онлайн-трансляции, ТВ-вещание и др. В пресс-центре функционируют четыре пресс-зала вместимостью от 40 до 150 человек и один зал на 1000 человек. Технические мощности центра хватает на то, чтобы организовывать видеомосты и мероприятия в мультимедийном формате. Разумеется, площадок для проведения разного рода мероприятий в Москве еще множество — это и выставочные комплексы, и отели, почти в каждом из которых есть те или иные конференц-возможности, и музеи, и парковые усадьбы, всего

в одной статье не перечислить и не описать. Да это и не нужно, поскольку вышло в свет уже второе издание каталога «Москва: конгресс-услуги», где описаны и показаны всевозможные московские площадки, нужно просто выбрать и забронировать то, что подойдет под конкретное мероприятие.

По словам директора департамента въездного туризма UTS Group **Маргариты Кантиной**, въездной поток туристов в Москву только увеличивается. По ее мнению, это связано не только с тем, что растет туристический интерес. Многие российские бизнес-структуры активно привлекают на работу иностранных специалистов, на территории России функционирует большое количество филиалов иностранных компаний. Также в последнее время в Москве стало проводиться больше выставок, конференций и форумов, чем в предыдущие годы.

Председатель Ассоциации Бизнес Туризма (АБТ) **Вадим Зеленский** считает, что Москва постепенно становится всё более и более удобным для туристов, в том числе и для деловых, городом. С увеличением числа как международных, так и региональных рейсов повышается ее транспортная доступность, а с исчезновением очередей на паспортном контроле и простотой сообщения с центром города благодаря аэроэкспрессам, еще и привлекательность.

«Количество, а главное — качество площадок для проведения мероприятий также постоянно растет. Всё больше появляется отелей с конференц-возможностями, а то и с конференц-центрами, примеры — «Свиссотель Конференц-центр» и «Холидей Инн Москва Сокольники». В настоящее время заканчивается строительство собственного конференц-центра и «Рэдиссон Ройал, Москва» (бывшая гостиница «Украина»).

Хотелось бы особо отметить, что Сергей Павлович Шпилько, и. о. председателя Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы, и его команда отлично понимают потребности бизнеса, что сильно упрощает работу по организации мероприятий на ранее труднодоступных для нормальной бизнес-коммуникации территории городских объектов — парков, усадеб, музеев. К слову, городские парки сейчас стали гораздо более благоустроенными, интересными. На территории многих из них работает бесплатный Wi-Fi, что позволяет проводить здесь ставшие популярными теперь iPad-квесты и тимбилдинги», — отмечает эксперт.



Больше поводов посетить **Москву**



Действительно, с каждым годом событийный календарь столицы расширяется, а это значит, что непрерывно растет и число тех, кто приезжает в качестве зрителей и участников различных мероприятий. В текущем году, по прогнозам столичных властей, число иностранцев, посетивших город, вырастет до 5,4 млн человек.

Фестивальная столица

Традиционный событийный календарь Москвы включает многочисленные профессиональные выставки, которые проходят в главных выставочных центрах столицы «Крокус Экспо» и «Экспоцентр». Именно они привлекают в столицу поток бизнес-туристов из российских регионов и из-за рубежа. Выставки, посвященные фармацевтической промышленности, медицинскому оборудованию, логистике, туризму, машиностроению и авиапрому, проходят в Москве почти постоянно. Некоторые из таких мероприятий привлекают не только профессионалов. Речь идет о таких зрелищных событиях, как ежегодный авиасалон в Жуковском, Московский международный автомобильный салон, антикарные салоны.

Каждый год в столице проходит несколько крупных театральных фестивалей, на которых выступают труппы известных за-

рубежных театров. Это детский театральный фестиваль «Гаврош», фестиваль драматических спектаклей «Сезоны Станиславского», фестиваль «Золотая маска», на котором свои спектакли показывают театры из российских регионов. Завершается сезон театральных событий Чеховским театральным фестивалем, на котором показываются наиболее прославленные спектакли со всего мира.

Параллельно с Чеховским театральным фестивалем проходит Московский международный кинофестиваль, немногим ранее в столице стартует фотобиеннале «Мода и стиль в фотографии». В Москве проходят многочисленные фестивали и конкурсы классической музыки, один из наиболее известных — Московский пасхальный фестиваль.

2013 г. открыл Москву для любителей путешествовать по Европе и посещать летние «опен-эйры» — фестивали рок-музыки под открытым небом. На площадке Всероссийского выставочного центра впервые прошел двухдневный фестиваль Park Live, хэдлайнером на котором выступили знаменитые The Killers, а «Пикник Афиши» в парке Коломенское традиционно собрал на одной площадке немало рок-звезд.

В последние годы Москва принимает всё больше международных спортивных соревнований. Помимо традиционного Кубка Кремля по теннису в этом году в столице пройдет чемпионат

В 2012 г. столицу посетили 5,2 млн иностранных гостей. Эта цифра — рекордная для города за всю его историю.

В конце года на встрече с главами дипломатических представительств мэр города Сергей Собянин заявил, что в дальнейшем у туристов будет еще больше поводов посетить Москву.

Подготовила **Анна ЮРЬЕВА**

МІСЕ на камерных площадках Театрального музея

Государственный центральный театральный музей в преддверии своего 120-летия выходит на рынок с уникальным предложением. Входящие в состав ГЦТМ мемориальные дома-музеи и музеи-квартиры великих деятелей культуры готовы принимать не только экскурсионные, но и бизнес-группы. Из девяти филиалов Бахрушинского музея в качестве МІСЕ-площадок могут быть использованы пять. Приусадебной территорией, подходящей для презентаций и других небольших мероприятий, располагают два филиала. Первый — дом-музей современника Пушкина, одного из основоположников русской актерской школы М.С. Щепкина (на улице, названной в его честь). Второй — расположенный в сердце Замоскворечья дом-музей драматурга А.Н. Островского, творчество которого стало важнейшей вехой в развитии русского театра.

Третья площадка, привлекательная для активностей МІСЕ, — это знаменитый дом-музей величайшей драматической актрисы конца XIX — начала XX вв. М.Н. Ермоловой на Тверском бульваре. Особняк располагает ухоженным внутренним двором и великолепным концертным залом.

Четвертая и пятая площадки расположены в районе Арбата и рассчитаны на небольшие группы — это музей-квартира актерской семьи М.В. и А.А. Мироновых и А.С. Менакера, а также творческая мастерская театрального художника Д.Л. Боровского.

Организаторам МІСЕ-мероприятий стала доступна уникальная возможность прикоснуться к наследию великих имен благодаря новому предложению филиалов Театрального музея (www.gctm.ru).





В этом году московский фестиваль «Времена и эпохи», прошедший в Коломенском в третий раз, собрал рекордное число гостей

мира по легкой атлетике, а в 2018 г. Москва готовится принять соревнования чемпионата мира по футболу. Редкостью для столицы остаются традиционные для европейских городов гастрономические фестивали. Парк «Музеон» провел в этом году фестиваль молодых овощей, а на Поклонной горе прошел двухдневный фестиваль клубники, однако пока такие мероприятия рассчитаны в основном на самих горожан. Другое традиционное для Европы направление – исторические и реконструкторские фестивали. В этом году московский фестиваль «Времена и эпохи», прошедший в Коломенском в третий раз, собрал рекордное число гостей. За два дня его посетили более 220 тыс. человек, а среди участников были представители множества стран от Китая и США до Норвегии и Мальты. Самым зрелищным событием стал настоящий рыцарский турнир. Оригинальную ночную экскурсию на велосипедах в июле совершили участники седьмой «Московской велоночи», традиционно пользующейся популярностью как у москвичей, так и у жителей других городов. Более 5 тыс. велосипедистов, стартовав в полночь 21 июля, совершили путешествие во времени по историческим местам юга Москвы, завершив ночную прогулку чаепитием на рассвете на берегу Москва-реки у храма Вознесения в Коломенском.

«Особенность столичного номерного фонда в том, что 90% отелей были построены или реконструированы в последние 20 лет, то есть номерной фонд гостиниц Москвы – один из самых новых в мире»

Немало событий предстоит увидеть гостям столицы и в ближайшее время. В августе состоится Фестиваль фейерверков, в котором примут участие знаменитые пиротехники из Европы, СНГ и городов России. Празднование Дня города и фестиваль «Спаская башня» ждут зрителей в сентябре, а в начале октября состоится фестиваль «Круг света». Программа фестиваля в этом году задействует большое количество площадок: Красную площадь, ЦВЗ «Манеж», гостиницу «Москва», ЦПКИО им. Горького, Центральный дом художника, Крымскую набережную, парк искусств «Музеон» и Государственную Третьяковскую галерею.

Можно собираться больше двух

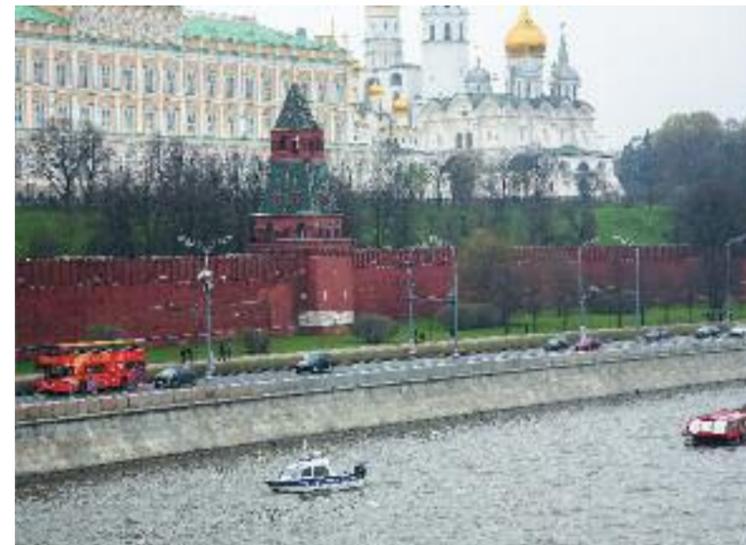
Рост числа культурных, спортивных и иных событий естественным образом способствует росту турпотока в столицу – это актеры, спортсмены, музыканты, делегаты конференций, участ-

ники выставок. Все они нуждаются в качественном размещении, быстром и удобном передвижении по городу, услугах гидов, переводчиков, в конференц-залах и концертных площадках. Благодаря усилиям правительства Москвы, предпринятым в последние годы для развития туризма, по ряду параметров Москва сегодня не уступает другим мегаполисам континента. По словам специалистов компании «Демлинк», в столице хорошо развита сеть конференц-залов. «Появилось много конференц-площадок с полностью оснащенными по последнему слову техники залами, они располагают практически неограниченными возможностями для проведения мероприятий», – отмечают в компании. Есть конференц-залы и банкетные залы, рассчитанные на большие группы. Это Екатерининский дворец вместимостью до 1500 человек, зал торжеств «Наполеон» (до 1000 человек), «Форум Холл» (до 2000 человек), «Суриков Холл» (до 1000 человек), банкетный зал «Салтыков» (до 1000 чел), Дом музыки (до 1700 человек). Павильон «Электрификация» ВВЦ вмещает до 2000 человек, в конференц-центре МВЦ «Крокус Экспо» максимальная вместимость в нескольких объединенных залах – до 6 тыс. человек. Конференц-залы Центра международной торговли могут принять до 2200 человек. Мероприятия можно проводить в конференц-залах Третьяковской галереи, Пушкинского музея, Галереи Шилова, Галереи искусств Зураба Церетели, Центрального дома художника, музея-заповедника Царицыно и других московских музеев. Кроме того, на теплоходах и яхтах, курсирующих по Москве-реке, можно проводить тематические конференции и корпоративные вечеринки.

Самые новые отели

Что касается размещения гостей города, то и в этом сегменте идет непрерывный рост числа объектов размещения, растет качество и разнообразие предложений. Однако, как отмечают игроки рынка, до полного соответствия спросу еще далеко. За 2012 г. число отелей в Москве достигло цифры 303, а их общий номерной фонд был увеличен на 720 номеров, в том числе в Москве появилось 77 хостелов и 138 мини-отелей. Как отметил и.о. главы Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы Сергей Шпилько на открытии гостиницы «Novotel Москва Сити», особенность столичного номерного фонда в том, что 90% отелей были построены или реконструированы в последние 20 лет, то есть номерной фонд гостиниц Москвы – один из самых новых в мире. Из-за ярко выраженной сезонности спроса в летний период отельеры снижают цены в среднем на 10–15%, поэтому в летний сезон туризм в Москву становится выгодным. «К лучшим конференц-отелям Москвы можно отнести конгресс-парк «Волынское», отели «Корстон», «Ирис», «Измайлово Альфа», «Best Western Bera», «Марриотт Аврора», «Марриотт Гранд» и «Марриотт Тверская», Crown Plaza, отели «Холидей Инн», – рассказали в «Демлинк». В то же время, по словам операторов, несмотря на интенсивное расширение номерного фонда Москвы, спрос на некоторые виды размещения по-прежнему превышает предложение. «Не буду оригинальна, основные трудности связаны с размещением гостей. По-прежнему ощущается серьезный дефицит и сравнительная дороговизна номерного фонда. И это, пожалуй, основная проблема. Всё остальное – вполне решаемо и поддается управлению», – рассказала MICE-директор компании ATH American Express Лада Евтюкова. Превышение спроса над предложением означает наличие хороших перспектив для инвесторов, вкладывающих деньги в гостиничный бизнес. Согласно планам правительства Москвы,

Реклама



Экскурсии по городу проходят как в удобных двухэтажных автобусах – даблдекерах, так и на специальных речных трамвайчиках



Велосипеды становятся всё более популярным транспортом в городе. А участников «Московской велоночи» с каждым годом всё больше

в ближайшие годы инвесторы могут построить более 300 новых отелей различного класса, создав еще более благоприятные условия для увеличения продаж туров в Москву. Ситуация меняется на глазах: еще недавно качественное размещение в столице было редкостью, сегодня же, согласно опросам, удовлетворенность качеством гостиничных услуг высказывают более 80% посетивших столицу туристов. В сегменте бизнес-отелей этот показатель превышает 90%. В столице ежегодно открываются гостиницы под международными брендами, продолжается реновация устаревшего номерного фонда. По прогнозам, до конца 2013 г. в Москве откроется 15 новых отелей. Изменения происходят и в других сегментах туристических услуг. В городе растет число указателей на иностранных языках, появляются другие атрибуты, привычные посетителям европейских мегаполисов: туристские информационные центры, «карта гостя», единый транспортный туристский билет, экскурсии на даблдекерах, QR-коды на памятниках архитектуры, аудиогиды в музеях, бинокли на смотровых площадках, возможность бронирования билетов на культурные и спортивные события и многое другое. Отрасль быстро отреагировала на эти изменения возросшим турпотоком. По прогнозам экспертов, в дальнейшем Москва будет привлекать еще больше гостей. Туристы, которые захотят посетить музыкальный фестиваль или футбольный матч, проходящий в столице, смогут приобрести тур на интересующее их событие и совершить поездку в Москву с той же легкостью и комфортом, как и в любой другой современный мегаполис.

Кого встречает Москва?

Специалисты агентств делового туризма рассказали о том, кто и с какими целями чаще всего посещает столицу.

UTS Group

Сложно загнать туризм, в данном случае въездной, в строго сегментированные рамки. Можно говорить о бизнес-группах, участников которых интересует и культурная составляющая. Чаще всего деловая программа совмещается с развлекательной. До сих пор большой популярностью пользуется Кремль. Многие ездят в Звездный городок, ходят в театры на балет и оперу.

Что касается спортивных мероприятий, то бум в этом сегменте наметился недавно, так как Россия стала принимать крупные форумы в таком количестве тоже не так давно. Но деловые поездки иностранцев в страну по срокам не всегда могут совпадать со строго ограниченными рамками спортивных событий. UTS работает преимущественно с иностранными туристами. Бизнес-туристы из российских городов более самостоятельные и в основном сами планируют программу, через агентства чаще всего ими осуществляется заказ экскурсий.

ATH American Express

В нашей практике 99% мероприятий носят деловой характер. Чаще всего это встречи региональных офисов компании-клиента. Однако бывает, что компания устраивает презентацию и приглашает на нее партнеров и журналистов. В этом случае нам, как правило, заказывают инсентив-программу. В основном такие заказы исходят от крупных международных брендов.

Несмотря на растущий интерес к Москве у зарубежной аудитории, отечественные группы всё же преобладают. Соотношение примерно один к трем в пользу внутреннего потребителя.

«Демлинк»

По опыту работы нашей компании, деловые группы чаще приезжают в Москву из других российских городов, однако клиенты из-за рубежа тоже не редкость. Мы работаем с группами из стран Европы, из Египта, Китая и США.

Если говорить о тех целях, с которыми деловые группы посещают Москву, то соотношение между деловыми и развлекательными составляет примерно 50 на 50. Если это вписывается в планы компании, группы посещают спортивные и культурные мероприятия, например открытие основной сцены Большого театра, премьерные показы в театрах, спортивные турниры и т.д.

Подведем итог: Москва становится всё более привлекательной для туристов, и большой вклад в ее привлекательность вносит зрелищность и разнообразие столичных событий. Для профессиональных участников туристского рынка, как специализирующихся на деловом и конгрессном туризме, так и занимающихся экскурсионными турами, это означает увеличение продаж туров в Москву и развитие собственного бизнеса.

В 2012 г.
столицу посетили
5,2 млн
иностранцев

Реклама



ПОДГОТОВЛЕНО ПРИ ПОДДЕРЖКЕ КОМИТЕТА ПО ТУРИЗМУ И ГОСТИНИЧНОМУ ХОЗЯЙСТВУ ГОРОДА МОСКВЫ



Два века назад промышленная революция полностью изменила жизнь людей, перестроила общество и произвела переворот не только в цехах, но в людском сознании. Онлайн-технологии тоже стали своего рода революцией, поменявшей очень многие устоявшиеся привычки. Особенно активно развитие онлайн-технологий сказалось на туристическом бизнесе, как в деловом сегменте, так и в сегменте частных путешествий. Мы беседуем с заместителем генерального директора компании UTS Group Ириной ВАСИЛЬЕВОЙ о новом уникальном сервисе компании UTS24 и о том, победит ли окончательно онлайн живое общение с турагентом.

Подготовила Александра ЗАГЕР

Нажми на кнопку – получишь результат!

Как пришла идея создания сервиса UTS24, ведь на рынке много подобных систем?

У нас большой опыт работы с онлайн-продажами. Несколько лет назад мы разработали, внедрили и успешно эксплуатируем сервис Hotelbook. Это узкоспециализированный сервис, работающий строго по системе b2b, то есть для агентств. Изначально там можно было забронировать отель, но теперь мы добавили в него еще и наземное обслуживание – трансферы, экскурсии, визовый блок. Однако мы работаем с разными клиентами, и постепенно возникла необходимость не только расширить спектр онлайн-услуг, но и более широко их раскрывать. Мы решили создать свою собственную систему и разработали сервис UTS24, которым могут пользоваться и агентства, и частные лица, и корпоративные клиенты.

Сервис UTS24 работает совсем недавно, широкой публике он стал доступен 20 февраля 2013 г., однако пользуется уже достаточно большой популярностью.

Создавая этот ресурс, мы ставили перед собой задачу добавить туда максимально возможное количество сервисов. На данный момент пользователям доступен заказ отелей по всему миру, авиабилетов практически по всем направлениям. На подходе и заказ железнодорожных билетов, сейчас этот модуль проходит сертификацию в РЖД и совсем скоро будет доступен пользователям. Кроме того, прямо на сайте можно заказать и распечатать медицинский страховой полис, сейчас эта услуга также проходит процедуру сертификации со стороны нашего партнера компании «Группа Ренессанс страхования». На портале есть и вся информация по оформлению виз: набор документов для виз разных стран, часы работы консульств, стоимость разных типов виз. Авиабилеты подгружаются из систем «Амадеус» и «Сирена». В нашей системе пока нет лоукостеров и чартерных рейсов. Блок лоукостеров у нас в плане и появится на сайте в будущем году.

Другими словами, мы постарались представить здесь все услуги туристического агентства, которые можно получить онлайн, не посещая наш офис. При этом мы его позиционируем не просто как безликий классический онлайн, а как сервис с человеческим лицом. Иногда бывает нужно или вернуть билет, или поменять даты заезда в уже оплаченной брони, или произвести еще какие-то не прописанные в системе процедуры. При возникновении любого рода проблем,

недоразумений, вопросов клиент всегда может или связаться с менеджером в офисе, или приехать в офис и решить проблему.

Как работает UTS24, кто является его целевой аудиторией?

Ассортимент услуг у нас одинаковый для всех, а вот коммерческие условия для агентств, частных и корпоративных клиентов – разные. Для того чтобы начать работать в системе, нужно зарегистрироваться. Регистрация делается автоматически после того, как клиент решит что-то забронировать. Система запрашивает адрес электронной почты, который также является паролем для входа в личный кабинет. Логин каждый пользователь придумывает себе сам.

Дальше – полная свобода действий. Можно самостоятельно выбрать отель, проложить удобный маршрут, уточнить, какие документы нужны на визу в ту страну, куда вы собрались, тут же всё забронировать и при желании полностью оплатить в рублях.

Если клиент не может или не хочет самостоятельно собирать себе тур и ехать в наш офис времени у него тоже нет, он может сделать на сайте так называемый «ленивый заказ». Просто написать менеджеру, куда нужно поехать, на какой срок, какая категория отеля интересует, и менеджер всё подберет и пришлет клиенту в личный кабинет. Дальше он может или сам всё забронировать, или поручить это менеджеру.

Общение клиента с менеджером выглядит как чат, куда, кстати, можно прикреплять документы, чтобы менеджер, например, проверил правильность их заполнения. Даже документы на визу никуда везти не надо, достаточно их только подготовить и вызвать курьера. Тот, по усмотрению клиента, или проверит комплектность, или, если клиент подает на визу через нас, заберет их и потом привезет готовый паспорт. Стив Джобс говорил, что самое трудное – это сделать самое простое. У него получилось, надеюсь, что и у нас получится.

Есть ли специальные условия для корпоративных клиентов?

Безусловно, корпоративные клиенты также могут самостоятельно формировать свои поездки. Для каждого из них наши менеджеры заводят отдельный личный кабинет с вводными данными о требованиях трэвел-политики той или иной компании, предпочтениями и особенностями путешествий. После этого трэвел-координаторы или любой уполномоченный пред-



ставитель компании-клиента может собирать себе поездку, не беспокоясь, что как-то нарушит предписания или выйдет за рамки бюджета. Система по умолчанию будет выдавать ему услуги, входящие в рамки трэвел-политики компании.

UTS24 как-то взаимодействует с Hotelbook?

Все отели, которые есть в Hotelbook, есть и в UTS24. По большому счету, отельный блок здесь полностью повторяет Hotelbook, за тем исключением, что последний более профессионально тонко настроен, там можно задать больше опций и критериев поиска. На UTS24 все узкоспециализированные настройки скрыты, поскольку он рассчитан на обычного клиента, не на профессионалов.

Кто ваши конкуренты и в чем ваше преимущество?

Сложно сказать, в каждой нише они разные, в билетном сегменте – одни, в гостиничном секторе – другие. У нас принципиально другая модель, потому что клиент может оплатить все услуги либо онлайн на сайте, либо в нашем офисе. Это можно сделать и банковской картой, и электронными деньгами, и наличными в нашей кассе. Онлайн-сервисов, которые принимали бы плату сразу, почти нет, а многим клиентам так и удобнее, и спокойнее. Это одно из основных наших конкурентных преимуществ.

Другим не менее важным преимуществом я бы назвала возможность работы в оффлайне. Ценность человеческого общения и участия еще никто не отменял, и многим клиентам чисто психологически проще, если он знает, что «на другом конце» есть живой человек, с которым можно посоветоваться. Работать в системе UTS24 клиенту удобно еще по одной причине – в личном кабинете аккумулируется вся информация по путешествиям, и архив хранится два года. Следовательно, клиентам проще и анализировать свой трэвел-бюджет, и отчитываться по нему.

Новые технологии неизбежно рожают некоторые трудности, так ли это? Каковы они и как их избежать или преодолеть?

Иногда клиенты в стыки воспринимают предложение работы онлайн, считая, что мы им делегируем свои обязанности. Ведь нажав кнопку «забронировать», клиент сам будет нести ответственность, если что-то пойдет не так. Однако постепенно такое отношение уходит в прошлое, потому что работа онлайн сильно экономит время и деньги и не так уж страшна, как кажется. Кроме того, у всех наших сервисов есть круглосуточная служба поддержки, и ни один клиент никогда не останется один на один со своей проблемой. Мы всегда предлагаем такую форму работы, но никогда на ней не настаиваем, оставляя это на усмотрение клиента.

Девиз UTS24 «Весь мир на ладони!» можно понять как в географическом, так и в технологическом смысле – весь мир в телефоне. Существует ли мобильная версия сайта UTS24?

Мобильную версию мы разрабатываем параллельно, она обязательно появится в будущем году. В наше мобильное приложение мы встроим «помощника», который будет прописывать текущую поездку, отслеживать маршрут, напоминать о датах вылета и возврата и т.д. Пока конкретного списка задач для мобильного приложения нет, но в любом случае наполним его максимально функционально.

UTS Group как туристическая компания активно выходит на рынок современных IT-технологий. А на другие подразделения холдинга эти новые веяния распространяются?

Конечно, наш MICE-департамент уже подхватил эту эстафету. В MICE и деловых поездках всё чаще используются специальные мобильные приложения. Мы тоже иногда их используем. Таких приложений совсем немного на рынке. При организации одной из деловых поездок – большой группы в Бразилию – мы выбрали наиболее подходящее приложение, наполнили его информацией о расписании мероприятия, месте, где оно будет проходить, об отеле, местных обычаях, прописали там все телефоны всех членов делегации и срочной связи. Кроме того, добавили возможность интерактивной переписки между членами делегации. Участникам конференции нужно было просто скачать приложение в свои смартфоны и не таскать с собой кучу бумажек.

В будущем мы хотим создать свои мобильные приложения. Причем для MICE и для деловых поездок они будут разными.

Что нового подарил MICE-бизнесу технический прогресс?

Мы активно используем iPad-квесты. Недавно, например, у нас было корпоративное мероприятие для клиентов, составной частью которого был квест с iPad. Суть любого квеста – пройти последовательность определенных точек и в каждой что-то сделать. Гости получили iPad с маршрутом, где была и карта местности, и все нужные точки, и задания, где и что нужно сделать. Каждый iPad был соединен со штабом, чтобы там можно было отслеживать передвижения команд, а также при необходимости давать им подсказки или высылать помощь. В программе разработана система подсчета баллов, пройденного командой расстояния, определения скорости прохождения маршрута и т.д.

Как в UTS относятся к работе в социальных сетях?

Положительно, но без фанатизма. В самом названии этого тренда уже находится ответ – социальные. Люди приходят туда не покупать, а общаться. Информация на страничках должна быть интересна с точки зрения контента. Например, возвращаясь к UTS24, мы разрабатываем на сервисе специальный раздел «Клуб путешественников», где пользователь сможет получить большое количество полезной, интересной и веселой информации о той или иной стране. Мы представлены в сетях Facebook, ВКонтакте, Twitter, Youtube, но не преследуем цели собрать там огромное количество фанатов любыми средствами. Люди, которые присоединяются к нашим страничкам, – это по-настоящему преданные и лояльные к компании клиенты.

Случится революция с приходом IT в трэвел-сегмент?

Давайте обратимся к мировому опыту – в Америке же не исчезли туристические агентства. Они есть, но совсем в ином виде. Например, это может быть один человек, работающий по франшизе, он может приехать к клиенту, всё показать, вместе с ним забронировать, он знает, какие сайты посмотреть, что и где выбрать. Помощь профессионалов всегда будет нужна, потому что система не может дать совет. Она может делать выводы по тем же отзывам, показывать статистику, рейтинг, но отзывы же пишут люди. Менеджер же всегда чувствует человека, чего система делать не может.

Индустрия будет меняться, возможно, будет сокращаться штат туристических агентств, но живое общение с менеджером было и будет.



Теперь, чтобы заказать путешествие, достаточно лишь зайти на сайт

Работать в системе UTS24 удобно – в личном кабинете аккумулируется вся информация по путешествиям, и архив хранится два года. Следовательно, клиентам проще и анализировать свой трэвел-бюджет, и отчитываться по нему

«Стив Джобс говорил, что самое трудное – это сделать самое простое. У него получилось, надеюсь, что и у нас получится»



Отель Four Seasons
Lion Palace St. Petersburg

Все бренды в гости к нам

Как только российский гостиничный рынок стал открытым для глобальных операторов, многие из них заявили о желании присутствовать на нем. За четверть века, что прошли с той поры, желания флагманов гостиничной индустрии сбылись: в крупных городах России появились отели под брендами The Rezidor Hotel Group, Hilton Worldwide, Marriott International, InterContinental Hotel Group, Accor Group, Starwood Hotels&Resorts, Hyatt International и других компаний.

Подготовила Элеонора АРЕФЬЕВА

Несмотря на бурный рост числа современных отелей, российская гостиничная индустрия всё еще числится развивающимся рынком. Число гостиниц, отвечающих сегодняшним мировым запросам, по-прежнему невелико в российских регионах. И даже Москва уступает по этому показателю крупным европейским столицам. Но развивающиеся рынки – значит, перспективные. Поэтому всё больше новых брендовых отелей планируют к открытию в России. Большинство проектируемых и строящихся гостиниц представляют уже знакомые присутствующие на отечественном рынке бренды. Однако появляются и марки, которых прежде не было на отечественном рынке. Брендовые дебюты в уже достаточно освоенных гостиничными операторами городах, таких как Москва и Санкт-Петербург, связаны с желанием поразить гостя, удивить его новизной и тем самым привлечь – необычные экзотические отели появляются в столицах. Есть и другой аспект: гостиничный рынок, как известно, развивается «сверху вниз», а потому, уже открыв отели сегмента luxury и upper-upscale, международные операторы дебютируют в российских премиум-городах с брендами, представляющими гостиницы среднеценовой и бюджетной категорий. Наконец, на рынок российских городов выходят новые гостиничные компании, в том числе и довольно молодые, недавно «выросшие» из региональных в глобальные, и это еще один фактор, вызывающий появление на фасадах открывающихся гостиниц логотипов новых брендов.

От luxury...

Знаменитый бренд Four Seasons уже давно должен был появиться и в Москве, и в Петербурге. Но открытие отелей этой марки в обеих столицах все время откладывалось. «Four Seasons Москва» на месте гостиницы «Москва», по прогнозам компании Jones Lang LaSalle, откроется не раньше 2014 г. А вот в Петербурге бренд дебютировал в июле. Отель Four Seasons Lion Palace St. Petersburg, расположенный в Адмиралтейском районе Санкт-Петербурга в двух кварталах от Зимнего дворца и недалеко от Невского проспекта и Мариинского театра, – это действительно роскошный комплекс, гости которого смогут пожить в интерьерах настоящего дворца. Он располагается в стенах знаменитого особняка XIX в. – «Дома со львами» на Исакиевской набережной. Первокласное обслуживание, которым знаменита отельная группа Four Seasons, и неповторимый стиль отеля, несомненно, придают ему статус одного из лучших в городе. Four Seasons Hotel Lion Palace St. Petersburg предлагает своим гостям 177 номеров. Также гостиница располагает просторным бальным залом, шестью конференц-залами, баром «Библиотека» с видом на Дворцовую площадь, спа-комплексом, рестораном «Зимний сад». К услугам гостей и множество других разнообразных сервисов. Исторические здания Петербурга вызывают интерес известных операторов, которые охотно открывают в них отели

класса люкс. Еще одним таким отелем и новым брендом Dozina рынок Северной столицы пополнился в прошлом году. Для открытия отеля на 109 номеров был выбран особняк второй половины XVIII в., известный как дом Жомини-Клейбер. Нестандартная планировка номеров, итальянская кухня, камерный фитнес- и велнес-центры, конференц-зал с видом на набережную Мойки – таковы предложения этого отеля. В Северной столице в этом году появится еще один неординарный бренд – Indigo, в линейке InterContinental Hotel Group этим именем называют бутик-отели. Четырехзвездочный отель Indigo St. Petersburg– Tchaikovskogo 4* расположен в центре Санкт-Петербурга, всего в 12 минутах ходьбы от Летнего сада. В гостинице 119 номеров. В ресторане отеля гостям предложат блюда интернациональной кухни. В лаундж-баре – большой выбор напитков и легких закусок. В петербургском отеле Indigo будут спа- и фитнес-центры, бассейн. На всей территории отеля гости получат бесплатный беспроводной доступ в Интернет, услугам деловых путешественников – бизнес-центр. Luxury-бренды по-прежнему атакуют московский гостиничный рынок. Очень необычный проект реконструкции идет в центре столицы, чтобы в итоге там смогла открыться гостиница знаменитой азиатской сети Mandarin Oriental. Отель разместится в историческом здании, возведенном в начале XIX в. как частный особняк. За время своего существования здание неоднократно перестраивалось и укрупнялось, фасад обогащался декором. В создании уникальных интерьеров принимали участие именитые русские архитекторы и художники. В 1911 г. особняк был превращен в роскошный отель «Люксь».

В результате многочисленных перестроек в советские годы фасад здания утратил былые величие и целостность. До реконструкции там размещалась гостиница «Центральная». Восстановление исторических фасадов и интерьеров является неотъемлемой частью проекта по созданию отеля Mandarin Oriental, Moscow. Теперь по адресу Тверская-10 будет располагаться многофункциональный комплекс «ЛЮКСЪ». Помимо отеля Mandarin Oriental, Moscow в нем будут находиться торговая зона, спа, фитнес-центр и подземный паркинг. Номерной фонд отеля составит 237 комнат, включая 66 сьютов. Интерьеры будут выдержаны в характерном для отеля Mandarin Oriental современном классическом стиле с деликатным вкраплением азиатских мотивов. Все номера отеля будут оборудованы по последнему слову техники, что соответствует международной концепции отелей группы. Известные во всем мире спа-услуги отелей Mandarin Oriental появятся и в Москве, радуя жителей столицы и ее гостей уникальным подходом комплексному оздоровлению организма. Гости смогут испытать необыкновенный эффект от водных и паровых процедур, искупаться в бассейне. Отель обещает стать центром жизни города. Здесь разместятся несколько ресторанов и баров, которые предложат гостям исключительное по разнообразию меню. Два элегантных бальных зала как нельзя лучше подойдут для проведения торжественных мероприятий. Вопрос – когда состоится ввод отеля в эксплуатацию? Даты предполагаемого открытия всё время переносятся, и, по прогнозу экспертов, первые гости приедут в московский Mandarin Oriental не раньше 2015 г.

MaTIw Московский Международный осенний форум «Профессионалы: События»

meet your business

9-я Международная выставка по деловому туризму и корпоративным мероприятиям

MIBEXPO Russia

17–20 сентября 2013 / МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»

16+





Новым брендом Domina рынок Северной столицы пополнился в прошлом году. Для открытия отеля на 109 номеров был выбран особняк второй половины XVIII в., известный как дом Жомини-Клейбер



Еще один экзотический гостиничный luxury-бренд готовится к премьере в Москве.

«Дочка» Fairmont Raffles Hotel International сингапурская компания Raffles Hotels and Resorts реконструирует здание в Китай-городе под отель класса люкс Raffles Moscow. В гостинице будет 130 роскошных номеров, гости отеля смогут насладиться уникальным сервисом, благодаря которому сеть Raffles снискала мировую известность.

...ДО ЭКОНОМ-КЛАССА

В России всё активнее строятся отели среднеценового и экономического сегментов. Это касается и регионов, и столиц. В периферийных городах страны рекомендуют продвигать отели такого уровня большинство экспертов гостиничного рынка. Доводы: если ориентироваться на привлечение деловых путешественников, то в регионах отечества это в подавляющем большинстве менеджеры среднего звена. На них и должен быть рассчитан объект размещения. Если говорить о Москве и Петербурге, то там уже широко представлены гостиницы класса люкс и upscale, а вот в качественных среднеценовых и бюджетных отелях потребность есть.

Сразу несколько глобальных операторов, уже давно работающих на отечественном рынке, в ближайшие годы представят свои бренды mid-market и economy в российских городах.

Так, логотип бренда Hampton by Hilton, принадлежащего са-

к услугам гостей – 214 номеров. А в Северной столице в это же время ожидается открытие Hampton by Hilton Saint Petersburg ExpoForum с номерным фондом в 210 комнат.

Компания InterContinental Hotels Group подписала стратегическое соглашение с ООО «Региональная Гостиничная Сеть» (РГС), портфельной компанией Venture Investments & Yield Management LLP (VIYM). Договор предусматривает открытие в России к 2019 г. 15 новых отелей и вывод на рынок страны бренда, который в линейке IHG представляет экономсегмент, – Holiday Inn Express. Первые две из запланированных 15 гостиниц откроются в Челябинске и Воронеже. Holiday Inn Express Voronezh на улице Кирова должен принять гостей во второй половине 2014 г., а Holiday Inn Express Chelyabinsk – летом 2015 г.

Еще один дебют российского гостиничного рынка – бренд Four Points by Sheraton оператора Starwood Hotels & Resorts. Планируется, что он начнет работу в Краснодаре в 2016 г. Отель расположится недалеко от мегацентра «Красная Площадь», рядом с будущим выставочным и конференц-центром, который должен стать крупнейшим на юге России. В инфраструктуре будущей гостиницы – 200 номеров и люксов, ресторан полного цикла, два бара, фитнес-центр, бизнес-центр, а также помещения для встреч и деловых мероприятий.

Этот же оператор выводит на отечественный рынок бренд сегмента upper mid-market Aloft. Отель с таким названием появится в Петербурге. В Starwood подчеркивают, что это не просто бренд среднеценовой категории, он присваивается «альтернативным», т.е. необычным, отелям. В Петербурге название «Aloft» украсит отель на 200 номеров, выполненный в стиле лофт.

В российских городах с активно развивающимися промышленными проектами всё активнее растет спрос на апартаменты. На него откликается глобальный оператор Accor Hospitality, который открывает в Москве и в Калуге отели длительного проживания под брендом Adagio. В Калуге в состав такого отеля войдут 130 номеров категорий студия, а также двух- и трехкомнатные апартаменты. Все они оснащены небольшими кухнями. Апартаменты откроются в едином комплексе с отелем Ibis. Для гостей апартаментов Adagio предоставляются те же услуги, что и для гостей отеля Ibis: уборка, химчистка и стирка.

Adagio в Москве также будет работать в составе мультибрендового отеля на улице Бахрушина-11. В него войдут гостиница экономкласса Ibis на 190 номеров и два объекта сегмента mid-market – апартаменты Adagio на 94 номера и Mercure на 153 номера. Отель будет открыт в 2014 г.

Россия входит в число важных ключевых рынков для авиакомпании airberlin и ее авиапартнера NIKI. Их позиции на этом направлении стабильно укрепляются, в том числе и благодаря расширению спектра услуг. Не так давно авиакомпания airberlin обновила свой бизнес-класс. Об изменениях рассказывает руководитель представительства airberlin в России Юлия ВОРОТНИКОВА.

Подготовил Александр ПОПОВ

С airberlin в бизнес-классе

Изначально в России airberlin считался лоукостером. Теперь ясно, что это не так. В чем различие между бюджетными авиакомпаниями и airberlin?

Airberlin – сетевой перевозчик, стратегический партнер Etihad Airways, член мирового авиационного альянса oneworld®. У нас есть код-шеринговые соглашения в общей сложности с 14 авиакомпаниями, например, с российской S7, которая является нашим крупнейшим партнером среди членов альянса. Airberlin оперирует на 150 направлениях в 40 странах в рамках международной маршрутной сети с услугами бизнес-класса на дальних рейсах. В последние годы компания регулярно получает награды за первоклассное обслуживание.

На каких рейсах и в каких аэропортах предусмотрены услуги бизнес-класса у airberlin в небе и на земле?

Airberlin предлагает услуги бизнес-класса на дальних маршрутах, таких как Абу-Даби, а также на пяти направлениях в Северную Америку: Нью-Йорк, Чикаго, Майами, Лос-Анджелес и Форт Майерс. Кроме того, бизнес-класс есть на таких туристических направлениях, как Пхукет и страны Карибского бассейна. Для пассажиров бизнес-класса на борту самолета имеются полностью раскладывающиеся массажные кресла с многофункциональными столами, оборудованными USB-разъемами и отдельными розетками для ноутбука. В качестве бортового питания предлагаются блюда и вина из меню ресторана Sansibar. Гости бизнес-класса могут воспользоваться услугой ускоренного прохождения паспортного контроля и провести время в зале повышенного комфорта airberlin, а также в эксклюзивных залах ожидания Etihad Airways или одного из наших партнеров по альянсу oneworld.

Пассажиру бизнес-класса airberlin предлагается набор полезных дорожных принадлежностей от известных брендов Rituals, L'Occitane и Institut Karité, за который авиакомпания получила награду Gold Award от журнала TravelPlus. На рей-

сах через Абу-Даби гости бизнес-класса, которые приобрели билеты через airberlin или Etihad Airways, могут забронировать услуги водителя, чтобы доехать до аэропорта или добраться до желаемого места в городе.

Есть ли специальные программы для MICE-путешественников?

У нас есть хороший опыт работы с компаниями, у которых проходят регулярные корпоративные мероприятия в городах Германии, странах Европы и даже в США. Наше удобное расписание, а также знание принципов работы с компаниями позволяют обсуживать большие группы корпоративных клиентов. За каждое служебное путешествие сотрудников наши партнеры-предприятия получают пункты на общий корпоративный счет, которые затем могут использовать при оплате следующего служебного полета. Я хотела бы обратить внимание на наш новый второй ежедневный рейс из Москвы в Вену, который выполняет NIKI, что делает нас очень удобной авиакомпанией для корпоративных клиентов, летающих в Австрию.

В каких аэропортах, включая российские, у airberlin есть залы ожидания для пассажиров бизнес-класса?

Пассажиры бизнес-класса, а также обладатели золотой и платиновой карт torbonus имеют возможность воспользоваться более чем 550 залами ожидания по всему миру. В аэропорту Пулково в Санкт-Петербурге зал ожидания для пассажиров бизнес-класса располагается в терминале 2. Обладатели золотой или платиновой карт torbonus могут воспользоваться бизнес-залом авиакомпании S7 в аэропорту Домодедово в Москве.

Чем отличаются стюардессы бизнес-класса от стюардесс, работающих в экономклассе? Организуются ли для них специальные курсы?

Стюардессы, работающие на дальнемагистральных рейсах, должны успешно окончить специальные курсы подготовки к работе на борту самолета A330-200, после чего они будут допущены для работы в эконом- и бизнес-классах.

Airberlin входит в альянс oneworld. Можно ли в связи с этим, обратившись только в airberlin, совершить кругосветное авиапутешествие, воспользовавшись в отношении перевозки также услугами других членов альянса? То есть может ли airberlin взять на себя полностью заботу о перелете по такому маршруту?

Да, конечно, пассажиры могут выбирать из различных тарифов для кругосветных полетов. Билеты на все рейсы можно приобрести на сайте oneworld.com. При этом все рейсы будут выполняться различными авиакомпаниями, входящими в состав альянса OneWorld. Airberlin не предлагает специального «кругосветного» билета.



Airberlin – вторая по величине авиакомпания Германии и седьмая в Европе по количеству перевозок. В прошлом году ее пассажирами стали более 33 млн человек. Ее самолеты вместе с бортами партнера а/к NIKI выполняют до 70 рейсов в неделю из России в Германию и Австрию



Удобное географическое положение, аэропорт в черте города, известные на весь мир достопримечательности и интересные для посещения места, а также множество конференц-отелей и необычных площадок для MICE-индустрии привлекают в Бремен большое число бизнес-туристов. Шутка ли, 70% от общего числа визитеров – а каждый год в Бремен приезжают около 1 млн путешественников – посещают город с деловыми целями.

Подготовила Светлана КОНОВАЛОВА



Город, созданный для MICE

Отели с изюминкой

На инфраструктуру Бремена сильно влияет спрос на него как на MICE-направление: во многих гостиницах располагаются конференц-залы и бизнес-центры. Но, пожалуй, самый известный бизнес-отель Бремена – Park Hotel Bremen 5* (www.park-hotel-bremen.de), входящий в ассоциацию The Leading Hotels of the World и считающийся одним из лучших конференц-отелей Германии. Здесь 175 номеров разных категорий, открытые террасы, спа-комплекс, бары, два ресторана, один из которых отмечен звездой Мишлен. Удачное местоположение Park Hotel – гостиница стоит на берегу искусственного озера, в центре которого бьет фонтан, и примыкает к уютному Bürgerpark – располагает к комфортному отдыху. В отеле можно работать, что называется, «не отходя от кассы» – здесь девять конференц-залов разной площади, которые можно объединить в одно помещение, вмещающее до 800 человек. К тому же всего в пяти минутах ходьбы от гостиницы расположен огромный выставочный центр ÖVB-Arena.

Альтернативой Park Hotel может служить не менее привлекательный с точки зрения организации мероприятий Swissôtel Bremen 5* (www.swissotel.com/bremen), рассчитанный на 230 номеров. Здесь есть спа-комплекс, бар, рестораны, девять конференц-залов, способных разместить от пяти до 650 человек. Отель разместился рядом с городским каналом, вблизи парка Wallanlagen, в котором располагалась голландская мельница. Мельница до сих пор находится в рабочем состоянии, но по прямому назначению уже не используется. Сейчас в ней устроен ресторан Mühle am Wall, где можно вкусно пообедать, выбрав, например, что-то из блюд голландской кухни.

Не менее примечателен отель Hilton Bremen 4* (www.hilton.de/bremen), расположенный на исторической улице

Böttcherstrasse, всего в трех минутах ходьбы от Рыночной площади (Marktplatz). Здесь разместилось 235 номеров, рестораны, спа-комплекс, бизнес-центр, 14 помещений для проведения различных мероприятий общей вместимостью до 350 человек. Отелю принадлежит примыкающий к нему Дом Атлантик (Haus Atlantis) – признанный шедевр экспрессионизма, созданный в начале XX в. Бернхардом Хётгером. По винтовой лестнице можно подняться на самый верх и попасть в единственный сохранившийся после Второй мировой войны Небесный зал (Himmelssaal). В помещении нет окон, дневной свет попадает сюда через стеклянный бело-синий купол. Выкрашенные в белый цвет стены, деревянный пол, причудливая ковка, необычные элементы декора и потрясающая акустика создают здесь особую атмосферу, поэтому Атлантик может стать прекрасной декорацией для необычного мероприятия.

Ратуша и ее погреба

В самом центре Бремена на Рыночной площади стоит построенная в стиле везеровского ренессанса ратуша (www.rathaus-bremen.de), внесенная в 2004 г. в список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО. Это не только самая главная достопримечательность города, но и нестандартная MICE-площадка. Самый большой Верхний зал украшают витражи, резьба по дереву, картины, одна из которых изображает некогда выловленного здесь кита, тяжелые бронзовые люстры, модели парусных кораблей, прикрепленные к потолку... Традиционно раз в году в этом зале отмечается Schaffermahl – праздник мореплавателей, на который еще не так давно допускались только мужчины. Из Верхнего зала можно попасть в Золотую комнату (Guldenkammer), стены которой затянуты позолоченной кожей и закрыты резными де-



Тихие средневековые улочки Бремена располагают к историческим инсентивам

ревянными панелями. Помещение как нельзя лучше подходит для небольших мероприятий.

Под зданием ратуши на несколько километров протянулись винные погреба. В них хранятся лучшие вина, когда-либо произведенные в Германии, в том числе коллекция из 600 сортов «винтажных» вин, самое «старое» из которых датируется 1653 г. Здесь же разместился ресторан Bremer Ratskeller (www.ratskeller-bremen.de) с несколькими отдельными залами, каждый из них – интересный дизайн. Например, в проходном зале стоят огромные дубовые бочки, украшенные изображениями всевозможных животных и цветов, а самое длинное помещение «сторожит» Бахус, восседающий на бочке с вином. В Ratskeller есть как крохотные комнатки, в которых можно отгородиться от других посетителей деревянными шторами (сама конструкция больше напоминает очень глубокий шкаф), так и большой «акустический» зал, где даже разговор шепотом будет слышен всем гостям. В ресторане предлагают большой выбор блюд местной кухни, а также вина, хранящиеся в погребе ратуши. Самое «старое» вино, которое можно здесь заказать, – Rüdeshimer Apostelkeller 1727 г.

Морская тема

Бремен – город рыбаков, и, конечно же, центральное место в городской жизни занимает порт. Но здесь это не только важный с экономической точки зрения объект, но и прекрасная MICE-площадка. В порту Бремена Bremerhaven, расположенном в 60 км севернее города в дельте реки Везер, разместились самые интересные музеи федеральной земли. Причем интересны они как простым посетителям, так и деловым туристам. В Климатическом доме восьмого меридиана (Klimahaus 8 Ost) можно совершить увлекательное путешествие вдоль восьмого меридиана, «пройдя» через Швейцарию, Сардинию, пустыню Сахара, Антарктиду и множество других интересных мест планеты. В каждом зале музея поддерживается климат (температура и влажность) того региона, в котором находятся посетители. Например, в

тропическом лесу температура воздуха около +35°C и высокая влажность, а на Антарктиде куда «прохладнее» – здесь -6°C и стены покрыты настоящим льдом. Под мероприятие можно снять любой из залов музея. И почему бы не начать конгресс, скажем, в душевой пустыне, а закончить – во льдах самого южного континента или же под звездным небом на райском острове в океане? Но если «менять климатические пояса» не захочется, то можно ограничиться конференц-залом с небольшой сценой.

Деловых путешественников ждут и в Немецком иммиграционном центре, который посвящен людям, иммигрировавшим в Америку через порт Бремена в 1830–1870-х гг. Здесь можно провести мероприятие в театре, а также одном из пяти залов, вмещающих до 200 человек.

Интересным местом для проведения конференции станет маточный корабль «Германия» (Schulschiff Deutschland), пришвартованный в Вегезаке (Bremen-Vegesack), северной части Бремена. Парусное судно способно разместить на своем борту от 20 до 250 человек. Мероприятие здесь можно провести в каюте капитана или на палубе, а разместить участников – в каютах поменьше на двухъярусных кроватях или в гостинице Strandlust Vegesack 4*, расположенной в семи минутах ходьбы от корабля. В небольшом отеле, рассчитанном на 58 номеров, есть рестораны и четыре конференц-зала. В Вегезаке разместились необычный ресторан Havenhaus, горячо любимый местными жителями. Элементами декора ресторана послужили канаты, веревки, штурвалы, спасательные круги, корабельные фонари и многие другие предметы рыбацкого быта.

В стиле high-tech

Провести мероприятие на высоте как в прямом, так и в переносном смысле можно в башне свободного падения центра ZARM, расположенной в районе университета Бремена. Первые уровни 146-метровой башни используют ученые со всех уголков мира для экспериментов в области космических технологий, «верхушка» же отдана под небольшой конференц-зал, рассчитанный на группу до 15 человек. К залу примыкает кухня и винтовая лестница, ведущая на последний этаж, чье достаточно просторное помещение «космического» дизайна также вмещает до 15 человек и сверху накрыто стеклянным конусом. Отсюда открывается завораживающий вид на город и основные достопримечательности, опознать которые помогут надписи на стекле. Если погода позволит, можно выйти на открытую смотровую площадку.

Еще один «технический» объект города – завод Mercedes-Benz (www.mercedes-benz.de) в районе Sebaldsbrück. Здесь есть уникальная возможность совместить мероприятие (вместимость зала – до 800 человек) с увлекательным туром по заводу, во время которого можно увидеть все этапы производства автомобиля, а также с курсами езды по бездорожью на новеньком «мерседесе». В центре по обслуживанию клиентов завода расположился ресторан, где можно пообедать, любясь на только что собранные автомобили.

MICE-площадку предоставляет бизнес-туристам и аэропорт Бремена (www.airport-bremen.de). Здесь четыре конференц-зала, где без труда смогут разместиться до 450 человек. Инсентив-программу предлагают в соседнем здании, принадлежащем авиакомпании Lufthansa. Это единственное место в Европе, где есть симуляторы полета. Опытные пилоты проведут инструктаж и покажут, как управлять самолетом, а позже отпустят в свободное воздушное плавание. Словом, море эмоций и адреналина.



Выставочный центр ÖVB-Arena



Один из конференц-залов отеля Swissôtel Bremen 5*



Дом Атлантик (Haus Atlantis) может стать прекрасной декорацией для необычного мероприятия

1 млн
путешественников
посещают Бремен
с деловыми целями
каждый год

MALTA 
 MADE FOR MEETINGS
since 3600 BC



МАЛЬТА – задумана для встреч

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



www.visitmalta.com/mice



Мальта. Море удовольствий для дайверов

Интересным дополнением ко многим преимуществам Мальты как места проведения MICE-мероприятий могут стать подводные погружения. Хотя, понятно, это удовольствие доступно не всем. Чтобы заняться дайвингом на Мальте, необходим сертификат ныряльщика или заменяющий его документ (минимум CMAS/2 звезды).

Подготовил Александр ПОПОВ

Те, у кого нет соответствующих документов, могут пройти курс обучения. Диапазон программ – от начального обучения до повышения квалификации с получением звания инструктора. Дайвинг-центры на Мальте работают строго по международным стандартам. Инструкторы нередко говорят по-русски. Предлагаются услуги по организации дайвинг-каникул на Мальте (трансферы, проживание и т.д.). Береговая линия Мальтийского архипелага составляет около 200 км по периметру. Десятки бухт и заливов имеют множе-

ство мест, удобных для погружения. Подводный пейзаж архипелага построен на крупных планах. Мощные скалы с глубокими расщелинами и провалами пещер, таинственные гроты, арки образуют декорации уникальной сцены. Каменистые бухты, заливы и заливчики Мальтийского архипелага с крутыми берегами позволяют сразу же уходить на глубину, где видимость может достигать до 30–50 м. Прибрежные воды Мальты считаются одними из самых чистых в мире. Многие представители местной флоры и фауны нет в других районах Средиземного моря. Чаще всего встречаются





средиземноморский группер, рыба-попугай, мурена, скаты, осьминоги, морские коньки, кальмары, крабы, каракатицы... Заплывают сюда и дельфины. Некоторые виды кораллов живут только здесь. Температура воды даже зимой не опускается ниже 14°C. Здесь практически нет приливов и отливов. Правила погружения на Мальте очень строгие.

Места, которые нужно знать

Одно из самых романтичных мест для погружения в прибрежных водах острова Мальта – узкая коса Чиркэуа (Cirkewwa) на северо-западе острова у мыса Марфа Пойнт (Marfa Point). Маршрут начинается напротив дока. Наибольший интерес представляют несколько пещер и тоннелей в подводной стене, в одной из них стоит статуя Мадонны почти в натуральную величину. Примерно в 200 м отсюда – подводная арка Чиркэуа со стенами, покрытыми оранжевыми кораллами.

Дайверы очень любят места в районе Дуэйра (Dwejra) на западном побережье острова Гозо. Здесь находится так называемое внутреннее море (Inland Sea). На самом деле это небольшой уютный заливчик. С «большой водой» его связывает 35-метровый туннель в скале. Здесь спокойно в любой шторм. «Море» интересно и само по себе (его глубина до 30 м), и тем, что рядом есть

Особо продвинутые дайверы могут попытаться достичь лежащего на глубине 42 м английского бомбардировщика Blenheim. Он находится примерно в 800 м от восточного побережья острова в районе бухты Марсашлокк (Marsxlokk) недалеко от мыса Рас-иль-Фенек (Ras-il-Fenek). Этого места нет на дайв-картах Мальты, поэтому, чтобы добраться сюда, надо проконсультироваться с местными опытными инструкторами

такие замечательные места, как Голубая дыра (Blue Hole) глубиной около 20 м, Фунгус Рок (Fungus Rock) – очень выразительный громадный валун, и, конечно, Лазурное окно (Azure Window), фотография которого является визитной карточкой Мальты. Еще одно интересное место на Гозо – риф Рэ'а (Raqqa Point) на северном побережье острова вблизи бассейнов для выпаривания соли. Глубина погружения – до 45 м. Отвесные стены рифа покрыты множеством крупных бархатистых красных морских звезд.

О находках археологического или исторического характера надо немедленно сообщить в школу дайвинга. Трогать найденное нельзя



Wreck-Dive

Дайв-хитом на Мальте считается портовый буксир «Рози», специально затопленный в 1991 г. вблизи мыса Марфа Пойнт примерно в 150 м от берега. Он лежит на глубине 30 м, над ним проходят маршруты экскурсионных лодок со стеклянным дном. Буксир прекрасно подготовлен для посещения. Предметы, которые могут представлять опасность при погружении, сняты, в том числе двери рулевой рубки, куда без проблем можно проникнуть. Близлежащий риф полон морской живности. К другим наиболее популярным wreck-местам относятся эсминец Маори на выходе из гавани Марсамшетт (Marsamxett Harbour) на глубине 15 м, затонувший в 1942 г. от попадания бомбы; танкер Um El Faroud (взорвался и затонул от случайного взрыва в бухте Валлетты в 1998 г., находится на глубине около 20 м); баржа Carolita, потопленная немецкой подводной лодкой в 1942 г. и лежащая недалеко от острова Манозель на глубине 20 м.

Интересные для погружений места

Мальта: Ахраш Пойнт (Ahrax Point) – мелкий риф с обрывом, много живности; Делимара Пойнт (Delimara Point) – обрывы и пещеры; Ар Лапси (Ghar Lapsi) – небольшие глубины, пещеры; Энкер Бей (Anchor Bay) – разнообразные глубины и пещеры; Уид из-Зуррик (Wied iz-Zurriq) – подводная долина. Гозо: Пещера Шленди (Xlendi Cave) и Шленди Риф (Xlendi Reef) – на юге острова; Марсальфорн (Marsalforn) – подводная пещера. Комино: Ир'и'а Пойнт (Irqiqa Point) – подводный утес; Санта Мария Кейвс (Santa Marija Caves) – маленькие пещеры с множеством рыбы; живописный Коминотто Риф (Cominotto Reef) и, конечно, Голубая лагуна (Blue Lagoon) – прекрасное место «полинезийском» стиле на западе островка (глубина до 6 м). Требования к безопасности при дайвинге на Мальте – одни из самых строгих в мире. Погружения возможны только по разрешению департамента здравоохранения Мальты (C-Card). Оно стоит LM 1 и выдается по предъявлении медицинской справки (можно получить в дайв-центре), книжки регистрации погружений и двух фотографий. Подводная охота без лицензии в мальтийских водах запрещена. О находках археологического или исторического характера надо немедленно сообщить в школу дайвинга. Трогать найденное нельзя.



Швейцария. Инсентив в стране живых традиций

Среди направлений, на которые стоит обратить внимание в качестве места для проведения мероприятий, одной из первых называется Швейцария. У нее много разных привлекательных сторон, но главное – эта страна умеет удивлять и радовать, оставляя в душе и памяти островки сильных и приятных впечатлений. Наш журнал решил рассказать о швейцарских традициях, которые могут стать основой для инсентивов и тимбилдингов.

Пожалуй, известно не так много стран, чье население так бережно и трепетно хранит вековые традиции. Нужно сказать, что швейцарцы неподдельно обожают швейцарский флаг и гимн. Потомки гельветов чтут и с удовольствием отмечают все национальные праздники. Любой инсентив, темой которого стали национальные традиции, обречен на стопроцентное погружение в культуру и быт этой страны. И здесь на стороне трэвел-агентства вся Швейцария, поскольку сезон 2013 г. проходит под знаком «Живые традиции». Местные обычаи и традиции – это не только популярные во всем мире фондю, карточная игра ясс или швейцарская борьба.

Доброжелательная историческая атмосфера и домашний колорит непременно присутствуют во время проведения Базельского карнавала, фестиваля сбора винограда в Веве или будничном, но от этого не менее увлекательном производстве сыра. Все традиции, которые Швейцария демонстрирует путешественникам, практикуются поныне и являются неотъемлемой частью культурного разнообразия страны. Не менее важным свойством местных традиций является их гибкость. Это не отлитые в бронзе бабушкины рецепты или бесполезные ремесленные навыки, а современные образчики, прошедшие естественную эволюцию. Поэтому, традиции имеют название «живые».



Pocket Connect – всегда на связи

Независимо от цели путешествия в Швейцарию, будь то конференция в горах, отдых в отеле или просто поездка по городам, деловому путешественнику важно быть онлайн. Необходимо регулярно проверять почту, пользоваться навигатором или просто просматривать новости. При этом расходы на роуминг слишком высоки, а платить за Wi-Fi в отеле слишком дорого. Компания SWISSCOM предоставляет услуги беспроводного Интернета для путешественников: всего 36 франков за пять дней непрерывного онлайн.

Сыр здесь можно не только пробовать, но и делать своими руками



Музыканты из Аппенцелля в национальных костюмах

Еще одна их функция – сближать различные поколения и помогать их общению. Примером такой синергии может служить луковая ярмарка Zibelimärit в Берне. В четвертое воскресенье ноября на главной площади словно из прошлого возникают красочные палатки и огромные прилавки. Днем столичные жители и гости могут купить заплетенный в косички лук, варенья и соленья на зиму, орехи и поделки местных умельцев. А ночью улицы наводняют скоморохи и ряженные, в костюмах которых присутствует луковая тематика. Те же, кто приедет в Берн вечером, могут поучаствовать в битве конфетти. Незабываемые ощущения от сражений, в которых участвуют бойцы любого возраста, гарантированы. В зависимости от состава группы и индивидуальных предпочтений в инсентив-программу можно включить как христианские праздничные обряды, так и традиции, которые

определяются временем года и сельскохозяйственным календарем. Исторические местные праздники чаще связаны с какой-либо битвой или другим легендарным событием местного или национального масштаба. Изюминкой любой MICE-программы могут стать и традиционные игры, и спортивные состязания. Причем клиенты могут быть как зрителями, так и их активными участниками.

Поймай шайбу лопатой

Национальная игра хорнуссен (hornussen) с трудом поддается описанию — это и лапта, и крикет, и регби одновременно. В Швейцарии ее называют просто «фермерский гольф». Если разобраться, правила игры несложные. Победа отдается той команде, чьи игроки больше сбили летящих снарядов. Сам снаряд внешне похож на хоккейную шайбу, но побольше и потяжелее. В старину их изготавливали из дерева или рога, сейчас – из твердой резины. «Шайбу» посылают в поле с помощью хлыста с деревянным набалдашником («штетен»), а сбивают инструментом вроде громадной лопаты для уборки снега (шиндель). Деревянный шиндель как семейная реликвия нередко передается от отца к сыну. Хорнуссен – игра очень азартная, и мощный заряд бодрости получают не только игроки, но и зрители. Она отлично подходит для тимбилдинга: огромное поле, по 18 игроков в каждой команде, свист «шайб» и мощные выкрики – всё это просто не может оставить безучастным.

Сырная голова своими руками

«С-ы-ы-рр», – восклицал герой знаменитого диснеевского мультфильма Рокфор, почуяв любимый запах. Сами швейцарцы так не реагируют, но сыр обожают и жизни без него не представляют. Первое упоминание о нем относится к I в. н.э. и встречается в записках римского императора Плиния Старшего. Он называет его «сыр гельветов». С веками рецепты и вкусы сыров менялись, появлялись новые сорта, совершенствовались технологии, но в одном швейцарцы остались верны традициям: они по сей день изготавливаются сыры из непастеризованного молока. Мест-

InterContinental в Давосе

В отеле 216 номеров, из которых 23 – класса люкс, спа и оздоровительный центра общей площадью 1,6 тыс. кв. м, где можно поплавать в бассейне, посетить джакузи или сауну, паровую баню и процедурные кабинеты. На верхнем этаже отеля расположены две частные обеденные зоны, два ресторана и два бара. Для деловых встреч созданы конференц- и банкетный зал, рассчитанный на 500 человек, а также семь переговорных комнат, оборудованных всей необходимой техникой и доступом к Интернету.

«Девять из десяти человек любят шоколад, а десятый лжет», – гласит швейцарская народная мудрость



ные сыровары убеждены, что только из этого молока можно получить высококачественный продукт с богатым и сложным вкусом.

Большинство швейцарских сыров относятся к твердым и полутвердым видам. Отчасти это обусловлено географией и климатом: только такие сыры могли долго храниться зимой, когда сообщение между кантонами было затруднено. Торговля замирала, и жителям приходилось питаться имеющимися запасами. Те времена позади, но традиции остались. Большой любовью местных, а также гостей пользуются твердые сыры «Грюйер» (первые упоминания относятся к 1115 г.), «Сбринц» и «Эмменталь». Среди полутвердых предпочтение отдают сырам «Вашрен Фрибуржуа» (изготавливается в кантоне Фрибург), «Аппенцель», «Тильзит» и «Тет-де-Муан». Швейцарцы хранят рецепты сыров и технологии изготовления в строгом секрете, однако есть несколько демонстративных сыроварен, доступ на которые открыт для посетителей. Сыроварня «Эмменталь» – одна из них. Ее площадь – 17 500 кв. м, и расположена она в маленькой деревушке. Там участники группы сами могут попробовать приготовить сыр под руководством опытного мастера. Отличным дополнением программы может стать экскурсия с посещением фермы и прохождение сырной полосы препятствий. После всех приключений можно перекусить в одном из ресторанов с летними террасами, где подают изумительные региональные деликатесы.

Dolce vita по-швейцарски

«Девять из десяти человек любят шоколад, а десятый лжет», – гласит швейцарская народная мудрость. Сложно не согласиться. Впрочем, швейцарцы к хорошему шоколаду привыкают с ранних лет: нередко перекусывать приходится только хлебом и шоколадом. Чем не сладкое детство?!

Правда, готовить шоколад швейцарцы начали не так уж давно – с середины XIX в. При том что в Европе он стал известен еще в начале XVI в. Объяснение этому есть: в Швейцарии всегда были коровы, но не было сахара и бобов для изготовления шоколада. Благодаря новаторским способностям Генри Нестле, который усовершенствовал процесс изготовления, и смелым опытом с молоком Даниэля Петера мы имеем сегодня потрясающий по вкусу молочный шоколад. Именно поэтому местные DMC предлагают множество «шоколадных» экскурсий, в ходе которых можно познакомиться с технологией изготовления сладости и поучаствовать в дегустации.

В качестве идеи для инсентива можно предложить путешествие на шоколадном поезде – совместном детище GoldenPassServices и шоколадной компании Cailler-Nestle. Отправиться можно в пультмановском вагоне «Прекрасной эпохи», винтажном вагоне 1915 г. или современном панорамном вагоне. Поезд отбывает из

Монтре, едет в Грюйер – на родину знаменитого сыра, а дальше направляется в Брок, на шоколадную фабрику Nestle.

Если часы, то непременно Swiss Made

Кстати, сочетание Swiss Made было принято с конца XIX в. и чаще всего красовалось как раз на часах. Именно после этого в большинстве стран стали использовать маркировку «Made in». Некоторые до сих пор убеждены, что именно Швейцария была родоначальницей мировой часовой промышленности. Это не так, даже первые швейцарские мастера были иностранцами. Но что действительно у Швейцарии не отнять, так это изобретение в конце XVIII в. механизма точного хода, который не зависит от земного притяжения. Оно принадлежит местному часовому мастеру Аврааму-Луи Бреге.

Многие местные DMC предлагают специальную программу Geneva Watch Tour, в ходе которой клиенты могут многое узнать о вековых традициях одного из главных швейцарских ремесел. Программа предусматривает посещение не только завода, но и множества бутиков в центре Женевы. В конце концов, покупать часы в Швейцарии тоже становится доброй старей традицией.



INCOTRADE - traditional Swiss Tour Operator
Презентация в России с 1990 года

Полный спектр услуг в Швейцарии:

- организация семинаров, конференций, бизнес встреч
- team building программы
- уникальные инсентив программы

Презентация в Москве:
тел.: (495) 690-41-22 / факс: (495) 697-53-25
e-mail: moscow@incotrade.ch



INCOTRADE LTD
www.incotrade.ch



MICE в кругу старых друзей

Грузия стремительно возвращается на рынок делового туризма.

Подготовил Михаил ШУГАЕВ

MICE в Грузии – близко, недорого, радушно

В последние годы в силу всем известных политических причин Грузия практически исчезла из спектра предложений на российском туррынке. Впрочем, несмотря на ощутимый удар, который был нанесен по местной туристической индустрии прекращением российского турпотока, нельзя сказать, что улочки старого Тбилиси и пляжи Батуми в итоге опустели – на место россиян пришли граждане Украины, Казахстана, Турции, Западной Европы и США.

После прихода к власти в стране нового правительства отношения между нашими странами заметно потеплели, несмотря на продолжающееся отсутствие дипломатических связей. Возобновились полеты из России в Грузию авиакомпаниями S7 Airlines и Air Zena, на полки российских магазинов вернулись долгожданные «Боржоми» и «Саперави». С возобновлением авиасообщения стал резко расти и поток российских туристов в Грузию – и это несмотря на пока что еще очень высокую стоимость авиабилетов. Кроме того, в

этом году в стране уже побывали большие делегации российских туроператоров и журналистов, пишущих о туризме. И наконец, в минувшем июле непродолжительную, но очень насыщенную поездку в Грузию совершили почти два десятка организаторов корпоративных и деловых мероприятий ведущих российских компаний и представителей крупных международных корпораций, таких как Сбербанк, Росгострах, «Данон», «Марriott». Участники ознакомительного тура познакомились с возможностями организации в соседней стране инсентив-туров, конгрессов и деловых встреч. Организовали эту поездку российский туроператор «Мегаполис турс» и его грузинский партнер GTM TRAVEL при поддержке авиакомпании Air Zena и правительства Грузии. Одна из первых за долгие годы ознакомительная поездка потенциальных корпоративных клиентов вызвала большой интерес в журналистских и деловых кругах страны, активно освещалась в СМИ, а РИА «Новости-Грузия» даже провело специальную мультимедийную пресс-конференцию с ее участниками. В ходе поездки участники увидели широкий спектр предложений для деловых туристов: новые отели ведущих мировых

брендов в Тбилиси и Батуми с прекрасно оборудованными конференц-залами, интересно разработанные инсентив-маршруты, включая винные туры по Кахетии, экскурсионные и исторические маршруты по старому Тбилиси и древней столице Грузии Мцхете, всевозможные программы, способствующие развитию «корпоративного духа», включая посещение пещер в районе Кутаиси, горнолыжные программы в Гудаури и Казбеги, сплавы по горным рекам.

Кроме того, деловые мероприятия в стране прекрасно соединяются со всевозможными оздоровительными и спа-программами, например, на знаменитом бальнеокурорте Боржоми или на главном морском курорте страны Батуми. Стоит особо отметить, что Батуми вообще может соперничать с Тбилиси в организации MICE-программ – уже сейчас в его новых отелях, таких Sheraton Batumi или Radisson Blu, проходят конференции и мероприятия самого высокого уровня. Конгресс-возможности курорта дополняют морской субтропический климат, позволяющий проводить деловые встречи здесь и в зимний период, и новейшая туристическая инфраструктура с ресторанами, казино и клубами, ориентированными на современных европейских туристов.

Но, разумеется, не только отличная современная гостиничная база и развитая бизнес-инфраструктура могут привлечь в соседнюю страну корпоративных российских клиентов. Самое главное – что, несмотря на все политические проблемы последних лет, здесь не растеряли традиций великолепного грузинского гостеприимства. Грузинская застолье по-прежнему не имеет себе равных, а кухня и вино великолепны так же, как и раньше. Особо стоит отметить, что в Грузии российские туристы при всем желании не смогут обнаружить даже намека на негативное отношение к себе, а языкового барьера в общении здесь также по-прежнему не существует.

Привлекательной стороной проведения деловых мероприятий и инсентив-программ на территории Грузии является и ценовая политика – стоимость проживания в отелях здесь ниже, чем в Западной Европе, а дополнительные услуги – транспорт, такси, рестораны, экскурсии – вообще обходятся по российским меркам в сущие копейки.

Так что самой крупной частью расходов на организацию деловых программ пока что остается авиаперелет. Правда, в Грузии надеются, что в ближайшее время полеты из России будут осуществляться не только в Тбилиси и Батуми, но и в новый международный аэропорт Кутаиси, что приведет к снижению стоимости авиабилетов.

В последнее время новое правительство страны заявило о возможности возобновления железнодорожного сообщения с Россией через территорию Абхазии, прерванного почти два десятилетия назад.

Грузинский туризм – цифры говорят сами за себя

В прошлом году Грузию посетили более 4,3 млн иностранцев, что на 25% больше, чем в 2011 г. Из них с туристическими целями – 1,4 млн человек. Планы на 2013 г. – увеличить число иностранных туристов на 40%.

Отметим, что только в апреле этого года число российских туристов в Грузии выросло на 50%, украинских – на 80%, польских – на 60%, белорусских на 32%.

По данным Национальной администрации туризма Грузии, в зимний период, как и на протяжении года в целом, большая часть путешественников – 91% – въезжали в Грузию. В частности, из Турции в страну приехали минувшей зимой 359,5 тыс. туристов, из Азербайджана – 208,4 тыс., из Армении – 196,6 тыс., из России – 87,7 тыс., с Украины – 15,9 тыс. Туристы остаются в

Грузии в среднем на девять дней, но этот показатель заметно меняется в зависимости от национальности гостей. Так, туристы из Турции, по статистике, остаются на территории Грузии в среднем четыре дня, а из России – целых 26 дней.

При этом туристическая инфраструктура страны активно развивается – по словам **Дмитрия Кумишвили**, первого заместителя министра экономики и устойчивого развития Грузии, если сейчас доля туризма в ВВП Грузии составляет лишь



Батуми становится курортом мирового уровня

4,5%, то в ближайшее время она должна вырасти до 6,5%, а в дальнейшем – и до 9%. Так, к марту следующего года планируется запустить 360–400 км новых горнолыжных трасс в Сванетии и открыть новый зимний курорт Тетнулди – в этот проект будет инвестировано около \$300 млн.

На Черном море серьезные инвестиции запланированы в создание современного курорта Анаклиа. Компании, желающие инвестировать в этот проект, освобождаются на 10–15 лет от всех налогов, кроме подоходного. Перемены ожидают и хорошо известный россиянам лечебный курорт Цхалтубо в Западной Грузии, где идет активный поиск инвесторов для создания практически новой инфраструктуры.

Бизнес-отели Грузии – выбор есть

В последнее десятилетие гостиничная инфраструктура страны заметно изменилась – сюда пришел целый ряд мировых гостиничных брендов. В 2005–2011 гг. в стране было построено 3755 новых гостиничных номеров, рассчитанных на 1,3 млн постояльцев в год. Если в 2005 г. в стране было всего 250 гостиниц, то сейчас – уже более 600, большинство из которых расположены в Тбилиси и Батуми.

Среди флагманов тбилисской гостиничной индустрии – Sheraton Metekhi Palace, Tbilisi Marriott, Courtyard by Marriott, Radisson Blu Iveria, Citadines, Holiday Inn. В центре Батуми, рядом со впечатляющим 200-метровым небоскребом Технологического университета, расположился отель Radisson, дальше на набережной возвышается башня Sheraton Batumi, неподалеку ведется строительство отеля Hyatt. В ближайшие три года в стране должны появиться еще пять новых отелей под международными брендами. Кроме того, в районе Старого Тбилиси и в Батуми открылось множество небольших частных бутик-отелей и гостевых домов с очень привлекательными ценами. При этом эксперты отмечают, что гостиниц среднего ценового сегмента в стране еще недостаточно.

Более
4,3 млн
иностранцев
посетили Грузию
в прошлом году



В Грузию пришли международные гостиничные бренды — Sheraton, Marriott, Radisson, Holiday Inn

Как отмечает одна из участниц ознакомительного тура **Анна Сидоренко**, директор глобального офиса продаж компании Marriott в России, грузинское направление очень перспективно для всех категорий деловых путешественников. Так, для групп бизнес-туристов очень удобно размещение в отеле Courtyard Tbilisi, который расположен в самом центре города на площади Свободы. Он обладает отличными конференц-возможностями. В частности, здесь есть Grand Ball room, в которой можно разместить 350–370 человек. Если группа большая или есть необходимость разделить рядовых сотрудников и руководство, то их можно разместить в двух соседних отелях сети.

Находящийся в пяти минутах ходьбы от Courtyard Tbilisi и чуть более дорогой отель Marriott Tbilisi, расположенный на центральном проспекте Руставели, особо интересен тем, что был открыт почти столет назад и является настоящей легендой Тбилиси, в нем всё пропитано историей. Отметим, что в ближайшие три года в стране появится еще не меньше пяти отелей мировых брендов, предназначенных для деловых туристов. Так, совсем недавно компания Carlson Rezidor Hotel Group представила проект нового тбилисского отеля Park Inn by Radisson Rustaveli средней ценовой категории на 200 номеров. Современный Park Inn by Radisson Rustaveli будет расположен в деловом центре города на проспекте Руставели в реконструированном здании почты, прямо напротив знаменитого Radisson Blu Iveria. В отеле предусмотрена оборудованная зона для мероприятий, включающая конференц-зал, комнаты для переговоров и бизнес-лаундж.

Екатерина Никитина, руководитель департамента деловых поездок и MICE-мероприятий компании «Мегаполис турс»: – Интерес к Грузии как к направлению корпоративного туризма возник у нас достаточно неожиданно. Весной к нам обратилась одна из крупных российских компаний с просьбой провести в Грузии деловое мероприятие. А так как у нас на тот момент не было никаких контактов с турфирмами соседней страны, мы стали искать, кто бы мог помочь нам, и нам посоветовали обратиться к недавно созданному туроператору GTM TRAVEL. Так началось наше сотрудничество, и вскоре родилась идея устроить ознакомительную поездку для представителей крупных российских компаний, которая прошла очень успешно.

Несмотря на то, что российский рынок корпоративного и бизнес-туризма уже вполне сложился, предложения Грузии по этим видам пока мало известны в нашей стране. Конечно, старшее поколение прекрасно помнит Грузию по фильмам и собственным поездкам, знает о потрясающем грузинском гостеприимстве, о великолепной природе и культуре страны. Но для отечественных бизнес-туристов Грузия – своего рода новый тренд. При этом мы очень надеемся, что это направление получит очень большой спрос среди наших заказчиков. Ведь Грузия – очень интересная страна, и очень жаль, что столько лет она была закрыта для российского бизнеса. А между тем у нее есть все те аспекты, которые наиболее важны для корпоративных бизнес-путешественников.

Корпоративный бизнес – это очень интересное, но и очень непростое направление. Работать на нем достаточно сложно, потому что бизнес-клиенту требуются не только интересные

программы, но и особый уровень сервиса. И очень приятно, что в Грузии он несомненно есть. Так, я была приятно поражена обслуживанием на борту авиакомпании Air Zena. Что же касается увиденных нами отелей, то их стандарт также полностью соответствует «звездам». Конференц-возможности Тбилиси и Батуми тоже приятно удивили.

Малхаз Чинчилакашвили, директор принимающего туроператора GTM TRAVEL:

– Мы – молодая туристическая компания, вышедшая на рынок лишь минувшей весной. Однако в нашем каталоге уже сейчас есть множество экскурсионных, гастрономических, паломнических, оздоровительных и спортивных программ, ориентированных на российского туриста. Что же касается MICE, то мы с самого начала решили, что бизнес-туризму будем уделять особое внимание, поскольку именно этот сектор сегодня – один из самых быстро развивающихся и прибыльных во всем мире.

Наша страна стала одним из самых излюбленных мест для проведения конференций, деловых встреч и инсентив-программ представителей бизнес-сообществ Западной Европы, Украины, Турции. И мы бы очень хотели, чтобы в их числе достойное место заняли и корпоративные клиенты из соседней России.

Главная цель, которую мы поставили, организуя ознакомительный тур, – предоставить максимум информации о MICE-возможностях Грузии. Кроме того, мы хотели бы, чтобы наши гости получили удовольствие от нашей кухни, нашей природы, наших памятников старины. И конечно, нам было очень важно донести, что Грузия – абсолютно безопасная страна, где не запирают двери автомобилей, практически нет уличной преступности, отсутствует коррупция.

После этой поездки мы будем переписываться, общаться и постараемся сделать максимум для того, чтобы организовать корпоративные встречи и конференции в нашей стране на самом высоком уровне. Конечно, это всё делается постепенно, не за один-два месяца. Это долгий и трудный путь, но мы постараемся достойно его пройти.



И работа, и отдых в Грузии будут в удовольствие



«Кому надоел Лондон, тому надоела жизнь», – говаривал классик и был прав. Лондон настолько многогранен и интересен, что описать его невозможно ни в одной статье, ни в многотомном путеводителе. Можно просто указать, на что стоит обратить внимание в первую очередь тем, кто попал сюда в первый раз, и чему можно подивиться тем, кто ездит сюда регулярно.

Подготовила Александра ЗАГЕР

Дышать духами и туманами

Олимпийское наследие

Прогулявшись по хорошо знакомым с детства по книгам и учебникам английского языка местам – Трафальгурской площади, Вестминстерскому аббатству, Даунинг-стрит, Тауэру, Гайд-парку, можно и нужно познакомиться с тем, что появилось в Лондоне совсем недавно, но обещает стать столь же знакомым и любимым его жителями и гостями. Летняя Олимпиада, прошедшая в прошлом году в городе, не могла не наложить на него свой отпечаток. Так, Олимпийский парк имени королевы Елизаветы открылся в Стратфорде 27 июля 2013 г., в день годовщины проведения церемонии открытия. Размеры парка точно соответствуют году его открытия – в нем 2013 акров.

В парке будет сосредоточено всё лучшее, что может предложить британская столица, включая цветущие парки и красивые каналы, новые жилые районы, первоклассные спортивные сооружения и развлекательные заведения. Парк будет концептуально разделен на две территории – речная долина на севере и городская часть площадью 50 акров на юге. В Северном парке будет центр для любителей природы и игровая площадка, а Южная площадь станет идеальным местом для проведения разнообразных мероприятий.

На земле и под землей

Тем, кто исходит Лондон вдоль и поперек, будет интересно взглянуть на него сверху или, наоборот, походить по городским подземельям.

На южном берегу Темзы в районе Ламберт стоит гигантское колесо обозрения The London Eye. С высоты 45-этажного дома, или 135 метров, можно рассматривать Лондон вплоть до самых отдаленных его уголков. Все 32 кабинки колеса (по числу пригородов Лондона) закрыты и оборудованы кондиционерами. Каждая кабинка способна принять до 25 пассажиров. Скорость

у колеса небольшая – 26 сантиметров в секунду, но достаточная, чтобы, с одной стороны, всё в подробностях рассмотреть, а с другой – успеть спокойно залезть и вылезти из кабинки. Полный оборот занимает где-то полчаса. Колесо останавливается только для того, чтобы могли войти и выйти пожилые люди и инвалиды. Те, кто предпочитает большую свободу передвижения на высоте, могут посетить недавно открывшийся небоскреб – смотровую площадку Shard. Вернее, полное название – The View from the Shard («Виды с небоскреба Шард»). Смотровая площадка небоскреба – самая высокая в Западной Европе. На ней есть специальные телескопы, которые нужно просто навести на интересующий вас объект и получить всю информацию о нем. В меню телескопов есть и русский язык. Увидеть Лондон таким, каким он видится с верхней смотровой площадки здания, раньше можно было только с вертолета.

New London Dungeon (Новые лондонские подземелья)

В марте 2013 г. в подвалах здания County Hall на южном берегу Темзы, недалеко от колеса обозрения The London Eye, открылась новая, более крупная, смелая и интересная экспозиция Лондонских подземелий. Новая достопримечательность стоимостью несколько миллионов фунтов стерлингов оживила 1000-летнюю историю Лондона: здесь и живые выступления талантливых и уникальных актеров, и жутковато веселые шоу с потрясающими спецэффектами, и леденящие душу сюрпризы, и захватывающие дух аттракционы.

Сходить в New London Dungeon – это всё равно что совершить путешествие сквозь многовековую историю Лондона начиная с XI столетия.

Новые шоу и аттракционы здесь еще более эффектные, сценарии – еще интереснее, театральные костюмы – еще более разнообразные и стильные, а злодеи и негодяи в исполнении талантливых актеров пугающе достоверны.

London & Partners – организация, отвечающая за продвижение Лондона на мировом туристическом рынке. Кроме того, компания занимается организацией туров, экскурсий и различных мероприятий в городе. Более подробная информация – на сайте www.londonandpartners.com



Знаменитое колесо обозрения
The London Eye

Шопинг как искусство

Даже впервые оказавшиеся в Лондоне туристы знают названия самых популярных торговых улиц – Оксфорд-стрит и Риджен-стрит, где можно найти как магазины популярных сетевых брендов, так и небольшие лавочки с вещами авторской работы. Однако ими шопинг в Лондоне отнюдь не исчерпывается. Например, в мае здесь прошел Soho Flea Market – уличный рынок в Сохо. В уникальном мероприятии приняли участие мастера, артисты, дизайнеры модной одежды и ювелирных изделий, кинорежиссеры и музыканты. Историческая часть улицы Dean Street была закрыта для проезда транспорта и отдана в распоряжение творческих людей, которые выставили на продажу свои изделия.

Здесь же, в Сохо, находится знаменитая Карнаби-стрит. В 1960-х гг. улица была и музыкальной, и торговой меккой. И сегодня Карнаби-стрит остается популярным торговым центром, ведь она расположена в самом сердце лондонского Уэст-Энда, где в пределах 13 улиц представлено более 150 магазинов модной одежды, независимых магазинов, уникальных бутиков и 40 престижных ресторанов.

Любителям рок-н-ролла будет интересно сходить в Vault – музей рок-н-ролла и магазин, где продаются уникальные футболки, диски и сувениры. Посещение музея, как правило, совмещают с походом в знаменитое Hard Rock Cafe London, что находится на улице Old Park Lane с 1971 г. и обладает уникальной коллекцией предметов, связанных с миром рок-н-ролла.

Театры и мюзиклы

Лондон – это еще и театральная столица, если не мира, то Европы уж точно. Широкое распространение английского языка в мире позволяет туристам смотреть спектакли и в драматических театрах города, коих множество, но наибольшей популярностью пользуются здесь мюзиклы. «Призрак оперы», «Король лев», «Билли Элиот» не сходят с британских подмостков уже не первый год и идут при этом с неизменным аншлагами.

Royal Opera House (Королевский оперный театр) – с него и стоит начать знакомство с театральным Лондоном. Театр получил свое название по району города, где он находится, Ковент-Гарден. Это музыкальный театр, где идут как всемирно известные спектакли типа «Лебединого озера» и «Тоски», так и современные постановки.

Современное здание театра – третье по счету, расположенное на этом месте. Оно было построено в 1858 г. и подверглось кардинальной реконструкции в 1990-е.

Этим летом в репертуаре представлены классические и новые оперы, включая эффектную постановку «Симон Боканегра» Верди и британскую премьеру замечательной вельской оперы Джеральда Барри «Как важно быть серьезным».



Театр «Глобус» выглядит точно так же, как во времена Шекспира

Любителей балета ждет мировая премьера балета Уэйна Макгрегора «Девушка-ворон», а в июле и августе здесь гастролировала балетная труппа Большого театра.

Если на спектакль попасть не получится, можно просто сходить на экскурсию по театру, для этого нужно просто зайти на сайт Royal Opera House www.roh.org.uk, выбрать удобное для экскурсии время и купить билет. Во время экскурсии показывают не только зрительскую, но и закулисную часть театра, рассказывают его весьма любопытную историю.

О существовании театра «Глобус» знает любой человек, знакомый с творчеством Уильяма Шекспира. К сожалению, театр времен великого драматурга не сохранился, его уничтожил пожар еще в 1666 г. Но недалеко от того места, где он когда-то стоял, в 1997 г. построили его точную копию, и с тех пор там идут спектакли. Интересно, что партер у этого театра строго стоячий, сидеть можно только на ярусах, но туда и билеты дороже. Помимо спектаклей в театре проводят экскурсии и образовательные туры. Билеты на все мероприятия можно заказать на сайте театра «Глобус» <http://www.shakespearesglobe.com>.

По следам Шерлока Холмса и доктора Ватсона

С Лондоном связано много исторических и литературных персонажей, но самый популярный, любимый и почитаемый, наверное, Шерлок Холмс. Толпа посетителей на знаменитую Бейкер-стрит не ослабевает, посещаемость музея-квартиры великого сыщика, которого никогда не существовало, сравнима с посещаемостью многих крупных мировых музеев. Однако теперь в городе появилось много новых маршрутов, тоже связанных с Шерлоком Холмсом, но уже тем, который покорил XXI в. Сериал телекомпании BBC Sherlock, состоящий пока всего-то из шести серий, приобрел небывалую армию поклонников, многие из которых специально приезжают в Лондон, чтобы побродить по тем же улицам, что и гений сыска XXI в.

Даже тем, кто не является ярким поклонником сериала, наверняка интересно будет взглянуть на места, где его снимали. Маршрут можно построить или по сериям, перемещаясь последовательно по тем местам, где были герои, или просто обойти самые знаковые для них места.

Без сомнения, самым популярным местом является вход в знаменитую квартиру с табличкой 221b. На самом деле снимают дом по адресу 187 North Gower Street, табличку на котором на время съемок заменяют на 221b. Для того чтобы туда попасть, надо проехать до станции метро «Юстон сквер» и пройти чуть вперед.

По соседству расположено и любимое кафе героев – Speedy safe, это настоящее кафе, для съемок там обновили интерьер, так что, попав туда, можно почувствовать себя героем фильма. New Scotland Yard – самое что ни на есть настоящее полицейское управление, посмотреть на него можно по адресу: 10 Broadway Westminster, станция метро «Ст-Джеймс Парк». Полицейское управление находится ровно напротив выхода из метро.

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

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD

2013

17 номинаций

Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

www.mice-award.ru

Открытое онлайн голосование
до 15 сентября 2013 года

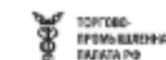
Церемония награждения
2 октября 2013 г.



Дополнительная информация:

Екатерина Тынянова
тел. (495) 723-72-72, award@tourbus.ru

УЧРЕДИТЕЛИ ПРОЕКТА:



ОРГАНИЗАТОР:

ОФИЦИАЛЬНЫЙ
ЗАГРУБЕЖНЫЙ ПАРТНЕР:

ОФИЦИАЛЬНЫЙ
ВЫСТАВОЧНЫЙ ПАРТНЕР: