

Ренессанс®
страхование



Вас ждут дальние страны и неизведанные маршруты, романтика морей и величие гор, ритм больших городов и скромное обаяние провинциальных улочек.

В любой стране мира, на любом маршруте мы заботимся о вас и всегда готовы помочь в трудную минуту.

Формула путешествия®

8 800 333 8 800

www.renins.com

BUSINESS TRAVEL

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ

12+



Символ успеха

24 | Легких заказов не бывает

28 | Приключения бизнесмена в Москве

46 | Швейцария умеет удивлять



Mitt

Встречи. Контакты. Бизнес.

21-я Московская международная выставка ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ

19–22 марта 2014
Москва, ЦВК «Экспоцентр»

MITT - это:

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

Получите электронный билет на выставку на сайте:

www.mitt.ru



Российский форум индустрии встреч



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 получат возможность встретиться со специалистами по организации деловых встреч, конференций и семинаров, инсентив-мероприятий, выставок в любой точке земного шара.

Генеральный спонсор форума:



Партнеры форума:



Организатор выставки и форума:



Организатор форума:



При поддержке:

Генеральный медиа партнер:



Информационные партнеры:



BUSINESS TRAVEL

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ
ИСТРИЧ ■ ИНСЕНТИВ ■ КОНФЕРЕНЦИИ ■ ВЫСТАВКИ
СЕНТЯБРЬ — ОКТЯБРЬ 2013 #9-10 (73)

Главный редактор: Александра Загер
a.zager@tourbus.ru

Бильд-редактор: Юлия Калашникова
Корреспонденты: Элеонора Арефьева
Андрей Барановский
Саадат Кадырова
Софья Константинова
Владимир Сергачев
Анна Юрьева

Художник: Владислав Суворегин
Фото на обложке: Михаил Тимонин
Фото в номере: Александр Сайганов
Борис Палтусов
Алексей Пелевин
Сергей Сергеев

Отпечатано в России
Тираж: 9000 экз.

Редакция журнала «Business Travel/
Международный деловой туризм»

Адрес редакции: Суворовская пл., д. 2, стр. 3
Почтовый адрес: 107031, Москва, а/я 32
Тел./факс: (495) 723-72-72
Интернет: www.bt-magazine.ru

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

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

Учредитель: ООО «Турбизнес»
Издатель: ООО ИД «Турбизнес»



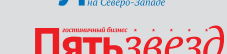
Генеральный директор ИД «Турбизнес»:
Иван Калашников

Исполнительный директор:
Ольга Мальцева
Заместители генерального директора:
Елена Борисова
Александр Попов

Отдел рекламы: Ольга Гришина,
Наталья Железова
Анастасия Пшеничная
reclama@tourbus.ru

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

Отдел workshop: Людмила Сивова
Елена Архипова
Кристина Сивова
Евгения Шуманская
workshop@tourbus.ru



©ООО ИД «Турбизнес»

СОДЕРЖАНИЕ

2 НОВОСТИ

В Москве появилось конвеншн-бюро
Юбилейное издание каталога «Россия. Конгресс-услуги»
Гостиничный форум – 2013
Вопрос месяца
Профессионалы столичного туризма получат
«Путеводную звезду»
Что? Когда? Где?

4 ТЕМА НОМЕРА

Russian Business Travel & MICE Award – 2013

14 НОВОСТИ КОМПАНИЙ

16 УГОЛ ЗРЕНИЯ

Юрий САРАПКИН: «Если бы молодость знала,
если бы старость могла...»

17 КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ

Подмосковные вечера

18 СОБЫТИЯ

В столице с успехом прошел Московский
международный форум MITCO-2013
Второй конгресс Всемирной туристской организации UNWTO

20 ВЫСТАВКИ

MIBEXPO-2013

23 ОТЕЛЬ

Новые конференц-залы в Best Western Vega Hotel
& Convention Center
Анастасия МОРОЗОВА: «Легких заказов не бывает»
Елена ЧЕРНЯК: «Слова «нет» для нас не существует!»

27 ВЕСТНИК АБТ

28 ИНСЕНТИВ

Приключения бизнесмена в Москве

30 РЕГИОН

Поволжье переходит от слов к делу

35 БИЗНЕС-ПАРТНЕР

Елизавета НАЗАРЬЕВА: «MITT - Индустрия встреч –
новые возможности для развития делового туризма»

36 ТРАНСПОРТ

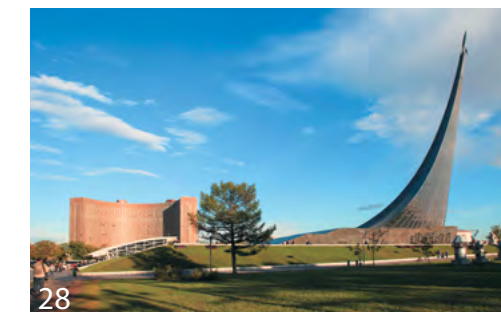
Ищем чартерную перевозку для группы!
JetExpo-2013 и развитие деловой авиации в России

40 НАПРАВЛЕНИЕ

Увидеть Стамбул и...
Мальта. Путешествие со вкусом
Швейцария умеет удивлять

48 ПАУЗА

Дольче вита по-милански



4

24

28

38

46



Ксения БОЙКОВА, генеральный директор АНО «Конгрессно-выставочное бюро города Москвы»

В Москве появилось конвеншн-бюро

О необходимости появления конвеншн-бюро в Москве участники рынка индустрии встреч говорили давно. И вот, наконец планы по его созданию воплотились в жизнь – 27 августа в Москве открылась Автономная некоммерческая организация «Конгрессно-выставочное бюро города Москвы» или Moscow Convention Bureau.

Среди целей и задач, стоящими перед этой организацией, первоочередными являются развитие конгрессно-выставочной отрасли города, привлечение крупных международных мероприятий в Москву, создание «единого окна» для международных и российских инициаторов мероприятий, оказание помощи организаторам в эффективном взаимодействии с городской администрацией, а также развитие бренда Москвы как привлекательного города для проведения конгрессно-выставочных мероприятий. Возглавила бюро Ксения Бойкова (на фото). В 1997 г. окончила Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов, факультет экономики. До 1999 г. работала маркетологом в ОАО «Петмол». С 2007 по 2010 г. являлась директором по развитию и соучредителем ООО «Мономакс конгресс-сервис», где в период руководства компанией было организовано более 500 мероприятий, среди которых I Международный форум «От науки к бизнесу: Международный опыт развития инфраструктуры инновационной деятельности», VI Всероссийский съезд геологов, конференция «Актуальные вопросы гематологии и трансфузиологии»,

VII Всероссийский съезд анестезиологов-реаниматологов, X Национальный Конгресс по болезням органов дыхания, XIV Европейская конференция по биоэнергетике (EBEC2006), VI Европейский конгресс Международной ассоциации геронтологии и гериатрии, 30-я сессия СКАР, 3-я Открытая научная конференция СКАР и МАНК «Полярные исследования – перспективы Арктики и Антарктики в рамках Международного полярного года». В 2007 г. стала сооснователем компании по разработке прикладного программного обеспечения, в том числе для конгрессно-выставочных мероприятий ЗАО «МИТтех» с количеством участников до 10 000 человек. В 2008 г. работала в должности заместителя директора Фонда «Петербургский международный экономический форум», по итогам которого была поощрена почетными грамотами и благодарностями от Президента РФ, ФСО РФ, министра экономического развития РФ, правительства Санкт-Петербурга. Имеет ряд публикаций в прессе на тему развития конгрессно-выставочной деятельности. С 2013 г. возглавляет Автономную некоммерческую организацию «Конгрессно-выставочное бюро города Москвы» в должности генерального директора.

Юбилейное издание каталога «Россия. Конгресс-услуги»



В 2014 г. выйдет десятое, юбилейное, издание каталога «Россия. Конгресс-услуги». Традиционно в каталоге будут представлены ведущие российские гостиницы, конгрессные центры, выставочные комплексы, а также MICE-компании и business travel-агентства. Гостиницы и конгрессные залы будут представлены в каталоге с общей информацией, подробным описанием залов, дополнительных услуг, несколькими фотографиями и контактами. MICE-компании могут быть представлены информационным модулем с описанием видов деятельности, опыта работы и контактами. Вся информация в каталоге дается на русском и английском языках. Каталог распространяется вместе с журналом Business Travel среди корпоративных заказчиков конгрессных услуг, MICE-компаний (5000 адресов), на профильных выставках в России и за рубежом: FITUR (Мадрид), ITB (Берлин), IMEX (Франкфурт), MITT (Москва), MIBEXPO (Москва), WTM (Лондон), EIBTM (Барселона), на специализированных workshop (MICE ANTOP, MICE Forum и др.) и региональных workshop «Турбизнес» в России и странах СНГ, на конференциях WTM Vision и семинарах Travel Business Day.

Дата выхода каталога: **март 2014 г.**

Дополнительная информация: **Анастасия Пшеничная, catalog@tourbus.ru, +7 495 723-72-72.**

Электронную регистрацию можно пройти по адресу <http://www.bt-magazine.ru/mice-catalog.php>

ВОПРОС МЕСЯЦА

Как появление новых технологий повлияло на организацию деловых поездок и MICE-мероприятий?

6%

Кардинально изменило работу

11%

Повлияло, но незначительно

6%

В основном оказало влияние на сектор MICE

78%

Никак не повлияло

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

В Москве прошел Гостиничный форум – 2013

Без развитой гостиничной инфраструктуры невозможно развитие делового туризма. В Москве количество отелей с конгрессными возможностями растет, отвечая требованиям рынка. В октябре состоялся Гостиничный форум, организованный при поддержке Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы.

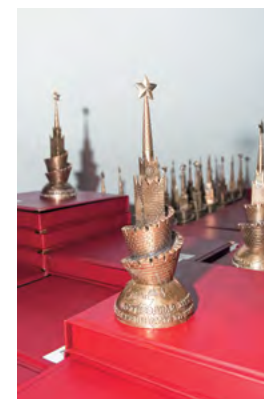
1 октября в рамках Международного гостиничного форума прошли семинары и мастер-классы на площадках выставочного комплекса «Крокус Экспо». Участники форума также получили возможность ознакомиться с лучшими и недавно открытыми гостиницами столицы на экскурсиях, организованных в его рамках.

2 октября финальное обсуждение самых острых отраслевых проблем состоялось на пленарном заседании форума в «Президент-отеле».

Сергей Шпилько, председатель Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы, на пленарном заседании дал характеристику работы гостиничного комплекса города. Он отметил в целом положительную динамику показателей операционной деятельности московских отелей, подчеркнув при этом, что она по-прежнему зависит от фактора сезонности: уровень загрузки падает в периоды снижения бизнес-активности. Сославшись на недавнее исследование компании Jones Lang LaSalle Hotels, глава Москомтуризма заявил, что Москва остается одним из самых приоритетных европейских рынков в плане вложений в гостиничную недвижимость. Благоприятный инвестиционный климат в столице обеспечивает и рост туристских посещений: в прошлом году он впервые превысил пятиллионный рубеж. Сергей Шпилько отметил и рост маломестных средств размещения в столице: хостелов, мини-отелей. Теперь в городе 236 таких объектов, их число выросло более чем вдвое за пять лет. И такой активный рост связан с увеличением числа индивидуальных путешественников в городе. Председатель Москомтуризма коснулся и проблемы введения обязательной классификации гостиниц Москвы. Она должна завершиться к 1 июля 2015 г. – за три года до начала чемпионата мира по футболу, который пройдет в Москве и еще 10 субъектах Федерации, где также к этому сроку вводится обязательная классификация средств размещения. На деловых площадках Гостиничного форума обсуждались и другие важные темы: вопросы операционной деятельности гостиниц, повышение уровня сервиса, продвижение отеля, эффективность рекламных кампаний, управление репутацией отеля на различных интернет-ресурсах.

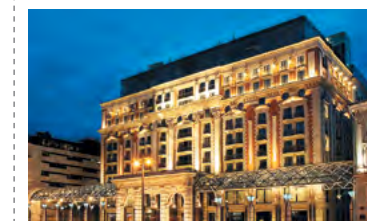


Профессионалы столичного туризма получают «Путеводную звезду»



Торжественная церемония вручения ежегодной профессиональной премии «Путеводная звезда» состоится 3 декабря в гостинице «Балчуг Kempinski». Премия присуждается «За выдающийся вклад в развитие туризма в городе Москве». Высококвалифицированный профессиональный экспертный совет определит победителей в 17 номинациях – внутренний туризм, въездной туризм, выездной туризм, социальный туризм, бизнес-туризм, экскурсионное обслуживание, объекты туристского показа, предприятия общественного питания, подготовка кадров для туристической индустрии, гостиничные предприятия по критериям классификации (3, 4, 5 звезд), специализированные средства размещения (мини-отели, хостелы, мотели и др.), транспортные предприятия, туристские СМИ, туристский интернет-портал (лучший раздел о Москве). Также будут вручены специальные призы и дипломы. Премия была учреждена Комитетом по туризму города Москвы в 1999 г. для повышения качества туристского и экскурсионного сервиса, гостиничного обслуживания, формирования положительного имиджа города как мирового туристского центра, увеличения эффективности рекламно-информационных кампаний и содействия увеличению туристских потоков в Москву.

ЧТО? КОГДА? ГДЕ?



ЧТО: ANTOR MICE Workshop 2014 Workshop посвящен теме организации конференций, инсентив-мероприятий, деловых встреч и другим аспектам делового 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.antormice.com



ЧТО: ITB Berlin ITB Berlin – это крупнейшая международная туристическая выставка. На ITB представлены все сегменты туристической индустрии. В ее рамках можно принять участие в различных семинарах, симпозиумах, встречах с экспертами, круглых столах для прессы и т.д.
ГДЕ: Германия, Берлин
КОГДА: 5–9 марта 2014 г.
WEB: www.itb-berlin.de



ЧТО: MICE Forum 2014 В программу MICE Forum 2014 войдут семинары, посвященные самым актуальным вопросам развития MICE-бизнеса. Участниками MICE Forum будут туроператоры, агентства по бизнес-турам, международные конгресс-центры, организаторы мероприятий, DMC, роскошные курорты и отели.
ГДЕ: Россия, Москва, ТЦ «Тишинка»
КОГДА: 17 марта 2014 г.
WEB: www.miceforum.ru



Уже стало доброй традицией осенью чествовать лучших представителей рынка MICE и делового туризма. Четвертый год подряд именно в это время проводится церемония награждения победителей и лауреатов премии Russian Business Travel & MICE Award. В этом году она прошла в Москве 2 октября в гостинице «Президент-Отель».

Подготовила Александра ЗАГЕР

Russian Business Travel & MICE Award—2013

Russian Business Travel & MICE Award – награда для лучших компаний и предприятий сферы делового туризма и MICE, которую в 2010 г. учредили ТПП РФ, журнал Business Travel и портал conference.ru.

Проект охватывает всех участников рынка делового туризма. В его рамках в 17 номинациях были названы лучшие конгрессные гостиницы в Москве, Санкт-Петербурге и регионах страны, лучшие конгрессные центры, организаторы конференций и инсентив-программ в России и за рубежом, business travel агентства, авиакомпания для бизнес-путешественников, конвеншн-бюро и ряд других компаний. Кроме того, был вручен специальный приз за самый яркий MICE-проект года.

Открытое голосование началось 16 июня, продолжалось три месяца и завершилось за две недели до церемонии награждения. За это время было подано более 90 тысяч голосов, что гораздо больше, чем год назад. Для подведения итогов был сформирован экспертный совет Russian Business Travel & MICE Award. Во главе экспертного совета RBТМА – вице-президент Торгово-промышленной палаты РФ **Александр Михайлович Рыбаков**. Награды победителям вручали: **Сергей Шпилько**, председатель Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы; **Ольга Ярилова**, директор департамента туризма и регионального развития Министерства культуры Российской Федерации; **Евгений Писаревский**, заместитель руководителя Федерального агентства по туризму РФ; **Александр Рыбаков** – вице-президент Торгово-промышленной палаты РФ, председатель эксперт-

ного совета награды; **Ксения Бойкова**, генеральный директор АНО «Конгрессно-выставочное бюро города Москвы»; **Елизавета Назарьева**, директор выставки МПТ и проекта «МПТ–Индустрия встреч»; **Ким Вад-дуп**, президент выставки делового и инсентив-туризма Moscow International MICE Forum; **Геннадий Устинов**, генеральный директор компании «Монолит Капитал Строй»; **Гаянэ Кочерян**, менеджер по закупкам трэвел-услуг компании МТС, член экспертного совета глобальной бизнес-туристической ассоциации GBTA; **Екатерина Кузьмина**, директор департамента массовых видов страхования страховой компании «Группа Ренессанс Страхование»; **Александр Давыдов**, генеральный директор компании «МВКА»; **Алексей Комаров**, генеральный директор компании «АТО-Ивент», издатель журнала «Авиатранспортное обозрение»; **Татьяна Зайцева** из компании TMI; **Сергей Канаев**, вице-председатель Ассоциации национальных туристических организаций России – АНТОР; **Сергей Аримов**, президент Ассоциации содействия туристским технологиям; **Андрей Козяр**, генеральный директор компании «Конференция.Ру».

По традиции ведущими церемонии были профессионалы туристической индустрии: генеральный директор компании Hospitality In. Comm **Елена Лысенкова**, генеральный директор компании «Випсервис» **Дмитрий Горин** и президент группы компаний UTS **Алексей Крылов**. Гостями церемонии стали более 300 руководителей конгрессных отелей, профильных компаний, представители корпоративных заказчиков MICE и business travel услуг.

Учредители награды:
ТПП РФ, журнал Business Travel, интернет-проект Conference.ru

Официальный зарубежный партнер награды:
KMICE by Karavan, Турция

Международный партнер проекта:
World Travel Market

Официальный выставочный партнер награды:
МПТ–Индустрия встреч

Официальный страховый партнер церемонии:
«Группа Ренессанс Страхование»

Официальный партнер награды:
проект MICEDISCOUNT

Официальный технический партнер церемонии:
SKYFOX GROUP



ПОБЕДИТЕЛИ И ЛАУРЕАТЫ RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD 2013

Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 5*

Победитель:

Отель «Ритц Карлтон Москва»

Лауреаты:

Отели Марриотт Ройал Аврора, Марриотт Гранд-отель, Марриотт Тверская
Отель «Балчуг Кемпински Москва»

Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 4*

Победитель:

Гостиница «Дельта» Туристских гостиничных комплексов «Измайлово»

Лауреаты:

Korston Hotel Moscow
«Холидей Инн Москва Суэцкий»

Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 3*

Победитель:

Гостиничный Комплекс «Космос»

Лауреаты:

РУСОТЕЛЬ
ТГК «Бета»

Лучшая конгрессная гостиница С.-Петербурга

Победитель:

Отель «Астория»

Лауреаты:

AZIMUT Отель Санкт-Петербург
Radisson Royal Отель,
Санкт-Петербург

Лучшая региональная конгрессная гостиница

Победитель:

Отель «Жемчужина» (г. Сочи)

Лауреаты:

Отель Vostok (г. Тюмень)
Парк-Отель «Воздвиженское»
(Московская область)

Лучшая гостиничная сеть для деловых мероприятий

Победитель:

AZIMUT Hotels

Лауреаты:

Rixos Hotels
HELIPARK Hotels & Resorts

Лучший конгрессный центр России

Победитель:

Конгресс-центр, Центр Международной Торговли (г. Москва)

Лауреаты:

ЗАО «Крокс Экспо» (г. Краснодар)
Туристический многофункциональный комплекс «ГРИНН» (г. Орел)

Лучший организатор конференций в России

Победитель:

Компания Infor-Media Conferences

Лауреаты:

Компания GCS Business Group
Компания «Юнифест»

Лучший организатор конференций за рубежом

Победитель:

Компания «Юнифест»

Лауреаты:

Компания PAC GROUP
Компания BTS

Лучший организатор инсентив-программ в России

Победитель:

Компания Demlink Travel

Лауреаты:

Компания «Волга-тур»
Компания «Самараинтур»

Лучший организатор инсентив-программ за рубежом

Победитель:

Компания PAC GROUP

Лауреаты:

Компания KMP Group
Компания ADA-Symposium

Лучшее BUSINESS TRAVEL АГЕНТСТВО

Победитель:

Компания CITY TRAVEL

Лауреаты:

Компания IBC Corporate Travel
Компания Zelenski Corporate Travel
Solutions-Egencia Russia (ZCTS)

За инновации и лучшие креативные концепции в деловых мероприятиях

Победитель:

Компания Event Platform

Лауреаты:

Компания «Идеалтур»
Компания UTS Group

САМОЕ ДИНАМИЧНОЕ BUSINESS TRAVEL АГЕНТСТВО

Победитель:

Агентство «Авиа Центр»

Лауреаты:

Компания IBC Corporate Travel
Компания Aerotone Business Travel

Лучшая авиакомпания для бизнес-путешественников

Победитель:

Авиакомпания «Трансаэро»

Лауреаты:

Авиакомпания Emirates
Авиакомпания Lufthansa German Airlines
Авиакомпания Turkish Airlines

Лучший национальный офис по туризму или конвеншн-бюро в сфере продвижения MICE

Победитель:

Городское туристско-информационное бюро Санкт-Петербурга

Лауреаты:

«Ярославское Конвеншн Бюро»
Visit USA

Лучшая онлайн-система бронирования для бизнес-путешественников

Победитель:

UTS 24

Лауреаты:

Bronevik.com
Portbilet.ru

СПЕЦИАЛЬНАЯ НАГРАДА «САМЫЙ ЯРКИЙ MICE-ПРОЕКТ ГОДА»

Победитель:

Компания MахіMICE



Формула успешного проекта*

*от MaxiMICE - обладателя премий за лучшие проекты по итогам конкурсов Russian Business Travel & MICE Award-2013 и Golden Puzzle'2013

- любовь к своей работе
- заинтересованность в успехе клиента
- бесстрашие и профессионализм
- командность и драйв
- надёжные поставщики
- уникальный технологический процесс
- собственный креатив
- безупречная логистика

www.maximice.ru

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



Александр РЫБАКОВ,
вице-президент Торгово-промышленной палаты РФ, глава экспертного совета
Russian Business Travel & MICE Award – 2013

Уважаемые коллеги, друзья! Я рад, что с каждым годом интерес к премии Russian Business Travel & MICE растет, это значит, что рынок MICE и делового туризма в нашей стране набирает обороты. Ежегодно количество участников этого профессионального соревнования увеличивается, появляются все новые компании, желающие таким образом заявить о себе и получить объективную оценку своей работы в виде голосов, которые клиенты отдают тем или иным компаниям.

Очень важно, что в процессе выбора лучших из лучших в области MICE и делового туризма принимают активное участие корпоративные клиенты. Активность их растет, а борьба становится все более и более напряженной. Если еще два года назад за номинантов было подано порядка 47 тысяч голосов, то в этом году цифра почти удвоилась и достигла 90 тысяч голосов. Если в начале пути количество номинаций колебалось, они добавлялись и выбивались, то теперь у нас есть 17 основных номинаций, что позволяет отметить всех участников рынка индустрии встреч. Также экспертный совет и оргкомитет премии оставил за собой право вручать награды в дополнительной номинации.

Так, в этом году впервые была вручена награда за «Самый яркий MICE-проект года». Мы всегда уделяли внимание достижениям в сфере инноваций и продолжим это делать впредь.

Наша задача – замечать и отмечать все новации и достижения на рынке, а также максимально способствовать его дальнейшему росту и развитию.

Теймураз ГЕТИЯ,
член совета директоров Georgian Tourism Marketing

Я впервые посетил торжественную церемонию вручения профессиональной премии в области делового туризма Russian Business Travel & MICE Award в качестве гостя и был приятно поражен уровнем организации и составом участников.

Считаю, что для профессионалов этого сегмента туристического рынка данная премия является прекрасным стимулом для новых достижений, повышения качества предлагаемых услуг, предложения новых нестандартных решений. Среди номинантов и лауреатов премии – действительно лучшие компании и организации в области делового туризма и MICE, что говорит о высоком авторитете этой премии.

Такая область туризма, как бизнес-путешествия и MICE, является одним из приоритетов для нашей компании, тем более что мы видим значительный интерес среди наших российских партнеров к Грузии, и поэтому для себя мы приняли решение серьезно подумать об участии в Russian Business Travel & MICE Award–2014 уже не как гости, а в каком-либо ином качестве.



Иван КАЛАШНИКОВ,
генеральный директор
ИД «Турбизнес»

Вручение награды Russian Business Travel & MICE Award прошло уже в четвертый раз. Это свидетельство успеха нашего общего проекта. Оценка «четыре» означает «хорошо». Но я бы оценил результаты нашего конкурса на «отлично». Ведь проект очень активно поддержала российская туристическая индустрия. Специалисты делового туризма всей России – Москвы, Петербурга, региональных центров, крупных и небольших городов страны – в четвертый раз активно выбирали лучших представителей бизнес-сообщества.

Секрет популярности проекта Russian Business Travel & MICE Award прост: наша награда – с одной стороны, приз зрительских симпатий, а с другой – своего рода «Оскар» MICE-индустрии. И приз так дорог победителям, потому что это выбор прежде всего их клиентов. В туристическом бизнесе в целом и в сегменте делового туризма в частности важны не только количественные характеристики: число бизнес-туристов, размер групп, количество проведенных мероприятий или дальность перелетов. Самое главное здесь – отношение к клиентам, готовность помочь в любой ситуации, доброжелательность, обученность, профессиональное гостеприимство. Судя по количеству поданных голосов, клиентам есть за что сказать «спасибо» тем, кто помогает им в организации деловых поездок. При выборе победителей четвертой награды Russian Business Travel & MICE Award за компаниями-номинантами было подано более 90 тысяч голосов, что гораздо больше, чем год назад. Голосование проходило по 17 основным номинациям. В этом году впервые был назван «Самый яркий MICE-проект года». Это новая внеконкурсная номинация нашей награды.

Вручение награды Russian Business Travel & MICE Award прошло уже в четвертый раз. Это свидетельство успеха нашего общего проекта. Оценка «четыре» означает «хорошо». Но я бы оценил результаты нашего конкурса на «отлично». Ведь проект очень активно поддержала российская туристическая индустрия. Специалисты делового туризма всей России – Москвы, Петербурга, региональных центров, крупных и небольших городов страны – в четвертый раз активно выбирали лучших представителей бизнес-сообщества.

Секрет популярности проекта Russian Business Travel & MICE Award прост: наша награда – с одной стороны, приз зрительских симпатий, а с другой – своего рода «Оскар» MICE-индустрии. И приз так дорог победителям, потому что это выбор прежде всего их клиентов. В туристическом бизнесе в целом и в сегменте делового туризма в частности важны не только количественные характеристики: число бизнес-туристов, размер групп, количество проведенных мероприятий или дальность перелетов. Самое главное здесь – отношение к клиентам, готовность помочь в любой ситуации, доброжелательность, обученность, профессиональное гостеприимство. Судя по количеству поданных голосов, клиентам есть за что сказать «спасибо» тем, кто помогает им в организации деловых поездок. При выборе победителей четвертой награды Russian Business Travel & MICE Award за компаниями-номинантами было подано более 90 тысяч голосов, что гораздо больше, чем год назад. Голосование проходило по 17 основным номинациям. В этом году впервые был назван «Самый яркий MICE-проект года». Это новая внеконкурсная номинация нашей награды.

Андрей КОЗЯР,
генеральный директор
компании «Конференция.Ру»

Мне приятно отметить значительный рост числа проголосовавших за номинантов премии Russian Business Travel & MICE Award в этом году. Помимо свидетельства роста интереса к нашей премии это говорит о том, что рынок MICE и делового туризма, рынок индустрии встреч растет с каждым годом.

В этом году изменилось место проведения торжественной церемонии награждения премией Russian Business Travel & MICE Award – впервые она прошла в киноконцертном зале гостиницы «Президент-Отель». Однако, как и год, и два, и три назад, церемония являлась площадкой для встреч и общения участников рынка MICE и между собой, и с корпоративными клиентами, и с представителями профильных отраслевых государственных структур.

Ближайшие изменения коснутся сайта награды www.mice-award.ru, где изменится дизайн и появится возможность размещать видеоролики.

Оргкомитет премии Russian Business Travel & MICE Award всегда открыт для любых партнерских отношений, которые позволят сделать премию еще интереснее, ярче и насыщеннее.



ДЕМЛИНК
ТУРИСТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ

WWW.DEMLINK.RU

Office 1, 1st Smolensky Pereulok 24,
Moscow, Russia, 121099
Phone: + 7 (495) 797-54-00, 252-00-32
Fax: + 7 (495) 797-94-00, 252-00-31
E-mail: info@demlink.ru

Офис 1, 1-й Смоленский переулок, 24
Москва, 121099, Россия
Телефон: + 7 (495) 797-64-00, 252-00-32
Факс: + 7 (495) 797-94-00, 252-00-31
E-mail: info@demlink.ru

КОРПОРАТИВНЫЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ УСЛУГИ ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА



DEMLINK MICE



DEMLINK ONLINE



DEMLINK PEOPLE



DEMLINK CLUB



DEMLINK MONEY



19



20



21



22



23



24



25



26



27



28



29



30

Фотографии на страницах 6-7 и 10

1. Председатель Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы Сергей ШПИЛЬКО приветствует гостей церемонии
2. Великолепное трио ведущих – Алексей КРЫЛОВ, Елена ЛЫСЕНКОВА, Дмитрий ГОРИН
3. Обладатель специального приза за самый яркий MICE-проект года – компания MaxiMICE, с наградой – генеральный директор компании Елена МЕЛЬНИКОВА
4. Директор департамента туризма и региональной политики Министерства культуры РФ Ольга ЯРИЛОВА
5. Команда лучшего конгрессного центра России – Конгресс-центр «Центр международной торговли», с призом – директор центра Вера ИОНОВА
6. Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 4* – «Дельта» Туристских гостиничных комплексов «Измайлово». С наградой – генеральный директор Алексей ВОРОБЬЕВ
7. Заместитель руководителя Федерального агентства по туризму РФ Евгений ПИСАРЕВСКИЙ
8. «Демлинк» – лучший организатор инсентив-программ в России. Председатель совета директоров Олег ШАБУЦКИЙ и генеральный директор Виктор КУПРИН
9. Директор по маркетингу компании UTS Group Владимир ДЕМИН, руководитель проекта UTS24 Ирина ЮЗОВА, генеральный директор компании Event Platform Олег КРЮЧКОВ
10. Вице-президент ТПП РФ, председатель экспертного совета награды Александр РЫБАКОВ
11. Команда лучшего организатора конференций в России – компании Infor-Media. С призом – управляющий директор Наталья ИСАКОВА
12. Исполнительный директор UniFest Travel Глеб БАРОН, руководитель департамента по организации семинаров и выставок UniFest Travel Анна ОЛЕХЕЙКО, MICE & Congress директор UniFest Travel Дмитрий МАРЬИН
13. Заместитель начальника отдела планирования и координации специальных проектов департамента туризма и региональной политики Министерства культуры РФ Андрей РАМЕЕВ, генеральный директор ИД «Турбизнес» Иван КАЛАШНИКОВ, генеральный директор компании RCS Сергей ШАНЬГИН, директор департамента туризма и региональной политики Министерства культуры РФ Ольга ЯРИЛОВА и генеральный директор компании «Конференция. Ру» Андрей КОЗЯР
14. Екатерина КУЗЬМИНОВА, директор департамента массовых видов страхования группы «Ренессанс страхование»
15. Юлия МАНУЙЛОВА, генеральный менеджер лучшего business travel агентства компании CITY TRAVEL
16. Мария РЫЖКОВА, директор Московского представительства Rocco Forte Hotels, Маргарита ДЕРГАЧЕВА, заместитель директора по продажам и маркетингу, Московское представительство Rocco Forte Hotels
17. Президент Выставки делового и инсентив-туризма, Moscow International MICE Forum, Kim VADUP вручает приз лучшему организатору инсентив-программ в России
18. Юлия ПИЛИПЧУК, отдел стратегического планирования Городского туристско-информационного бюро Санкт-Петербурга – лучшего национального офиса по туризму в сфере продвижения MICE
19. Генеральный директор гостиницы «Жемчужина» – лучшей региональной конгрессной гостиницы, Виктор ТАБАЧКОВ
20. Первый заместитель генерального директора авиакомпании «Трансаэро» – лучшей авиакомпании для бизнес-путешественников, Дмитрий СТОЛЯРОВ
21. Лауреаты премии компания «Волга-тур» и Ярославское конвеншн-бюро
22. Заместитель генерального директора, коммерческий директор ОАО «ГК «Космос» – лучшей конгрессной гостиницы Москвы категории 3* Елена МАНЕВИЧ
23. Сергей БОГАЧЕВ, генеральный директор агентства «Авиа Центр» – самого динамичного business travel агентства, Екатерина КУЗЬМИНОВА, директор департамента массовых видов страхования группы «Ренессанс страхование»
24. Компания GCS Business Group, в центре – генеральный директор Яна ЛУБКОВСКАЯ
25. Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 5* – отель «Ритц Карлтон Москва». С призом – директор по продажам Алена КОСТЕНКО
26. Иван КАЛАШНИКОВ и генеральный директор АНО «Конгрессно-выставочное бюро города Москвы» Ксения БОЙКОВА
27. Руководитель отдела по работе с корпоративными клиентами компании PAC GROUP Светлана НАУМОВА и Татьяна ЗАЙЦЕВА, компания TMI
28. Руководитель проекта UTS24 – лучшей онлайн-системы бронирования для бизнес-путешественников Ирина ЮЗОВА
29. Елена ГУБАРЕВА, исполнительный директор «Американской компании путешествий»
30. Команда AZIMUT Hotels – лучшей гостиничной сети для деловых мероприятий. С наградой – глава департамента коммуникаций сети AZIMUT Hotels Анна ПОВЕРЕННОВА

www.zhem.ru

Новогодний тур
в *Мелитусине!*
Сочи

Главному снеговому другу!

- * новогодний банкет
- * опохмел-бранч
- * экскурсии
- * подарки

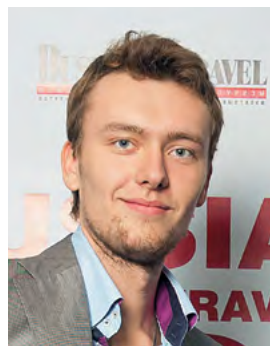
г. Сочи, ул. Черноморская, 3
8-800-200-12-88
+7 (862) 266-11-88

WiFi free



Глеб БАРОН,
исполнительный директор
компании UniFest Travel

Прошла четвертая церемония вручения премии Russian Business Travel & MICE Award. Премия стала в хорошем смысле обыденной, т.е. из амбициозного, пилотного проекта она превратилась в часть жизни индустрии, без которой октябрь уже сложно представить. Business travel и MICE как направление появились только в девяностые годы. Поэтому возникла ситуация, когда образовался большой рынок, в нем заняты десятки тысяч людей, появились устойчивые игроки, и при этом нет общепринятых традиций и инструментов коммуникации. А одной из важных составляющих складывающегося рынка являются инструменты обмена информации между игроками, позволяющие отслеживать развитие рынка, best practices и определение критериев успеха и лидерства. И премия стала одним из таких инструментов и традиций. В этом смысле ее трудно переоценить. Кроме того, видно, что премия стала более посещаемой и объединяет год от года все большее количество профессионалов. В этом смысле замена площадки в этом году только украсила ее. Хочется пожелать, чтобы в следующие годы премия объединила весь рынок. К сожалению, сегодня еще есть крупные игроки, которые в ней не номинируются. Поэтому я бы посоветовал еще больше формализовать критерии выбора и увеличить прозрачность определения лауреатов и победителей. В заключение хочу поблагодарить всех организаторов за то важное дело, которое они делают, и поздравить победителей и лауреатов.



Дмитрий ШАНЬГИН,
руководитель проекта MICEDISCOUNT

Впервые проект MICEDISCOUNT выступил в качестве не номинанта премии, а ее партнера. В 2012 г. MICEDISCOUNT стал лауреатом MICE AWARD в номинации «За инновации и лучшие креативные концепции в деловых мероприятиях», что стало для нас признанием профессионального MICE-сообщества, что проект состоялся и стал реальным помощником для всех, кто хочет не только качественно провести мероприятие, но и оптимизировать свои расходы. В этом году мы решили поддержать столь значимый для отрасли проект, как MICE AWARD, желая в первую очередь подчеркнуть, что MICEDISCOUNT не внутрикорпоративный проект одной компании, а общий рабочий инструмент для всех номинантов премии и тех, кто пока не принимает в ней участия. Вторая задача, как можно больше популяризировать премию, т.к. она с каждым годом набирает вес, что подтверждают 90 тысяч голосов в поддержку номинантов, и быть ее партнером не менее престижно, чем стать ее победителем.

Джек Hotelbook на Острове сокровищ



Четвертого октября в ресторане «Террин» компания «Хотелбук-Сервис» устроила праздничный ужин для своих клиентов, приуроченный к окончанию акции «Остров сокровищ». В программу вечера вошел кулинарный мастер-класс, подведение итогов акции и вручение призов победителям. На протяжении шести месяцев менеджеры более 60 туристических агентств боролись за главный приз, бронируя отели и услуги и зарабатывая заветные пиратские «пиастры-баллы». В итоге на победном пьедестале оказались представители десяти агентств. Все победители акции получили ценные призы и подарки, а «главному пирату» достался iPad mini.

Вечер в ресторане «Террин» прошел в приятной атмосфере партнерского общения. Акция «Остров сокровищ» никого не оставила равнодушным.

Кто что сказал

Софья Бордун, «Вип Корпорейт Трэвел»: «Хочу выразить благодарность отделу маркетинга компании «Хотелбук-Сервис» за эту акцию. Сначала я даже не обратила внимание на «Остров сокровищ», но потом решила попробовать забронировать Россию, так как самые высокие баллы давали именно за нее. И мне так понравилось! Я ведь раньше вообще не воспринимала Hotelbook в качестве поставщика по российским отелям, а сейчас постоянно бронирую Россию в Hotelbook и коллегам советую».

Ирина Старостина, «S7 Билет»: «В лице «Хотелбук-Сервис» мы нашли очень надежных партнеров. И самое главное для нашего бизнеса – с ними можно хорошо зарабатывать!»

Елена Мелихова, «АЭРОТУР»: «Одной из отличительных черт компании «Хотелбук-Сервис» является то, что они всегда прислушиваются к своим партнерам и добавляют все новые и новые сервисы по нашим просьбам».

Анастасия Беляева, «ИнтерПарес Тревел»: «Hotelbook выполнит запрос любой сложности!»

Иван Кирсенков, заместитель генерального директора компании «Хотелбук-Сервис»: «Коллеги, спасибо вам огромное за то, что с таким энтузиазмом участвовали в нашей акции. Успех – это дело командное. И это касается не только внутренней корпоративной культуры. Все мы, помогая друг другу, растем и развиваемся в бизнесе».

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

Авиа Центр
РАБОТАТЬ С ПРОФЕССИОНАЛАМИ

ОРГАНИЗАЦИЯ КОРПОРАТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ:
направление · концепция, идея · транспорт · размещение · оборудование · обслуживающий персонал · PR · инспекция · менеджмент и логистика

ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЛОВЫХ ПОЕЗДОК:
авиа и ж/д билеты · гостиницы · визовая поддержка · транспорт · бизнес авиация · VIP обслуживание и индивидуальные поездки

ОПТИМИЗАЦИЯ РАСХОДОВ И КОНТРОЛЬ БЮДЖЕТА:
следование тревел-политике · 2D/3D соглашения · соглашение об уровне предоставления услуг (SLA) · программы лояльности и бонусные программы · специальные предложения · отчеты по минимизации затрат, статистические, аналитические отчеты

www.a-ctr.ru

MaxiMICE

Новые достижения в сфере Business Event



Компания MaxiMICE по итогам сезона 2012/2013 получила сразу две значимые награды: специальный приз Russian Business Travel & MICE Award за «Самый яркий MICE-проект года» и звание победителя в номинации «Лучшее деловое мероприятие» в конкурсе event-проектов «Золотой пазл».

2 октября в Москве в гостинице «Президент-Отель» был объявлен победитель в специальной номинации «Самый яркий MICE-проект года» в рамках премии Russian Business Travel & MICE Award. Им стал проект, реализованный полностью как в логистической части,

так и по креативу компанией MaxiMICE, – цикловая конференция и тимбилдинг для компании Nestle «Выполняя и побеждай».

Победителя определил экспертный совет, в который вошли представители ведущих российских и международных компаний – крупных заказчиков услуг business travel и MICE и организаторы награды Russian Business Travel & MICE Award.

Профессионалы признали событие, организованное MaxiMICE, самым креативным и инновационным. Стоит отметить, что и реализовано оно было на высшем уровне, также как и множество других эвентов, проведенных MaxiMICE. В их числе и событие, отмеченное премией «Золотой пазл» как «Лучшее деловое мероприятие», – 43-я Генеральная Ассамблея Ассоциации Центров международной торговли. Это масштабное событие проходило в Москве и Санкт-Петербурге и собрало членов ТПП и представителей WTC (ЦМТ) со всего мира.

JTB Russia

Утонченный MICE от компании JTB Russia



Осень – жаркая пора для MICE-отрасли: организация конференций, планирование новогодних корпоративных мероприятий. Все эти непростые задачи необходимо решать в режиме нон-стоп. Поэтому ведущий игрок MICE-рынка компания JTB Russia решила порадовать и отвлечь от серых будней своих клиентов французской вечеринкой «Шарм, шик, манифик». Уютное французское бистро «Жан-Жак», расположенное в Столешниковом переулке, благодаря своей атмосфере и интерьеру перенесло участников вечера из Москвы в Париж. Под звуки аккордеона гости вечера насладились изысканной французской кухней и вином, прошли тренинг по улиткам и лягушачьим лапкам вместе с поваром из шоу «Адская кухня» Юлией Романовой. Самым активным участникам достались интересные подарки с символикой бренда JTB Russia, а также ваучеры на проживание в отелях Sofitel Paris Arc de Triomphe 5* и JW Marriott Cannes 5*. Прекрасным завершением вечера стало выступление певицы, исполнившей живую легендарные песни Эдит Пиаф. Компания JTB Russia уделяет особое внимание организации и деталям, поэтому любое мероприятие обретает особый шарм и шик. Видео- и фотоотчеты можно посмотреть на сайте www.jtbrussia.com.

UTS

UTS начинает играть в гольф по-крупному



Очень насыщенными получились последние два месяца в холдинге UTS Group. В начале сентября компания выиграла event-премию «Золотой пазл» в номинации «Лучший тимбилдинг-проект». На выставке HR&Trainings UTS предложила своим потенциальным клиентам

окунуться в новогоднюю атмосферу и представила концепции праздничных программ по организации и проведению корпоративных мероприятий. А буквально через два дня престижная премия Russian Business Travel & MICE Award 2013 за «Лучшую систему онлайн-бронирования для деловых путешественников» досталась сервису UTS24. Все эти яркие события наглядно продемонстрировали успехи компании в работе с корпоративными клиентами по абсолютно разным направлениям. Казалось бы, после этих побед удивить рынок уже нечем. Но в UTS считают по-другому.

После заключения партнерского соглашения с мировым информационным изданием Golf Digest в начале года компания UTS провела ряд крупных совместных гольф-турниров для своих партнеров. Эффект был потрясающим, так как выездное соревнование – это уникальная площадка для отдыха, развития партнерских отношений, спорта и потрясающего туристического сервиса.

Очередным крупным турниром стал Golf Digest Valencia Cup 2013, который состоялся в Испании в октябре. Чемпионат собрал внушительную аудиторию гольфистов и гостей. Только в официальной заявке было представлено более 70 участников!

UTS продолжит свою традицию, и уже сейчас для клиентов и партнеров планируется проведение серии крупных турниров, которые пройдут на великолепных зеленых полях в разных частях света.

ПРИГЛАШЕНИЕ

ПРИГЛАШЕНИЕ
Moscow International MICE Forum
 Московская Международная Выставка Делового и Инcentив Туризма
17 марта 2014
 Москва, Тишинская пл., 1, ТВК «Тишинка»

Участники M.I.C.E. Forum:
 Зарубежные и российские туристические агентства и туроператоры
 Курорты и отели + Круизные компании + Авиалинии + Деловая авиация
 Конгресс- и конференц- и бизнес-центры + OMC + SPA курорты
 Гольф-курорты + Специалисты в выставочном бизнесе

International M.I.C.E. Forum
MOSCOW

Телефон организатора: **+7 495 777-25-77**
 Для посещения мероприятия не забудьте зарегистрироваться на сайте: **www.miceforum.ru**

MICEDISCOUNT

MICEDISCOUNT расширяет географию предложений



Все большую популярность в качестве рабочего инструмента для корпоративных клиентов и менеджеров MICE-агентств приобретает первый в России агрегатор спецпредложений проект WWW.MICEDISCOUNT.RU. За последние три месяца 2013 г. размещенной на сайте информацией воспользовались более 500 только зарегистрированных пользователей, а общее число посетителей превысило 18 тысяч. Самыми востребованными разделами сайта были «Конференц-услуги» и «Тимбилдинг». В настоящее время на сайте размещено около 100 актуальных дисконтных предложений по всем видам услуг для организации деловых и развлекательных мероприятий. Как отмечает руководитель проекта **Дмитрий Шаньгин**, все большую заинтересованность в проекте проявляют регионы. Этот интерес обусловлен в первую очередь возможностями донести до всех игроков MICE-рынка не только оперативную информацию о скидках для корпоративных групп, но и представить свой отель или компанию в качестве потенциального партнера. На сегодняшний день в качестве новых поставщиков на MICEDISCOUNT появились агентство Event Platform, парк-отель «ДРАКИНО», клуб-отель «Велес», «Немчиновка парк», агентство «Квадра», конференц-центр Ярап, агентство TEAMSMART, отель «Чайка». MICEDISCOUNT открыл на сайте новый раздел «Опыт, практика и рекомендации от MICE-профессионалов». Каждый, кто считает себя профессионалом в области организации мероприятий, может обменяться опытом с коллегами, дать рекомендации молодым специалистам, обсудить актуальные темы.



ПОСМОТРИМ?



email: serg@albatros.travel
www.albatros.travel



Юрий САРАПКИН,
независимый эксперт,
член международных отраслевых
ассоциаций

«Если бы молодость знала, если бы старость могла...»

Специалисты индустрии деловых встреч пришли к выводу, что для достижения успеха на отраслевом рынке необходимо знать и понимать поведение его игроков в «поколенческом» смысле слова, то есть профессионально разбираться в культуре потребления и особенностях работы представителей различных поколений, учитывать их потребности и находить к каждой группе свой персонализированный подход. Выводы международных экспертов, в частности Центра изучения выставочной индустрии – CEIR (The Center for Exhibition Industry Research), показывают, что сейчас исследования в сфере поколенческих предпочтений и различий выдвинулись в число центральных и острых тем в индустрии деловых встреч. А конкретно их актуальность связана с грядущей сменой поколений (generational shift) в рабочей силе и возрастной категории бизнес-путешественников. По оценкам специалистов, индустрия встреч в настоящее время находится в состоянии межпоколенного движения. В 2015 г. ожидается, что представители поколений X (возраст 33–46 лет) и Y, или Millennial (возраст 18–32 года), заменят baby-boomers (возраст 47–65 лет) в качестве главной рабочей силы. То есть «бумеры» в массе своей фактически уйдут на пенсию и уступят место более молодым, многочисленным и активным поколениям. В самое ближайшее время 50% деловых путешественников составит поколение Y (Millennial). В принципе, проблема взаимоотношений между поколениями, или конфликт поколений, существовала во все времена. Вообще считают, что проблема отцов и детей (generation gap) является вечным противоречием и универсальной темой человеческой истории. Как же активный и неотвратимый процесс формирования следующих поколений проявляется непосредственно в индустрии деловых встреч? Деловые путешественники «молодеют». В последние годы было принято считать, что это сложившиеся, солидные люди возрастной категории 40–45+. Сейчас можно говорить о возникшем на рынке поколении 30–35+. Теперь они требуют к себе особого тонкого подхода, учета их мнения, их приемов игры, в том числе в ходе деятельности на уровне международных отраслевых ассоциаций (ICCA, MPI, IAPCO и др.). Поколения X и Y хорошо разбираются в современных цифровых технологиях. Гаджеты, социальные сети – их привычная действительность. Они любят общение в виртуальном пространстве и в отличие от бэби-бумеров нередко отдают предпочтение визуальной коммуникации, вебинарам, телеконференциям, а также

гибридным (hybrid) мероприятиям. Они – дети визуальной культуры, их интересует всё визуальное. Однако большинство представителей упомянутых поколений по-прежнему предпочитает общение напрямую, лицом к лицу (face-to-face), ценит возможность видеться на деловых встречах вживую. Поэтому опасность, что в ближайшее время резко нарушится баланс прямых и виртуальных встреч, пока минимальна. Можно заметить, что при выборе места проведения делового мероприятия представители поколения X, как и поколения бумеров, придают большое значение наличию удобных, хорошо оборудованных помещений для неформального общения, переговоров, обучения и т.д. По сравнению с поколением Y они более придирчивы к планировке помещений и уровню их комфорта.

Поколение X более неформально, заинтересовано в обеспечении залами для проведения развлекательных, вечерних, гала-мероприятий на месте проведения конференции и вне его.

Деловые путешественники поколений X и Y предпочитают строгую адаптацию под свой вкус и индивидуализацию, поэтому при планировании и организации делового мероприятия их клиенты нередко сами принимают непосредственное участие в его подготовке.

Происходящие события заставляют и гостиничный бизнес предпринимать дополнительные креативные действия для расширения клиентской базы. Ведь по сравнению с предыдущими поколениями поколение Y не столь сильно привержено к определенной гостиничной цепи или бренду.

Так, например, «Марriott» почти на треть обновляет свои услуги, нацеленные на создание новых универсальных условий для работы и проживания своих «коммуникабельных, объединенных в сеть» гостей – деловых путешественников. Гостиницы цепи внедряют новый проект «Концепция большой комнаты» (Greatroom Concept), который предоставляет хорошую возможность клиенту работать в одиночку или с коллегами прямо в вестибюле гостиницы, а не в своем номере.

Безусловно, «оцифрованное» поколение X и особенно «поколение Сети» Y уделяют большое внимание работе через Facebook, Twitter и другие социальные сети во время участия в различного рода ивентах. Естественно, для них нормой, а не предметом роскоши являются высокоскоростные беспроводные технологии. Таков образ жизни и работы представителей этих поколений. Деловой визит всегда является и общественным, и сугубо личным. Новые поколения деловых путешественников возводят это правило на новый, более креативный уровень.

Подмосковные вечера

Количество площадок для проведения различных тимбилдинговых и инсентив-мероприятий растет в нашей стране с каждым днем, и выбрать иногда бывает довольно сложно. Разумеется, каждый заказ индивидуален и у каждого клиента свои потребности, однако у всякого направления своя характеристика, которая, в итоге помогает определиться с выбором.

Компания CITY TRAVEL, лауреат премии Russian Business Travel & MICE Award–2013 в номинации «Лучшее business travel агентство», решила поделиться своим опытом в организации мероприятий в Подмосковье.

Почему Подмосковье?

- ✓ Большой выбор отелей и пансионатов разных категорий, от трех до пяти «звезд»
- ✓ Широкие возможности для организации культурной программы
- ✓ Удобное географическое положение
- ✓ Транспортная доступность из всех городов России

Варианты проведения мероприятий

Пиратская вечеринка

Поиски сокровища, пиратский сленг, море тельняшек, излюбленный напиток пиратов – мохито, взятие на абордаж соседних столиков и многое другое!
Количество участников: 200 человек

Ледниковый период

Представьте себе холодные склоны нескончаемых гор, лютые морозы, сугробы выше мамонта, пронизывающий ветер, зеркальная гладь айсбергов, вечная мерзлота... 180 век до нашей эры. Команде предстоит бороться за свое выживание в самых тяжелых условиях вечной мерзлоты. Для того чтобы произошло глобальное потепление на планете, льды начали таять, голодные мамонты хоть чуть-чуть подобрели, а белые медведи перестали охотиться за нашими героями, команде необходимо научиться разводить огонь.
Количество участников: 120 человек

Корпоративный детектив

Вчера во время экстренного совещания в обстановке особой секретности, Президент Компании сообщил, что сейф, содержащий жизненно важные материалы, пропал из офиса Компании. Чтобы предотвратить утечку секретной информации, руководство приняло решение найти похищенные материалы собственными силами. Для поиска похищенного сейфа решено отправить на территорию загородного клуба, где предположительно спрятано похищенное, лучших сотрудников Компании. Прибыв на место, участникам предстоит разделиться на несколько команд. Каждой команде необходимо проработать одну из версий преступления. Поиск и анализ улик, а также применение дедуктивного метода позволят командам вычислить злоумышленника, а главное – найти и вернуть похищенное.
Количество участников: 90 человек

Карнавальная ночь

«На часах двенадцать без пяти, Новый год, наверное, в пути...» Гости поднимают бокалы, бьют куранты... Праздник завершает «вьюга радости» – голубой вихрь из шаров наполнит всю танцевальную площадку! Впечатление усиливают бенгальские огни и разрывающиеся шары-хлопушки.
Количество участников: 135 человек



Россия, 115114, Москва, ул. Летниковская, д. 11/10
Тел.: +7 495 510 28 28 – многоканальный. Факс: +7 495 510 28 28
Call center: 8 800 200 66 50 – круглосуточно
www.city-travel.ru

CITY TRAVEL
business travel solutions

На открытии форума выступили исполнительный директор Всемирной туристской организации UNWTO Марсио ФАВИЛЛА и его коллега Иоланда ПЕРДОМО, директор программы аффилированных членов UNWTO. Эксперты напомнили, что в минувшем году впервые мировой турпоток превысил отметку в 1 млрд человек. И туризм во всем мире продолжает активно развиваться: за первое полугодие 2013 г. был зафиксирован 5-процентный рост международных прибытий. По прогнозам, в 2030 г. во всем мире будут путешествовать уже 1,8 млрд человек.

Подготовила Софья КОНСТАНТИНОВА

1,8
млрд человек
во всем мире будут
путешествовать
в 2030 г.



В столице с успехом прошел Московский международный форум МТСО-2013

Серия круглых столов, проводимых в рамках МТСО-2013, началась с обсуждения изменений законодательства в сфере оказания гостиничных услуг. Глава Москомтуризма **Сергей Шпилько** назвал «болевые точки» предстоящей обязательной классификации гостиниц, отметил, что пока система классификации несовершенна, и призвал редакторов сделать ее «гибкой и эффективной», учитывающей все разнообразие представленных на рынке средств размещения. Г-н Шпилько поддержал **Андрея Гаврилова**, советник руководителя Ростуризма. По его мнению, систему классификации нужно изменить, дополнить, в частности, включить в нее такие понятия, как «хостел» и «гостевой дом». Между тем **Наталья Петровская**, член правления Союза хостелов, считает, что необходимо сформировать группу средств размещения, не требующих обязательной классификации (хостелы, капсульные отели), и четко прописать этот момент в законе.

Лана Ключева, старший операционный менеджер компании Wyom plc/Match Services AG, официального агентства по размещению на чемпионате мира по футболу в 2018 г., рассказала о том, как оценивается количество и качество номерного фонда в городах – организаторах ЧМ-2018 и как происходит проверка действующих контрактов с гостиницами и подписание новых контрактов на размещение групп чемпионата. «Гостиничная» тема на форуме сменялась обсуждением туристического потенциала Новой Москвы. «Эту тему нельзя обойти вниманием», – сказал Сергей Шпилько.

«В Новой Москве есть все возможности для развития культурно-познавательного, лечебного, спортивного, экологического, научно-образовательного, конгрессного и агротуризма. На территории Новомосковья – десять гостиниц, ряд спортивных объектов, десятки объектов культурного наследия и военно-исторических мемориалов», – рассказал **Игорь Козлов**, руководитель Управления туризма и реализации госпрограмм Комитета по туризму и гостиничному хозяйству г. Москвы.

На форуме МТСО была затронута еще одна важная тема, касающаяся новых форм и тенденций в экскурсионном обслуживании. Сергей Шпилько отметил, что экскурсионное дело в России имеет славную историю, однако сейчас существует ряд проблем: например, засилье «диких» гидов, не имеющих аккредитации, нехватка специалистов по работе с экскурсионными группами из Китая, Вьетнама и других стран ЮВА и т.д. Глава Москомтуризма также подчеркнул, что постепенно туристический рынок меняется, трансформируется, а турист все больше стремится к индивидуализации, отказываясь от готовых пакетов.

Все это влечет за собой появление новых туристических предложений. В Москве появился целый ряд интересных и необычных экскурсий, например, «Москва с чудинками», «Москва субкультурная», «Москва космическая», «Москва мистическая» и многие другие. Активно развиваются и речные круизы по российской столице, разрабатываются новые интермодальные маршруты. Завершился форум круглым столом, посвященным проблеме городской мультязычной навигации.



Второй конгресс Всемирной туристской организации UNWTO

«Более половины населения во всем мире живут в городах, и с каждым годом все больше людей путешествуют по своей стране и выезжают за рубеж. Городской туризм – это революция XXI века, он развивается очень быстро, так как основные турпотоки идут, конечно, в города. В 2012 г. количество международных туристов впервые в истории туризма превысило один миллиард человек. В первом полугодии этого года мировой турпоток вырос на 5%, при этом Центральная и Восточная Европа продемонстрировала 10-процентный рост выездного турпотока, а Россия – 20-процентный. По нашим прогнозам, международный турпоток по итогам 2013 г. увеличится на 3,8%», – заявил **Марсио Фавилла**, исполнительный директор UNWTO, на открытии в Москве второго конгресса этой организации, посвященного вопросам развития туризма в крупных городах мира. Он рассказал, что в прошлом году UNWTO совместно с 21 городом мира, включая Москву, развернула проект «Города», предполагающий конкретные шаги по развитию туризма в мегаполисах. «По окончании этого проекта мы представим доклад, в котором подведем итоги нашей работы», – сказал г-н Фавилла.

Александр Радьков, руководитель Ростуризма, в своем выступлении также подчеркнул важность развития городского туризма. «В мире становится все больше городов, где туризм является наиболее приоритетной сферой. Туризм играет большую роль в национальной и культурной самобытности, является катализатором экономического прогресса, стимулирует развитие малого и среднего бизнеса и государственно-частного партнерства», – сказал он. Москва как место проведения конгресса Всемирной туристской организации была выбрана неслучайно: Россия является активным членом UNWTO, а российская

Второй конгресс Всемирной туристской организации UNWTO, посвященный городскому туризму, собрал в Москве более 350 российских и зарубежных экспертов.

Подготовила Софья КОНСТАНТИНОВА

столица в короткие сроки сумела выстроить современную инфраструктуру для приема туристов и ежегодно демонстрирует уверенный рост въездного турпотока. По словам **Сергея Шпилько**, председателя Комитета по туризму и гостиничному хозяйству г. Москвы, за последние три года количество международных туристов, прибывших в Москву, увеличилось почти на 1,5 млн, перевалив за 5 млн человек. Согласно проекту программы «Развитие туризма» на 2012–2016 гг., в город планируется ежегодно привлекать более 7 млн туристов. «Наша задача – изменить Москву, сделать так, чтобы она была открытым, толерантным и гостеприимным для туристов городом», – подчеркнул глава Москомтуризма.

В частности, на конгрессе был презентован прототип Madrid Precious Time (буквально «Мадрид – драгоценное время»), разработанный в сотрудничестве с Мадридским офисом по туризму и конгрессам и присоединившимися членами UNWTO. «Мы решили разработать концепцию туристических прототипов, вовлекая в это различные организации. Это первая попытка задать туристские модели для конкретных территорий, которые потом можно воспроизводить в применении к другим турнаправлениям. Первым был создан прототип Madrid Precious Time», – объяснила **Иоланда Пердомо**, директор программы аффилированных членов UNWTO.

Также на мероприятии прошел круглый стол, на котором были представлены туристические возможности российских регионов и инновационные методы в развитии турпродуктов и инфраструктуры. С докладами выступили представители турбизнеса Югры, Вологды, Свердловской и Тульской областей, были презентованы проекты «Москва космическая», «Карта гостя Санкт-Петербурга» и ряд других.

Городской туризм – это революция XXI в., он развивается очень быстро, так как основные турпотоки идут, конечно, в города.



MIBEXPO Russia – 2013

В сентябре в Москве прошла 9-я Международная выставка и конференция по деловому туризму и корпоративным мероприятиям MIBEXPO Russia.

Подготовила Александра ЗАГЕР

В этом году наряду с постоянными участниками – компаниями «Балтма Тур», ТМК «ГРИНН», Asia Adventures, Государственным комплексом «Дворец конгрессов» и др., впервые в выставке приняли участие такие операторы делового туризма, как MyLuxTrip (Германия), Gtura Trip (Польша), Transit Group Limited (Китай).

Отдельно стоит отметить программу «Корпоративный посетитель», которая проходит уже не первый год и нацелена на повышение эффективности посещения выставки корпорантами, т.е. покупателями MICE-услуг. Участие в этой программе позволяет получить ряд значимых привилегий по работе с экспонентами, возможность принять участие в конференции и других деловых мероприятиях выставки.

«Мы представляем здесь Туристический многофункциональный комплекс «ГРИНН» он расположен в Орле и занимает площадь 25 га. В его составе гостиницы, конгресс-холл на 2000 человек, бизнес-центр, 6 ресторанов, 8 кафе и развлекательная зона со спа-центром, боулингом и бильярдом.

Недавно открылся ресторан «Фьюжн», предлагающий четыре кухни мира – украинскую, японскую, американскую и узбекскую», – рассказывает заместитель директора по мероприятиям филиала ЗАО «Корпорация «ГРИНН» Юрий Тычинский.

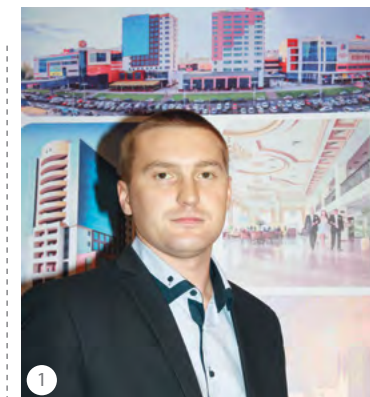
От выставки мы ожидаем общения с целевой аудиторией – MICE-агентствами и тревел-менеджерами, которые будут заинтересованы в нашем продукте. На этой выставке мы принимаем участие второй год. В прошлом году остались довольны результатом, и надеемся, что в этом он будет не хуже, а много лучше прежнего», – отметил он.

«Посетителей достаточно много, однако не все они являются целевой аудиторией для MICE-компаний, – говорит исполнительный директор компании «Балтма Турс» Татьяна Ефимова. – К сожалению, с каждым годом участников на выставке MIBEXPO становится все меньше и меньше. Однако, на мой взгляд, участие в выставке необходимо, чтобы клиенты и партнеры узнавали о наших новинках. Так что для нас это больше имиджевое мероприятие. К выставке мы приурочили выпуск нашего нового каталога – Baltic MICE collection. В этом издании мы объединили все лучшее, что есть, для проведения корпоративных мероприятий любого уровня в Калининграде, в странах Балтии и в Польше. Мы создали удобный инструмент для планирования красивых мероприятий в древнем Кенигсберге и красавице Риге, средневековых Вильнюсе и Таллинне, ганзейском Гданьске и других очаровательных уголках балтийского региона. Добро пожаловать на Балтийское побережье с «Балтма Турс»!

«Мы первый раз участвуем в этой выставке, – говорит Алисия Потакорд, менеджер по организации корпоративных мероприятий компании Gtura Trip. – Пока, к сожалению, не вижу большого интереса со стороны посетителей, они больше ориентированы на массовый туризм. Наша компания специализируется на бизнес-туризме, туризме для групп и индивидуальных гостей на территории Польши и за рубежом, а также владеет отелями и ресторанами самого высокого класса в Закопане. Это отели Litwor, Belvedere Resort&Spa, Czarny Potok, корчма Czarczi Jar, а также отель Ossa Congress&Spa в центральной Польше. Нашей задачей здесь является сломать советский стереотип, что «Польша – не за граница». Польша – интересный регион, где много достопримечательностей и возможностей для проведения деловых мероприятий. Цены у нас исчисляются в польских злотых, а не в евро, что сразу удешевляет все услуги, но никак не сказывается на качестве услуг», – рассказывает Алисия. В рамках выставки прошла 9-я Международная конференция по деловому туризму и корпоративным мероприятиям. Делегаты обсудили тенденции и перспективы развития делового туризма. В фокусе программы были аспекты кросс-культурного общения и межличностных отношений в индустрии встреч, а также актуальная тема роста эксклюзивных услуг сегмента LUXURY в рамках MICE-индустрии. Модератором конференции выступил Юрий Сарапкин – независимый эксперт, действительный член международных организаций MPI, SITE, ACTE. Среди спикеров выступили Анна Горска – генеральный

директор конвеншн-бюро Гданьска/Гданьская туристическая организация, председатель Центрально-европейского отделения ICCA, вице-президент ассоциации MPI Польши; Андрей Крапивной – генеральный директор компании Tour Express; Ольга Лобанова – директор бизнес-направления корпоративного и экскурсионного туризма компании «Волга-тур»; Марко Антонио де Бритто Ломанто – директор по продуктам и направлениям Министерства туризма Бразилии; Эльвира Тарасенко – коммерческий директор GOST Luxury Clubs; Алена Топчеева – генеральный директор Центра кросс-культурного взаимодействия и языкового обучения Diversity World; Ирина Карнаухова – директор по развитию компании «Демлинк»; Татьяна Шабарина – генеральный директор Bonapan, другие эксперты отрасли.

Открывая конференцию, Юрий Сарапкин отметил, что для подавляющего большинства участников рынка индустрии деловых встреч и бизнес-путешествий вопрос целесообразности проведения ежегодных отраслевых международных конференций не вызывает сомнений. Анна Горска в своем выступлении назвала ряд трендов современной индустрии встреч. Среди них лимитированные бюджеты и, как следствие, более короткие мероприятия. В качестве примера они привела Гданьск, где в среднем 90% мероприятий длятся менее трех дней. Другой тренд – внедрение технологических инноваций. Многие мероприятия уже трудно представить без использования гаджетов и мобильных приложений. Тренд, который



1. Заместитель директора по мероприятиям ЗАО «Корпорация «ГРИНН» Юрий ТЫЧИНСКИЙ
2. Исполнительный директор компании «Балтма Турс» Татьяна ЕФИМОВА

Волшебное очарование праздника

ХОЛИДЕЙ ИНН МОСКВА ЛЕСНАЯ
ХОЛИДЕЙ ИНН МОСКВА СУЩЕВСКИЙ

РОЖДЕСТВЕНСКИЕ И НОВОГОДНИЕ ВЕЧЕРА
НОВОЕ МЕНЮ ОТ 3500* РУБЛЕЙ НА ЧЕЛОВЕКА
ПРОЖИВАНИЕ В ДЕНЬ БАНКЕТА ОТ 2600** РУБЛЕЙ

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ
И БРОНИРОВАНИЕ +7 495 783 64 64



STAY YOU

* Не включает 10% вознаграждение за обслуживание.
** Предоставляется при наличии мест, по предварительному запросу, при заказе мероприятия.



Менеджер по организации корпоративных мероприятий компании Grupa Trip Алисия ПОТАКОРД

сложно назвать новым, он, скорее, не теряет своей актуальности много лет – повышение эффективности и отдачи от мероприятия. Все чаще организаторы мероприятий обращают внимание на новые, непривычные для них направления. И это тоже один из трендов отрасли. При организации мероприятий не стоит также забывать о «зеленых технологиях», активности в социальных сетях и безопасности участников. Эти тренды также не новы, но не теряют своей актуальности. Ирина Карнаухова поделилась алгоритмом подготовки и проведения корпоративных поездок и мероприятий, а также рассказала о проблемах взаимоотношений корпоративных клиентов с профессиональными организаторами. В ее докладе был отражен практический опыт работы компании «Демлинк» над корпоративными поездками, схема построения взаимоотношений с клиентами, помощь в работе при использовании клиентских программ компании. Ольга Лобанова рассказала о возможностях и преимуществах деловых поездок по России и, в частности, по Золотому кольцу. Компания «Волга-тур» стала инициатором создания Ярославского конвеншн-бюро, которое помогает всем желающим в организации мероприятий в регионе. Российский продукт может быть таким же интересным, как и зарубежный, здесь тоже можно организовывать интерактивные программы, проводить мастер-классы народных реме-

сел, да и русская кухня вполне подходит для гастрономического туризма. Большой интерес у заказчиков вызывает тематический туризм, например поездки в стиле Back to USSR, сельский туризм (организованный поход за грибами, за ягодами, сенокос и т.д.), промышленный туризм – всем интересно посмотреть, как устроено производство. Андрей Крапивной осветил возможности и особенности корпоративного обслуживания и делового туризма в Латинской Америке. Он отметил рост интереса среди корпоративных клиентов к этому направлению и рассказал о некоторых особенностях работы. Латинская Америка – огромный регион, и необходимо понимать, в какую страну лучше ехать с теми или иными целями. Бразилия, Аргентина, Чили – это страны, где, как правило, проходят крупные выставки, спортивные мероприятия, авиасалоны. В Перу, Боливии и Эквадоре хорошо проводить тимбилдинги, этнографические и экзотические туры. Коста-Рика, Гватемала, Панама, Никарагуа прекрасно подойдут для экотуров. В связи с тем, что в ряд этих стран почти нет прямых рейсов, рекомендуемый размер группы должен быть не более 50 человек, в противном случае логистика будет существенно сложнее. Туристская и гостиничная инфраструктура в этих регионах развита неравномерно, и самостоятельное бронирование отелей и других услуг иногда приводит к печальным последствиям.

ГОСТИНИЦА НОВОТЕЛЬ ШЕРЕМЕТЬЕВО: ЭЛЕГАНТНОСТЬ & ИННОВАЦИИ

СКОРО: ОТКРЫТИЕ НОВЫХ КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛОВ. СПЕШИТЕ БРОНИРОВАТЬ!

Предлагаем Вам полностью оборудованные конференц-залы площадью до 350 м² с естественным освещением, системой кондиционирования и новейшим оборудованием.

tel: +7 (495) 626-59-00
fax: +7 (495) 626-59-05
e-mail: meeting@novotel.ru

NOVOTEL
HOTELS

Бронирование на **novotel.ru** Designed for natural living

GDS CODES: Amadeus: RT MOWNOV Galileo: RT 23814 Sabre: RT 29959 Worldspan: RT NVMOW

Тренды индустрии встреч

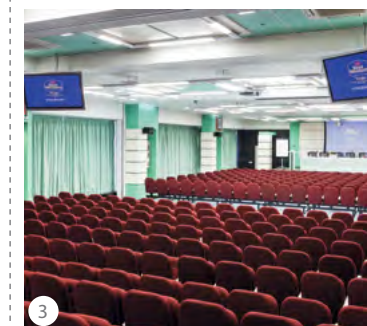
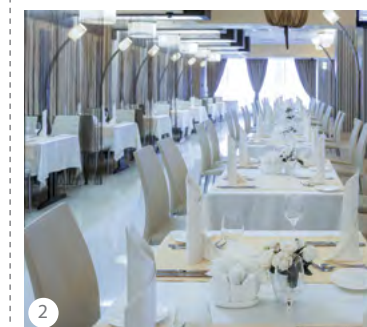
- ✓ Лимитированные бюджеты
- ✓ Малая длительность мероприятий
- ✓ Использование гаджетов и мобильных приложений
- ✓ Повышение эффективности и отдачи от мероприятия
- ✓ Выбор новых направлений
- ✓ Активность в социальных сетях
- ✓ Использование «зеленых» технологий
- ✓ Безопасность

Новые конференц-залы в Best Western Vega Hotel & Convention Center

Прошедшим летом в отеле Best Western Vega Hotel & Convention Center были открыты два новых конференц-зала, таким образом, общее количество залов в отеле выросло до 17, а одновременная вместимость конгресс-центра – до 1250 участников. Журнал Business Travel решил поближе познакомиться с конгресс-центром отеля и узнать, насколько оправданы вложения руководства в расширение конференц-возможностей.

Конгресс-центр отеля Best Western Vega Hotel & Convention Center – это многофункциональный комплекс, состоящий из 17 залов вместимостью от 10 до 470 человек, бизнес-центра, функциональных зон общего назначения. Шесть залов имеют мобильные перегородки, что дает возможность трансформировать их в три больших по площади. Один из таких залов расположен рядом с двумя переговорными комнатами, имеющими сообщение между собой и залом. На территории конгресс-центра находится бизнес-центр, который выполняет функцию мобильного офиса для организаторов, посетителей мероприятий и гостей комплекса. Конгресс-центр имеет просторное лобби, которое может быть использовано как многофункциональная зона для встречи и регистрации посетителей. В лобби отеля расположено информационное табло, на котором ежедневно размещается информация по текущим мероприятиям. Конгресс-центр занимает собственный этаж, отделенный от номерного фонда и находящийся в общественных зонах отеля в непосредственной близости от ресторанного комплекса. Данное расположение является удачным и характеризуется легкой доступностью и изолированностью одновременно, таким образом, для организаторов и гостей мероприятий не создают помех гости, размещающиеся в отеле, равно как и при проведении шумных мероприятий удаленность конгресс-центра от приватной зоны отеля гарантирует покой проживающих гостей. Все залы названы именами великих русских художников и имеют соответствующее оформление, каждый из них имеет свой уникальный дизайн, что является отличительной особенностью конгресс-центра Best Western Vega Hotel & Convention Center. У многих постоянных партнеров отеля есть свои любимые залы, которые бронируются ими из года в год. С приходом новой команды отдела продаж в Best Western Vega Hotel & Convention Center были четко определены приоритеты: увеличение комплексных продаж услуг отеля, изменение портрета гостя в пользу бизнес-туриста, расширение корпоративной клиентской базы отеля. Таким образом, следуя новой стратегии продаж, за период с весны 2012 г. и до настоящего времени в конгресс-

центре отеля произошла масса изменений. В частности, были оптимизированы графики работы и распределение обязанностей среди персонала таким образом, что период работы конгресс-центра увеличился и теперь составляет время с 8 до 22 часов; был изменен документооборот; налажена процедура подготовки мероприятий; расширен ассортимент дополнительных услуг. Тарифы на аренду были скорректированы с учетом рыночных условий, изменилась компоновка дополнительных услуг, входящих в стоимость аренды залов и предоставляемых за дополнительную плату. Все эти меры положительно отразились на лояльности гостей, многие компании, являющиеся долгосрочными партнерами отеля, отмечают, что с конгресс-центром стало удобнее и легче работать. За последний год конгресс-центр принял ряд крупных международных мероприятий различного формата. Клиентоориентированный подход в согласовании параметров мероприятий, внимание к деталям, гибкая ценовая политика, широкий ассортимент услуг, удовлетворение нестандартных пожеланий заказчика – все это позволило конгресс-центру отеля выйти на новый уровень обслуживания. Мультиформатность залов и тщательный подход к организации предоставили возможность проведения на территории конгресс-центра таких мероприятий, как показ детской модной одежды, презентации IT-оборудования, выставки-презентации обуви и одежды, чемпионат по народным танцам, видеоконференции по медицине, образовательные конгрессы и семинары, организация пресс-центра и т.д. Учитывая значительно возросший оборот отеля по конгресс-услугам, обоснованным и понятным становится решение руководства Best Western Vega Hotel & Convention Center увеличить количество залов. Качественное предоставление конференц-услуг позволяет привлечь в отель принципиально нового гостя, что влечет за собой расширение бизнес-сегмента клиентской базы, проведение интернациональных широкоформатных мероприятий ведет к увеличению популярности отеля среди российских и иностранных корпоративных компаний, что, несомненно, положительно сказывается на имидже и доходности отеля и бренда в целом.



1. Фасад Best Western Vega Hotel & Convention Center
2. Банкетный зал «Вега»
3. Конференц-залы «Суриков» и «Васнецов»



Отели «Гамма» и «Дельта» ТК «Измайлово» предлагают эксклюзивные услуги на рынке столичной индустрии деловых встреч. Такими возможностями для проведения мероприятий самого разного формата едва ли может похвастаться какая-либо другая гостиница Москвы. В последнее время эти отели значительно расширили и набор услуг для деловых туристов. Анастасия МОРОЗОВА, коммерческий директор, рассказала о новых MICE-возможностях «Гаммы» и «Дельты» в интервью журналу Business Travel.

Беседовала Элеонора АРЕФЬЕВА

Легких заказов не бывает

Анастасия, летом в «Гамме» и «Дельте» открылись новые конференц-залы. Теперь отели располагают 13 залами для встреч. Расскажите, пожалуйста, о ваших новых предложениях.

Конечно, мы готовились к новому бизнес-сезону, проводили маркетинговые исследования, смотрели, какие залы пользуются наибольшей популярностью. Учили и то, что в «Гамме» и «Дельте» уже было достаточно крупных залов – на 150, 250, 500 человек, а вот небольших залов не хватало. И вот открыли новые залы «Тверь» и «Кострома» – каждый на 40 мест, их можно объединить в один. Они удобны для проведения семинаров, а это очень востребованный формат в Москве. Рядом с этими залами – переговорная комната, где можно вести совещания самого высокого уровня. Все три зала выполнены с учетом самых современных требований дизайнера и технического оснащения. Важно и то, что они выделены в отдель-

Насколько популярен такой формат – выставка в отеле?

Мы пришли к выводу, что презентации, выставки сейчас очень востребованы. Наши клиенты заказывают то выставку группы товаров, то оборудования, конгресс ветеринаров использовал наши выставочные площадки для демонстрации своих разработок. Пространство выставочного зала мы можем «застроить» в соответствии с требованиями заказчика – это могут быть павильоны, выставочные стенды, презентационные подиумы. Важно и то, что к этому выставочному залу прилегает своя общественная зона – с гардеробом, местом для проведения кофе-брейков. Такая автономность от гостиницы позволяет нам загружать зал даже поздним вечером: у нас, например, проводят различные конкурсы танцевальные школы, и они, как правило, заканчиваются ночью. К нам также обращаются и с нестандартными заказами. Одним из недавних таких заказов является запрос на проведение выставки шиншилл, например.

Были ли в вашем портфолио другие необычные запросы?

Мы обратили внимание на то, что многие автодилеры и производители любят проводить тест-драйвы, демонстрировать свою продукцию. У нас комфортабельная стоянка и со стороны «Гаммы», и со стороны «Дельты» – с очень качественным покрытием, высоким уровнем безопасности, прекрасным освещением в темное время суток, и мы этими преимуществами не замедлили воспользоваться. Несколько компаний у нас уже провели тест-драйвы, причем сначала они, как правило, арендуют залы для семинаров, потом участники выходят на стоянку, где уже оценивают возможности автомобилей. С недавней выставки во Франкфурте мы привезли

Реклама

заказ, который также предусматривает использование наших парковок – на этот раз на них предполагается выставка техники.

Насколько сложны в исполнении подобные заказы – такие, которые выходят за рамки обычного?

Сейчас, на мой взгляд, легких заказов не бывает. Любая компания, помимо индивидуального подхода, хочет четкого тайминга, особой расстановки мебели, интересного меню кофе-брейков, дополнительных услуг. Коллектив нашего конференц-центра всегда готов выполнить самые сложные пожелания заказчиков. Мы разработали новое, весьма разнообразное меню, дали возможность гостям комбинировать, выбирать тот набор блюд, который их больше устраивает. Требования к техническому оснащению конференц-залов растут постоянно. Мы обновили технику в залах «Москва 1», «Москва 2», которые вмещают до 500 участников. Техническое переоснащение – дорогостоящий процесс, но заниматься этим необходимо, чтобы соответствовать требованиям времени.

Как вы изучаете мнения гостей, как узнаете, каких перемен они хотят?

Около года у нас работает guest-relation менеджер, в задачи которого входит изучение мнения гостей. И, конечно, нам очень помогает анкетирование. Должна сказать, что требования гостей меняются постоянно, и мы стараемся на эти изменения как можно быстрее реагировать. Мы достаточно давно предложили услугу «шведский стол» на все виды питания, не только на завтрак. На обед и ужин мы готовы принять гостей без предварительного бронирования – это при том, что у нас в двух отелях 2000 номеров и мы работаем с высокой загрузкой. А с 7 октября ввели новую услугу – VIP-завтрак, причем он не намного дороже обычного завтрака. Эта услуга введена по пожеланиям гостей: многие наши бизнес-туристы отмечали, что хотели бы видеть на завтраках свежевыжатые соки, много фруктов, испанские и итальянские колбасы, большой выбор мясной нарезки, рыбную гастрономию, шампанское. На этом завтраке представлены кухни разных стран. Конечно, наши соотечественники стали проявлять большее внимание к кулинарной теме, им интересны эксперименты, новинки – отсюда и высокие требования к питанию в гостинице. Заказывают эту услугу и деловые путешественники, у которых очень насыщенный рабочий день. Им порой не удается пообедать, и поэтому они предпочитают более плотный, полноценный завтрак.

Отели «Гамма» и «Дельта» работают в серьезном конкурентном окружении – рядом еще несколько гостиниц холдинга «Измайлово». И вообще

Реклама

конкуренция на московском гостиничном рынке неуклонно растет. Как удается сохранять высокий уровень загрузки, чем, на ваш взгляд, отели привлекают гостей?

Если говорить о наших конкурентных преимуществах, то, по моему мнению, за последние два года мы создали эксклюзивный продукт даже для столицы, которая, бесспорно, не обделена интересными гостиничными предложениями.

Под одной крышей у нас сразу два отеля – 3 и 4*, причем гости трехзвездной гостиницы могут пользоваться всей инфраструктурой «четырёхзвездника». При этом возможности инфраструктуры огромны – это фактически город в городе. У нас есть собственный фитнес-центр, спа-салон, 14 точек питания предлагают огромный выбор: это и вегетарианские блюда, и восточная кухня, и кошерный ресторан, и японский, и пивной. Разумеется, при этом мы предлагаем и традиционную европейскую кухню.

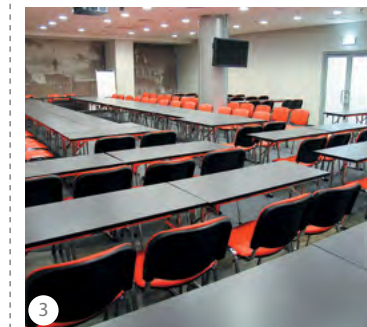
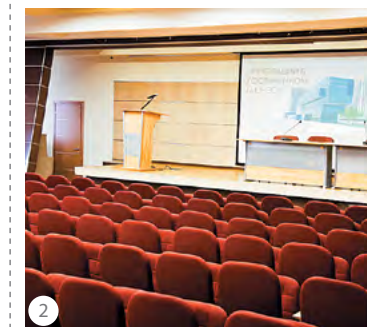
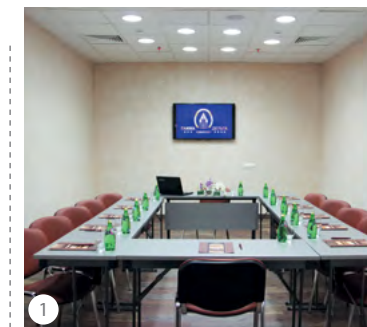
У нас даже гоот-сервис разделен на две части: есть традиционное предложение, есть эксклюзивное меню. Наши гости могут воспользоваться множеством бытовых услуг: прачечной и химчисткой, ремонтом обуви и одежды, услугами мини-маркета, оптикой, аптекой – кажется, мы предусмотрели все, что может понадобиться нашим клиентам. Да, это мелочи, но не забудем аксиому отельера: сервис складывается из мелочей. Мы не забываем про подобные «мелочи» и в номерах: приветственный шоколад, бесплатная бутилированная вода, тапочки в отеле 3*. Благодаря этому мы, думаю, и сохраняем большое число лояльных клиентов: их доля в общем составе клиентов – 35%.

У нас есть различные по стоимости варианты размещения, и это также важное преимущество нашего комплекса: начиная от экономичных номеров в отеле «Гамма» до номеров первой категории в отеле «Дельта», напомню, эта гостиница недавно полностью прошла реновацию.

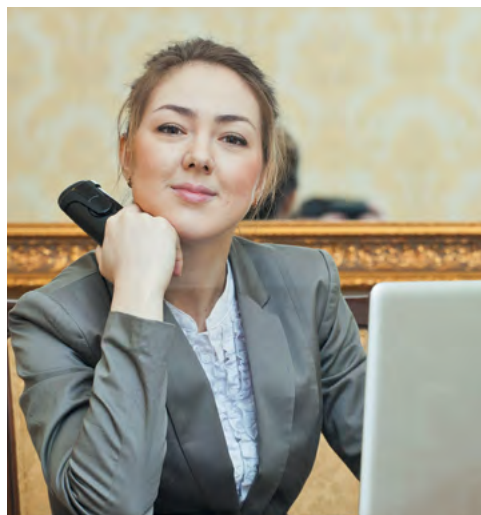
Мы стараемся постоянно меняться к лучшему. К новому бизнес-сезону закончена реновация холла: обновлены мини-магазины – это последние штрихи к работе, которую мы начали еще в прошлом году. И самое главное – в холле, который соединяет «Гамму» и «Дельту», открылся каскад фонтанов. Гости были просто в восторге, мы получили массу восхищенных отзывов.

Реновация номерного фонда у нас практически не останавливается: в следующем году мы заканчиваем реновацию номеров «Гаммы», сейчас половина номерного фонда гостиницы обновлена.

Рейтинги наших отелей неуклонно растут. «Гамму» и «Дельту» знали всегда, но теперь наши гости поняли, что в этих давно знакомых стенах им готовы предложить более высокое качество услуг, и ценят это.



1. Переговорная «Муром»
2. Конференц-зал «Москва 1»
3. Конференц-зал «Суздаль»



Слова «нет» для нас не существует!

Грамотная организация и проведение деловых и корпоративных мероприятий – одна из составляющих успешного развития любой современной компании. Ошибки здесь недопустимы, потому что любая из мелочей – от испорченного микрофона до холодного кофе – способна нанести серьезный ущерб вашему имиджу. Именно поэтому так важен правильный выбор как места проведения мероприятия, так и его организаторов. «Ринг Премьер Отель» предоставляет услуги конференц-сервиса на самом высоком уровне. «Для нас не существует слова «нет», – говорит Елена ЧЕРНЯК, начальник отдела развития и продаж.

Жизнь современной компании немыслима без деловых мероприятий. Ежегодно в мире проводятся сотни тысяч различных презентаций, конференций, семинаров, круглых столов. Когда мы начинали работать, конференц-услуги еще только выходили на региональный рынок. Сейчас данная услуга очень востребована: компании постоянно создают новые продукты и сервисы, которые необходимо продвигать, в том числе и путем презентаций, мастер-классов, тренингов. И одна из профессиональных площадок для этого – «Ринг Премьер Отель». Разумеется, прогресс в направлении развития конференц-услуг в Ярославле очевиден. Мы начали с двух-трех часов аренды конференц-залов, а сейчас предлагаем организацию мероприятий с широким спектром дополнительных сервисов. Наша команда старается предоставить клиентам сервис европейского уровня. Мы обеспечиваем весь комплекс услуг: организацию и проведение деловых и корпоративных встреч, семинаров, презентаций, конференций. Разрабатываем и проводим культурно-развлекательные программы, можем предоставить такие услуги, как кейтеринг, тимбилдинг.

«Ринг Премьер Отель» может предоставить залы для мероприятия любого масштаба?

Это действительно так. К услугам наших гостей несколько залов. Уютный конференц-зал «Лемешев» вместимостью максимум 18 человек будет отличным местом для проведения серьезных бизнес-встреч, частных переговоров, собеседований. Конференц-зал «Утесов» рассчитан на 60 человек, подойдет для проведения семинаров, тренингов, презентаций. И самый большой конференц-зал – «Шаляпин». Торжественный зал вместимостью 120 человек станет отличным местом проведения масштабных форумов, бизнес-конференций, приемов.

Вы сказали, что залы многофункциональны. Залы «Шаляпин» и «Утесов» можно трансформи-

ровать в зависимости от характера мероприятия и пожеланий заказчика. Мы можем сделать как театральную расстановку, если предполагается работа лектора, так и «круглый стол» или «классную комнату» для проведения семинаров. В случае необходимости мы можем освободить зал от мебели, чтобы организовать большое пространство под развивающие и активные тренинги. Можем сделать естественное освещение или, наоборот, затемнить зал, чтобы было удобно просматривать слайды или презентации на экране. Мы стараемся оперативно реагировать на дополнительные просьбы заказчика, которые могут возникнуть во время проведения мероприятия. Есть возможность демонстрации презентаций в любом формате: мы уже неоднократно проводили видеоконференции с использованием Интернета, в том числе и международные. Для проведения мероприятий, требующих серьезного технического оснащения, в нашей команде работают отличные специалисты, обеспечивающие оперативную техническую поддержку.

А если мероприятие предполагает кофе-брейк?

Для участников конференции кофе-брейк – это, прежде всего, возможность неформального общения, обмена мнениями, установления новых деловых контактов. Это, пожалуй, самая распространенная дополнительная услуга при организации конференции. В качестве дополнительных сервисов для организаторов мероприятий мы предлагаем различные формы ресторанного обслуживания: банкет, фуршет, включающие в себя музыкальное сопровождение, профессионального ведущего, диджея, и другое насыщение качественного мероприятия. Самый значительный плюс той услуги, которую мы предоставляем, – в том, что она носит комплексный характер. Преимущество организаторов при проведении деловых мероприятий именно в том, что это организация события по принципу «все включено». Очень удобно арендо-

вать конференц-площадь в отеле именно потому, что мы организуем все «под ключ». Участники собираются на территории отличного презентабельного зала, что сразу повышает статус мероприятия. Мы обеспечиваем клиента качественным ресторанным сервисом прямо на территории гостиницы, если необходимы какие-либо дополнительные услуги – все это можно оперативно решить.

Гости отмечают особую атмосферу в отеле.

Да, зачастую сервис складывается не только из материальных вещей. Очень большую роль для клиента играет ощущение комфорта и доброжелательности. Это создается работой менеджера состава и линейного персонала отеля, который старается сделать любое мероприятие красивым, эффективным и соответствующим времени. Важен и уровень обслуживания, ведь к нам приезжают гости не только из близлежащих городов, но и иностранные партнеры, у которых свои требования, и мы учитываем это в своей работе.

Каковы «изюминки» вашего отеля?

Если мы работаем с заказчиком в летний период, то предлагаем отдых на открытом воздухе. Кейтеринг уже стал одной из самых востребованных и любимых услуг ресторана «Собинов». Мы вывозим гостей на живописные зеленые площадки, где организуем ресторан на природе. Это действительно очень презентабельное и свежее мероприятие, которое всегда надолго остается в памяти гостей! Ну и, конечно, повторю, главный наш плюс – в оказании комплексной услуги. Качественный сервис, соответствующий индивидуальным особенностям каждого нашего клиента, – вот наш ключ к успеху! Клиенты это очень ценят и выбирают именно такой сервис. Безусловно, когда гости и участники остаются довольны выбранным местом проведения мероприятия, уровнем сервиса, самой организацией события, то шансы на дальнейшее успешное развитие бизнеса велики!

Дуайт ЛИНДЕН, HRS: «Стратегическое партнерство с АБТ открывает большие возможности»

Компания HRS.com вышла на российский рынок в конце 2011 года. Как вы оцениваете российский рынок онлайн-бронирования, какие перспективы развития видите в том числе для HRS?

Российский рынок – один из крупнейших и быстро развивающихся в мире. В России огромный выбор отелей, и их персонал активно работает на нашем портале, пользуется различными тарифами, скидками и с удовольствием участвует в рекламных акциях. Кроме того, мы можем предложить уникальные программы возможностей для отелей в небольших городах.

У нас есть все необходимые ресурсы, чтобы укрепиться в Топ-3 компаний, занимающихся бронированием отелей: качественный продукт, большая база и международный опыт.

Что отличает вашу компанию от конкурентов? Какие задачи перед собой ставите?

HRS.com – это компания с 40-летней историей на международном рынке. В нашей базе собрано более 250 тысяч отелей с самым лучшим уровнем сервиса. Компаний, которые могут с нами сотрудничать по этому показателю, – единицы, поэтому мы изначально знаем своих конкурентов и их продукт. Это дает возможность предложить нашим клиентам что-то абсолютно новое.

Для многих компаний-партнеров мы стали практически незаменимым инструментом при организации командировок сотрудников. Вместе с HRS.com спланировать и забронировать бизнес-путешествие стало очень просто. Мы помогаем существенно сократить время и значительно уменьшить издержки, а также наш ресурс предоставляет возможность следить за статистикой бронирований в режиме реального времени. Таким образом, вы четко понимаете, где, когда, какие бронирования были совершены, кто их сделал и какова их стоимость.

Особого внимания заслуживает специальное предложение для крупных корпораций – IntelligentSourcing. HRS.com анализирует поток деловых поездок компании-партнера, подбирает удобные отели, договаривается с ними о сотрудничестве и облегчает документооборот.

В чем состоит специфика работы с бизнес-путешественниками?

Бизнес-путешественники – это особая категория, которая отличается от обычных туристов. В первую очередь, различие касается высоких и низких сезонов. Для деловых

путешественников активное время начинается осенью. Различаются и модели потребления услуг: отличается среднее количество ночей при бронировании и, как следствие, средний чек, приоритеты при выборе отеля.

HRS.com уделяет разработке мобильных сервисов особое внимание. С чем это связано?

Мир становится более мобильным, и в ближайшее время количество выходов в Интернет с мобильных устройств превзойдет выходы через компьютер. По прогнозам HRS.com, в 2014 г. 20% бронирований будет сделано при помощи мобильных устройств. Наше основное мобильное приложение пользуется огромной популярностью, ведь оно позволяет найти и забронировать отель буквально в несколько нажатий!

Сейчас рынок бизнес-бронирования динамично развивается. Как вы повышаете свою конкурентоспособность?

Мы подписали соглашение о стратегическом партнерстве с Ассоциацией Бизнес Туризма (АБТ). Для нас это важный шаг, поскольку мы видим большие перспективы в сотрудничестве с Ассоциацией. В первую очередь, это, конечно, сотрудничество в сфере аттестации отелей. Также мы планируем участвовать вместе с АБТ в образовательных процессах для корпоративных клиентов. У нас есть все возможности: четкое понимание потребности и запросов со стороны компаний, экспертная оценка отелей и большой опыт в сфере делового туризма.

Ваша компания будет принимать участие в программе аттестации АБТ. Как вы оцениваете программу аттестации? Планируете ли в вашей системе специально отмечать отели, прошедшие аттестацию?

Для нас программа аттестации отелей – один из ключевых моментов сотрудничества с АБТ. Мы планируем присваивать на нашем сайте специальный знак отелям, прошедшим аттестацию. Европейский опыт показывает, что гостиницы, отмеченные специальной маркировкой, привлекают гораздо больше корпоративных клиентов, поскольку те особенно внимательно следят за качеством услуг. А благодаря программе аттестации АБТ мы можем гарантировать высочайший уровень сервиса в отелях, прошедших эту процедуру. Еще один секрет нашего успеха – четкое позиционирование и облегчение поиска для корпоративных покупателей.



Директор HRS в России и СНГ Дуайн Линден рассказал в интервью, почему так важно уделять мобильным сервисам особое внимание, чем отличаются бизнес-путешественники от обычных туристов, а также почему так важно вовремя аттестовать отель.

Беседовала Влада СТЕКАНОВА





Приключения бизнесмена в Москве



В Москве, как в любом крупном финансово-деловом центре, преобладает бизнес-туризм. По данным аналитиков, он занимает 65% в общем объеме спроса на размещение в столичных гостиницах. Но это не значит, что инфраструктура познавательного и экскурсионного туризма остается невостребованной. Редкая деловая группа обходится во время своего визита в российскую столицу без параллельной программы.

По делам и не только

Сезонность туристического потока в столицу свидетельствует о том, что Москва была и остается городом, привлекательным преимущественно для бизнесменов. На это реагирует и туристический рынок, создавая, в первую очередь, конференц-инфраструктуру и деловые отели высокого класса и уже во вторую – все, что требуется для отдыха и развлечения. Однако, как говорят эксперты, редкое деловое мероприятие не обходится без дополнительной программы: экскурсионной, развлекательной, познавательной. «Клиенты, которые проводят в Москве деловые мероприятия (конференции, семинары), почти всегда потом организуют развлекательную программу или тимбилдинги», – говорит заместитель директора департамента въездного туризма компании «Демлинк» Светлана Белова. Стоит отметить, что развлекательная программа почти всегда служит дополнением к основной, деловой программе. Как отмечают в агентстве MACHMICE, «московского инсентива» в чистом виде практически не существует. «Чаще всего мы работаем с заказом на какое-либо деловое мероприятие, к которому в до-

полнение требуется еще и социальная программа», – рассказала PR-менеджер департамента по развитию бизнеса Екатерина Гусар.

Московский квест

В последние годы возможности для инсентива в столице расширяются: появляются новые площадки, переформируются традиционные туристические жанры. К примеру, один из популярных в последнее время видов отдыха как для самих москвичей, так и для туристов – пешеходные экскурсии или прогулки по Москве. Из традиционного осмотра ведущих достопримечательностей такие экскурсии превратились в своего рода исторические путешествия по столице, каждое из которых посвящено отдельному району, отдельной теме, отдельному периоду в жизни города. Появляются и совершенно новые форматы: самостоятельные прогулки при помощи приложений для смартфонов, игры и квесты. Расширяются возможности разного рода площадок для проведения мероприятий. Теперь это уже далеко не только рестораны и конференц-залы, но также музеи, выставочные площадки, концертные залы.

Реклама

Новый формат экскурсий, которые теперь также доступны в Москве, – знаменитые красные двухэтажные автобусы Moscow Sightseeing. В таком автобусе можно объехать центр города, взглянув на основные достопримечательности. Поездку сопровождает аудиогид на нужном языке. Как заявляют представители туркомпаний, появление даблдекеров еще на шаг приблизило Москву к тому, чтобы стать одной из европейских столиц туризма.

Наряду с нововведениями популярными и востребованными среди групп бизнес-туристов остаются и традиционные московские достопримечательности. Как отметила руководитель российского отдела компании «Анкор» Елена Шарина, в рамках развлекательной программы такие группы обязательно ездят на обзорную экскурсию по Москве, посещают Кремль, Третьяковскую галерею, Красную площадь, Большой театр, цирковые представления. Если иностранные группы приезжают в Москву впервые, то посещение знаковых достопримечательностей действительно не может не войти в программу, рассказала Екатерина Гусар: «Иностранцы, с которыми мы работаем, – это в основном топ-менеджмент, посещающий московский офис. Также это могут быть зарубежные партнеры клиента. В обоих случаях в качестве must выбираются самые знаменитые и классические достопримечательности и активности – экскурсия в Кремль, посещение Большого театра и т.д.» Для делегатов международных конгрессов также, как правило, подбирается классическая программа с посещением театров, концертов и выставок.

Однако, как рассказала Екатерина Гусар, бывают и исключения. К примеру, тематический инсентив, основанный на российских традициях, кухне, а также интерактивные экскурсии. «Чаще всего в программу входит коктейль или ужин, в зависимости от графика заезда группы, и завершающий торжественный галаужин с выступлением артистов. Процент таких заказов значительно выше», – поделилась эксперт.

По словам Светланы Беловой, в качестве дополнительной программы к деловому мероприятию приезжающие в Москву бизнес-туристы чаще всего проводят торжественные ужины, организуют посещения театральные спектаклей, мюзиклов, экскурсий. Как отмечает эксперт, возможностей найти интересную площадку стало больше: «В Москве появилось много интересных мест, где можно организовать мероприятие. Многие даже неспециализированные заведения активно стали предлагать себя под проведение банкетов и других мероприятий». В качестве примера можно привести Центр фотографии братьев Люмьер, галерею современного искусства

Реклама



подготовлено при поддержке КОМИТЕТА ПО ТУРИЗМУ И ГОСТИНИЧНОМУ ХОЗЯЙСТВУ ГОРОДА МОСКВЫ

«Винзавод». Открывшийся после длительного ремонта Московский планетарий также предлагает использовать свои площадки для проведения мероприятий. Стало много открытых летних площадок для банкетов: TV-tower (площадка перед Останкинской башней), летняя площадка на Водном стадионе и др. Модернизируются столичные парки, в них появляются современные удобные кафе, беспроводной доступ в Интернет. Во многих из них к тому же предлагается интересная экскурсионная программа, например, в парке Царицыно. В «Панда Парке» можно организовать пикник, в парке Горького – различные мастер-классы.

«Мы часто проводим мероприятия в музеях: в Пушкинском, галерее Глазунова, Третьяковской галерее, Музее космонавтики, – рассказала Светлана Белова. – Организовывали конференцию в музее «Булгаковский дом», после чего провели экскурсию на трамвае по булгаковским местам. Отмечу, что там также можно поставить спектакль». По словам Беловой, интересные мероприятия можно провести под землей – в «Бункере 42» на Таганке, на воде – на яхтах «Рэдиссон Ройал», на суше – в ресторане культурного центра «Автомилль» (с музеем ретроавтомобилей), а также высоко в небе – на Останкинской телебашне.

Светлана Белова также рассказала, что совместить конференцию с культурной программой можно в театре или концертном зале. «Мы делали конференцию в Театре Луны, после нее состоялся спектакль только для этой группы. Стоит упомянуть также интересный проект для группы в Архиповском музыкальном салоне. Мероприятие проходило вечером после закрытия салона и сопровождалось концертом классической музыки».

Как отмечает Екатерина Гусар, самый большой объем заказов на проведение мероприятий в Москве обеспечивают встречи, которые крупные компании организуют для региональных дилеров, сотрудников или партнеров: «Приезжают все они на конференции и семинары, реже на тимбилдинги и корпоративные праздники. Достаточно часто они собираются в Подмосковье, минуя столицу, и тогда вся дополнительная активность ограничивается возможностями площадок». В Москве же, как отмечает эксперт, выбор мест культурных и развлекательных, безусловно, широк: «Тут гостей ждут и исторические квесты, и кулинарные мастер-классы, и набирающие всё большую популярность тематические игры (по типу «Мафии»)». Востребовано посещение театров и иных культурных мест. В то же время почти не пользуются спросом программы, связанные с физической активностью (боулинг, керлинг, пейнтбол), недостаточно внимания уделяется гостями и официальным спортивным мероприятиям (турнирам, чемпионатам).



1. Район ВВЦ богат MICE-площадками, здесь и ГК «Космос», и Мемориальный музей космонавтики, и Останкинская телебашня, и сам ВВЦ
2. Останкинская телебашня служит площадкой для мероприятий как на земле, так и над землей
3. «Бункер 42» – площадка с необычной атмосферой

По данным аналитиков, бизнес-туризм занимает 65% в общем объеме спроса на размещение в столичных гостиницах



Поволжье переходит от слов к делу

Российский макрорегион, объединенный близостью к Волге, становится всё популярнее у MICE-туристов и начинает конкурировать за потенциального клиента с Москвой и Петербургом. В этом ему помогают как удобное географическое положение, так и высокая деловая активность, связанная с мегапроектами ближайшего будущего.

Подготовил Влад СЕРГАЧЕВ

По экспертным оценкам, в большинстве областей и республик Поволжья от одной до двух третей от общего объема туристических прибытий приходится на сферу MICE. Особенно это касается крупных деловых центров, к которым в первую очередь следует отнести Казань, Самару, Уфу, Саратов и Нижний Новгород. Однако даже в небольших городах Поволжского федерального округа (ПФО) бизнес-активность растет, а вслед за ней увеличивается и приток деловых туристов.

Точки роста

Регионы Поволжья сильно отличаются друг от друга с точки зрения развитости MICE-туризма и подходящей для него инфраструктуры. Однако здесь имеется несколько дестинаций, которые можно отнести к числу явных лидеров.

Татарстан лидирует не только в экономике, но и в сфере туризма. По данным начальника отдела государственного регулирования и организации туристической деятельности Минэкономки Татарстана **Екатерины Барбановой**, если в 2012-м республику посетили около 2 млн человек, то по итогам 2013-го турпоток возрастет на 15–17% и достигнет 2,3 млн туристов. Уже сейчас денежный оборот туротрасли

Татарстана составляет 6,9 млрд руб., а по итогам пяти месяцев 2013 г. рост, по сравнению с аналогичным периодом годичной давности, достиг 11%.

При этом Казань, по оценке председателя Комитета внешних связей и туризма исполкома города **Ивана Кадошников**, была и остается главной туристической дестинацией республики как для обычных, так и для деловых туристов – на нее приходится до 65% всего турпотока. Причем, как ожидается, бизнес-туристы поедут в Казань как раз после Универсиады: на это очень надеются менеджеры отелей, которые уверены в наличии отложенного (в связи с проведением студенческих игр) спроса.

Надежды эти обоснованы: сейчас Казань располагает одной из самых мощных MICE-инфраструктур в стране. К ней можно отнести не только уже перечисленное в связи с Универсиадой, но и новый конгресс-центр на 2,5 тыс. человек, а также множество объектов, способных проводить деловые мероприятия меньшего масштаба. К примеру, в столице Татарстана имеется около 70 гостиниц, во многих из которых созданы условия для проведения конференций и форумов международного уровня.

В их числе такие сетевые отели, как Park Inn Kazan и Courtyard Marriott Kazan (в каждом по 150 номеров и

конференц-залы вместительностью до 100 человек) или комплекс Korston Hotel&Mall Kazan, в который входят не только отель международного уровня (202 номера), но и офисный и конгрессный центры с многофункциональными залами вместимостью от 50 до 300 человек, бальный зал на 1,2 тыс. гостей, а также большой развлекательный центр. Обладая отличными инфраструктурными возможностями, по данным www.oktogo.ru, Казань уверенно входит в пятерку наиболее популярных для деловых туристических поездок по России городов. И сейчас основная задача властей и местного турбизнеса – «загрузить» те MICE-мощности, которыми город и республика располагают.

«Необходимо усилить работу по привлечению в Казань компаний, проводящих деловые мероприятия, – заявил во время обсуждения планов развития туризма в Татарстане генеральный менеджер Courtyard Marriott Kazan **Камерон Макнейлли**. – Поэтому на уровне города особое внимание стоит уделить маркетингу и развитию делового туризма: надо не только разработать перспективные планы, но и постоянно корректировать их, добиваясь эффективности».

Еще один лидер макрорегиона, Самара, с точки зрения инфраструктуры пока выглядит не так привлекательно. Реконструкция входящего в десятку крупнейших в России авиаузлов аэропорта Курумоч ведется, но даже сами самарцы признают, что по качеству дорог, развитости инфраструктуры и ценам в отелях они казанцам проигрывают. Но выигрывают в другом: Самара очень удачно расположена географически, имеет отличное сообщение с Москвой по рельсам и воздуху, а также располагает профессиональными турфирмами с опытом проведения больших мероприятий сферы MICE. Компания «Самараинтур» располагает собственным департаментом корпоративного обслуживания, который уже выпустил каталог по MICE-возможностям Самарской области и организовал специальный тур по региону для потенциальных заказчиков. Не случайно именно эта компания заслуженно победила в конкурсе Russian Business Travel & MICE Award 2012 в номинации «Лучший организатор ин센сив-программ в России».

Вместе с тем в Самарской области и сейчас есть где организовать деловые мероприятия. Для крупных подходят такие выставочные центры, как ВК им. П.В. Алабина, «Экспо-Волга» и «Экспо-Тольятти». Например, компания «Экспо-Волга» ежегодно проводит 15 крупных выставок, проходящих на площадях одноименного выставочного центра (общая площадь – 8,6 тыс. кв. м, открытые площадки – 3 тыс. кв. м). В их состав входят и конференц-залы с набором сервисных услуг (включая новый на 1,5 тыс. мест). Немногим уступает самарскому и «Экспо-Тольятти»: его общая выставочная площадь составляет 6 тыс. кв. м (открытая площадка – 1 тыс. кв. м).

Однако руководитель областного департамента туризма **Михаил Мальцев** уверен, что Самара все же не хватает современного конгрессно-выставочного центра. «Это один из проектов, который, на мой взгляд, должен быть реализован, – говорит он. – Такой центр будет генерировать поток деловых туристов и позволит максимально загружать городские гостиницы. Это нужно для того, чтобы Самара могла позиционировать себя как один из главных деловых центров Поволжья. Гостиниц, способных предоставлять услуги в сфере MICE, в Самаре и области не так много, однако для существующего турпотока (он составляет около 550 тыс. человек в год) их хватает. В частности, в Самаре имеется более 10 отелей, располагающих конференц-площадками. Например, в Renaissance Samara Hotel – свыше десятка залов (самый большой при рассадке «театр» вмещает 320 человек). Десятью залами вместимостью от 20 до 350 человек располагает Holiday Inn Samara, Ibis hotel – тремя (от 10 до 70 персон), а «Азимут Отель Самара» – четырьмя вместимостью от 12 до 150 человек.

«Возможности по организации деловых мероприятий у нас очень широкие, – говорит руководитель департамента корпоративного обслуживания «Самараинтур» **Сергей Рыжов**. – Отели Renaissance и Ibis находятся рядом, и поэтому можно использовать их инфраструктуру одновременно: здесь с успехом проходят MICE-мероприятия численностью до 500 человек. А для более масштабных есть возможность использовать и универсальный комплекс «МТЛ Арена», который располагает шестью разноформатными залами: его главная арена при «театральной» рассадке вмещает до 2,2 тыс. гостей». Если учесть, что Самарская область способна предложить потенциальным MICE-туристам еще около двух десятков загородных объектов размещения, также имеющих отличную инфраструктуру для проведения деловых мероприятий, то недостатка площадок заказчики в этом поволжском регионе практически не ощущают.

Достаточно хороша и деловая туристическая инфраструктура Башкортостана и, в частности, Уфы. Здесь расположено около десятка качественных объектов размещения, способных предоставить весь спектр услуг для деловых людей. Сетевые отели «АМАКС» и «Азимут», а также «Президент-отель» и «Башкортостан» – типичные варианты. К примеру, расположенный в очень уютном месте «Президент-отель» 4* располагает не только хорошим номерным фондом (208 номеров, включая четыре трехкомнатных апартаментов по цене всего в 10 тыс. руб.), но и двумя большими залами для конференций емкостью до 150 и 300 человек соответственно.

Тот факт, что летом 2015 г. Уфа станет площадкой для проведения международного саммита Шанхайской организации сотрудничества (SCO) и встречи глав государств BRICS, вовсе не случаен: в последнее время Башкортостан быстро экономически растет. Это касается и туризма, так как долгосрочная целевая программа «Развитие



В Поволжье растет количество отелей, где есть условия для проведения конференций и форумов международного уровня. На фото отели «Азимут Отель Уфа» и «АМАКС Турист-отель» в Уфе.

В состав Приволжского федерального округа (ПФО) входят **шесть** республик, **восемь** областей и **один** автономный округ. Площадь ПФО – **1038 тыс. кв. км**, численность населения – **32 млн чел.**



Главные конгрессные гостиницы Самары – Renaissance Samara Hotel и «Холидей Инн Самара»

На Казань приходится до **65%** всего турпотока республики

внутреннего и въездного туризма в РБ» на 2012–2016 гг. подразумевает общий объем инвестиций в 123 (!) млрд руб. (из них 121 млрд – внебюджетные источники), около трети из которых будет вложено в развитие инфраструктуры. Акцент на туризме объясним: республика старается уйти от нефтяной зависимости и создать другие отрасли, способные зарабатывать.

В начале пути

Что касается других регионов Поволжья, то их инфраструктурные возможности в плане приема деловых туристов пока значительно скромнее.

В Нижнем Новгороде, Саратове, Ульяновске, Саранске и других городах инфраструктура, нацеленная на прием MICE-мероприятий, находится лишь в начале пути. Как правило, в них нет специализированных конгрессно-деловых комплексов, а количество более мелких площадок, способных комплексно организовывать и на должном уровне проводить деловые мероприятия, не превышает десятка. Например, по оценке участников рынка, в Нижнем Новгороде для этих целей пригодны разве что новый корпус отеля «Ока» и нижегородский сетевой Ibis: в последнем организаторам MICE-мероприятий готовы предоставить шесть залов вместимостью от 20 до 120 человек. «Многие компании в Нижнем Новгороде вынуждены выводить корпоративные семинары в другие регионы из-за того, что здесь их негде провести, – говорит Александр Базанов, руководитель компании «Бизнес Культура». – Дайте залы – и мы будем привозить бизнес-туристов». В свою очередь директор компании «Весенние инвестиции» **Дмитрий Володин** подчеркнул, что для Нижнего Новгорода бизнес-туризм – одно из наиболее перспективных направлений, поскольку благодаря «Сапану» и разнице в цене на размещение в Ibis мероприятие в городе на Волге порой оказывается провести гораздо выгоднее, чем в Москве.

В Саратове, по данным администрации области, для деловых целей годятся девять городских отелей, однако среди них до сих пор нет ни одного международного сетевого, а емкость имеющихся конференц-залов, как правило, не превышает 100 человек. «В нашей республике туризм, в том числе и деловой, только начинает развиваться: туристских фирм, специализирующихся на данном направлении, в Мордовии, к сожалению, нет, – констатирует Юлия Терехова, специалист по туризму из Министерства культуры и туризма Республики Мордовия. – Однако перспективы имеются: в Саранске есть площадки для проведения деловых встреч. В частности, для этих целей подходят Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева с современными конференц-залами, автономное учреждение «Технопарк-Мордовия» и «Мордовэкспо-центр», где большое внимание уделяется проведению конгрессов, семинаров и конференций».

По словам директора Фонда «Ульяновск – культурная столица» **Татьяны Ившиной**, деловая туристическая инфраструктура города сегодняшним требованиям уже не соответствует. «Современные деловые площадки или отсутствуют, или не соответствуют стандартам качества, а комплексные услуги у одной компании получить очень сложно», – констатирует она. Вместе с тем в этих и других поволжских регионах возможности для проведения отдельных MICE-мероприятий весьма велики. Не стоит забывать, что большинство из них располагает большим числом загородных объектов размещения (санаториев, пансионатов, баз отдыха), а уникальные природные условия позволяют с успехом проводить разнокалиберные инсентив-туры и мероприятия по тимбилдингу.

Трудности роста

Разнообразие природных условий, быстрое развитие инфраструктуры, наличие огромного количества достопримечательностей, длинный летний сезон и многообразие зимних видов отдыха – всё это играет в пользу Поволжья. Однако есть и проблемы. Как общие для всех, так и характерные для отдельных территорий.

Почему, например, в одних регионах туризм в целом и его деловая составляющая растут, а в других, тоже имеющих потенциал, дела идут ни шатко ни валко? «Ответ лежит на поверхности: в регионе отсутствует политика в области туризма. Как таковой он особо никому не интересен», – говорит об этом директор саратовской туристической компании PrimaVera **Владимир Маныкин**. А руководитель отдела развития сети отелей «Богемия» **Светлана Аршинова** добавляет, что «в Саратовской области деловой туризм имеет невысокую динамику, поэтому и активность в гостиничной сфере намного ниже, чем в соседних регионах: окупаемость проектов дольше, да и затраты высоки». Если в Самаре, к примеру, и туризму в целом, и его MICE-направлению постоянно уделяют внимание, то в некоторых других регионах Поволжья он по-прежнему мается где-то между молодежной политикой, культурой и потребительским рынком, не говоря уже про приоритеты внутри самого туризма. К примеру, с учетом приближающегося ЧМ-2018 самарские отельеры совместно с Торгово-промышленной палатой области намерены создать специализированную организацию для сертификации местных гостиниц, а в части соседних регионов и сертифицировать-то нечего...

Вторая проблема – транспортной доступности. Казалось бы, округ, который природой объединен с помощью Волги, не должен испытывать трудностей такого плана. Увы, но между собой регионы Поволжья по воздуху чаще всего соединены через Москву, по Волге сквозное пассажирское движение слишком медленное, а про состояние автодорог лучше умолчать. «Это

ведет к тому, что организовать какое-то достаточно масштабное деловое событие в соседнем регионе подчас проблематично, – констатирует руководитель департамента корпоративного обслуживания «Самараинтур» **Сергей Рыжов**. – Поэтому и значительная часть мероприятий регионального уровня проходит «дома». Хотя и здесь грядут перемены: в Нижнем Новгороде тоже начинается реконструкция аэропорта, на которую из федерального и областного бюджетов будет направлено около 4,5 млрд руб. (работы должны начаться в следующем году). Речь идет как о реконструкции ВВП, инженерной инфраструктуры, так и о строительстве трех очередей нового терминала. Причем первая очередь должна быть построена уже к 2015 г. (к этому времени пассажиропоток превысит 1 млн человек в год), а после завершения третьей – пропускная способность местного аэропорта увеличится до 1,5 млн пассажиров.

Третья – отсутствие единых координирующих центров, которые могли бы ориентировать потенциальных внешних заказчиков. Даже при наличии площадок, сервисных услуг и интересных программ заказчик зачастую вынужден сам «увязывать» их в пакет. По оценкам департамента корпоративного обслуживания «Самараинтур», не менее 30–40% рынка MICE-туризма в Поволжье приходится на заказчиков федерального уровня, работающих на крупных, зачастую зарубежных, клиентов. С учетом того, что в Самаре до 70% всех гостей приходится на деловых людей, здесь всерьез задумываются и о создании конвеншн-бюро по образцу того, которое в прошлом году появилось в Ярославле. И конечно, многие понимают, что развития одной инфраструктуры туризма недостаточно. «Если вы хотите, чтобы туристы селились в отель Ibis, то и дорогу к нему нужно сделать привлекательной», – так на одном из круглых столов по проблемам туризма сказал Александр Сериков, советник главы администрации Нижнего Новгорода. А директор Нижегородского центра научной экспертизы **Татьяна Романчева** отмечает, что «если не будет серьезных бизнес-проектов, турпоток не вырастет». По ее оценке, средняя заполняемость гостиниц Нижегородской области составляет всего 31% (лишь у некоторых в центре Нижнего она может достигать 60%). И если в ближайшее время не будут предприняты меры по стимулированию турпотока, в том числе делового, после появления новых объектов размещения к ЧМ-2018 может сложиться ситуация, когда в них будет некого селить.

Причем это касается даже «раскрученной» Казани: как выяснилось, за 12 дней Универсиады местные аэроэкспрессы перевезли чуть больше 4 тыс. пассажиров – в среднем 16 человек за рейс поезда. С учетом нынешнего пассажиропотока казанского аэропорта и цены на проезд (200 руб.) аэроэкспресс оказался неконкурентоспособен с автобусами (38 руб.) даже сейчас, в разгар отпускного сезона. А что с ним будет зимой, если его услугами не станут пользоваться деловые люди?

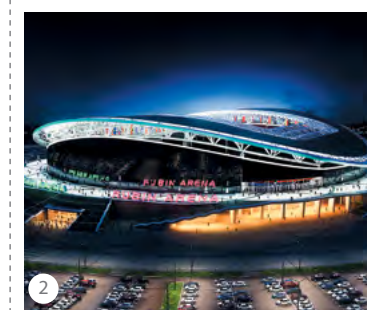
Поэтому и речь должна идти не столько о значительном улучшении инфраструктуры, сколько о комплексном изменении подхода к проблемам развития делового туризма, подразумевающего одновременное внимание и к отелям, и к программам, и к дорогам. И неплохо бы подчинить всё одной сквозной идее.

Деловой подход

Наглядный пример развития туризма в целом и его деловой составляющей демонстрирует Ульяновская область. Работают в этом регионе системно, планомерно создавая благоприятный для бизнеса климат. Кроме ОАО «Корпорация развития Ульяновской области» (КРУО), которая занимается привлечением в регион инвесторов, здесь действует госучреждение «Ульяновский областной ресурсный центр развития туризма и сервиса», деятельность которого «заточена» на раскрутку сферы гостеприимства. Исполнительный директор КРУО **Сергей Васин** уверен, что «сейчас деловой туризм – основной двигатель туристической отрасли в регионе», хотя в структуре местного турпотока он занимает только 43%. Развивая систему гостеприимства, здесь уверены: она сама по себе повышает инвестиционную привлекательность региона и способствует росту туризма.

Пока Ульяновская область не в лидерах: по итогам 2012 г. доля туризма в ВРП составила лишь 0,9%, а за год регион посетили 250 тыс. российских и около 6 тыс. иностранных туристов. Но с увеличением числа приезжающих в город деловых людей стал расти номерной фонд отелей. Если в 2009-м здесь было лишь три крупных гостиницы с общим фондом чуть более 400 номеров, то сейчас отелей (с учетом мини-гостиниц) уже больше 40. В Ульяновске строится Hilton Garden Inn на 175 номеров, который уже в этом году планируется сдать в тестовую эксплуатацию, а к концу 2015-го должен появиться и Marriott.

Для того, чтобы туристам было интересно не только в сессионных залах, в регионе придумали «фишку» – Музей СССР. Тот факт, что амбициозный проект может быть интересен рынку, подтвердило его участие в финале конкурса лучших туристских брендов России Gold Brand, проводившегося в рамках MIF-2012: он занял первое место, опередив более 70 конкурентов. По мнению директора Ульяновского областного ресурсного центра развития туризма и сервиса **Сергея Лаковского**, Музей СССР «станет главным магнитом для туристов», поскольку у него нет конкурентов. Как считают в правительстве области (а губернатор эту идею тоже поддерживает), реализация проекта сможет увеличить турпоток в Ульяновск до 1,5 млн человек и, опять же, способна привлечь и инвестиции, и деловых туристов. «Это настоящий эксклюзив, который вполне может быть использован в различных программах для бизнес-туристов», – считает руководитель департамента корпоративного обслуживания компании «Самараинтур» **Сергей Рыжов**.



1. «Технопарк-Мордовия» в Саранске
2. «Казань-Арена» – один из самых современных футбольных стадионов России

«В Саратовской области деловой туризм имеет невысокую динамику, поэтому и активность в гостиничной сфере намного ниже, чем в соседних регионах: окупаемость проектов дольше, да и затраты **высоки**».



ВЕДУЩИЕ РОССИЙСКИЕ БИЗНЕС-ОТЕЛИ, КОНГРЕСС-ЦЕНТРЫ И MICE-КОМПАНИИ В ОДНОМ КАТАЛОГЕ!

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ КАТАЛОГ
УДОБНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ ВЕРСИЯ

РОССИЯ КОНГРЕСС-УСЛУГИ



ГОСТИНИЦЫ • КОНГРЕСС-ЦЕНТРЫ • ВЫСТАВОЧНЫЕ КОМПЛЕКСЫ • MICE-КОМПАНИИ

ТИРАЖ:
10 тыс. экз.

ВЫХОД ИЗДАНИЯ:
март 2014 г.

РАСПРОСТРАНЕНИЕ КАТАЛОГА:

- вместе с журналом Business Travel среди корпоративных заказчиков конгрессных услуг, MICE - компаний (5000 адресов);
- на выставках FITUR (Мадрид), ITB (Берлин), MITT (Москва), IMEX (Франкфурт), MIBEXPO (Москва), WTM (Лондон), EIBTM Барселона;
- на специализированных workshop (АНТОР-MICE, MICE Forum, и др.) и региональных workshop «Турбизнес»
- на конференции WTM Vision, семинарах Travel Business Day

СОВМЕСТНОЕ ИЗДАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТА CONFERENCE.RU, ЖУРНАЛОВ BUSINESS TRAVEL И «ТУРБИЗНЕС»

conference.ru

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ
BUSINESS TRAVEL

Турбизнес
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О РАЗМЕЩЕНИИ В КАТАЛОГЕ

тел./факс: (495) 723-72-72

Пшеничная Анастасия | e-mail: catalog@tourbus.ru

MITT – Индустрия встреч – новые возможности для развития делового туризма

Елизавета, почему именно такая тема была выбрана темой этого года?

Индустрия встреч не случайно стала темой года, форума и нового раздела на MITT 2014. За последний год направление делового туризма продемонстрировало увеличение рынка на 15% и стало одним из самых активных.

MITT ежегодно посещают около 80 тысяч человек. Из них более 3500 – это корпоративные посетители, которые представляют компании и ассоциации различных отраслей экономики, а также агентства по деловому туризму из большинства российских регионов. Получается нестандартная ситуация – посетители есть, а раздела нет. Кроме того, большинство туроператорских компаний – участников MITT за последние годы открыли у себя MICE-отделы и усилили присутствие компетентных сотрудников на своих стендах на выставке. А также мы отмечаем растущий интерес посетителей к предложениям отелей и владельцев площадок и залов для проведения разного рода корпоративных мероприятий.

С этим утверждением согласен **Дмитрий Арутюнов**, генеральный директор компании «АРТ-ТУР», постоянный участник MITT: «У крупного и среднего бизнеса в стране появилась и активно развивается корпоративная культура. Это особенно заметно и по тому интересу, который проявляют к нам корпоративные клиенты, и по значительному увеличению их обращений в «АРТ-ТУР» на прошедшей выставке MITT».

Расскажите, пожалуйста, о программе Российского форума индустрии встреч.

Это новое мероприятие, включающее специальные обучающие сессии для представителей корпоративных заказчиков – посетителей MITT.

Партнер MITT по организации форума – Международное агентство конгрессного обслуживания, организатор первого форума в Екатеринбурге год назад.

На форуме соберутся специалисты из различных регионов России, представляющие компании, специализирующиеся на профессиональной организации мероприятий и предоставляющие услуги в области делового туризма, а также приглашенные представители со стороны корпоративных покупателей и ассоциаций, что давно практикуется на аналогичных мероприятиях за рубежом. Впервые программа форума построена вокруг образовательно-практических сессий и интерактивных

семинаров, в ходе которых участники имеют возможность не только получить новые знания и поделиться идеями, но и познакомиться друг с другом в почти неформальной обстановке, что в свою очередь способствует закреплению деловых контактов и выявлению профессиональных точек соприкосновения.

Мероприятие получается масштабным. Кто партнеры и эксперты форума?

Форум вызывает большой интерес у профессионалов отрасли, в том числе зарубежных. Экспертами на форуме выступают Eric de Groot (MindMeeting, Голландия), Rodolfo Musco (Motivation&Events, Италия), Linda Pereira (CPL Events, Великобритания), представители компании TMI, российские эксперты, специалисты Ассоциации Бизнес Туризма.

Генеральным спонсором форума стала компания «ЭкспоФорум» – владелец новейшего выставочно-конгрессного центра в Санкт-Петербурге, который открывается в 2014 г. **Сергей Воронков**, генеральный директор компании, так прокомментировал это решение:

«Индустрия встреч в России активно развивается, уже сейчас авторитетные международные ассоциации, такие как UFI и ICCA, проявляют интерес к нашей стране, выбирая ее в качестве места проведения своих мероприятий. Команда «ЭкспоФорум» принимает участие в предстоящей выставке MITT 2014: Российском форуме индустрии встреч и одноименном разделе выставки. Мы уверены, что форум станет мощным импульсом для дальнейшего укрепления отечественного MICE-рынка, а благодаря совместным усилиям участников мероприятия наша страна очень скоро займет лидирующее место и на международном рынке».

И несколько слов об условиях участия в разделе «Индустрия встреч».

В данном разделе мы предлагаем особые условия: полностью оборудованные стенды с индивидуальным дизайном по привлекательной цене от 1800 евро/75 500 рублей (стоимость min стенда) за три дня работы.

Участие в разделе и форуме индустрии встреч на выставке MITT 2014 – это отличная возможность заявить о себе как о действующем игроке рынка и приобрести новых клиентов среди корпоративных и ассоциативных покупателей. Не упустите возможность принять участие в крупнейшей туристической выставке страны и воспользоваться уникальным ценовым предложением, ведь количество стендов в разделе ограничено.

Дополнительная информация – на сайте www.mitt.ru



О том, почему на нашем рынке возрастает важность индустрии встреч, каковы ее тенденции в России и что будет представлено на выставке MITT 2014, мы беседуем с **Елизаветой НАЗАРЬЕВОЙ**, директором выставки MITT и проекта «MITT – Индустрия встреч».

Ежегодно выставку MITT посещают **3500** корпоративных посетителей и представителей агентств по деловому туризму из большинства регионов России

Mitt
ИНДУСТРИЯ
ВСТРЕЧ



Практически любая MICE-компания, работающая с крупными корпоративными заказчиками, по несколько раз в год сталкивается с проблемами организации авиационной перевозки к месту проведения мероприятия больших групп – от 300 человек и более. Несмотря на кажущееся обилие авиакомпаний, количество новой авиационной техники и постоянное развитие сектора гражданской авиации, найти самолет становится не легче, а все труднее. В чем же здесь проблема?

Подготовил Сергей ШАНЬГИН, генеральный директор компании RCS

Ищем чартерную перевозку для группы!

Опыт и рекомендации от компании RCS

Практически любая MICE-компания, работающая с крупными корпоративными заказчиками, по несколько раз в год сталкивается с проблемами организации авиационной перевозки к месту проведения мероприятия больших групп – от 300 человек и более. Несмотря на кажущееся обилие авиакомпаний, количество новой авиационной техники и постоянное развитие сектора гражданской авиации, найти самолет становится не легче, а все труднее. В чем же здесь проблема? Односложно ответить на данный вопрос нельзя. Причин несколько. Во-первых, вам нужна разовая перевозка одной или двух-трех групп в зависимости от количества участников мероприятия. Авиакомпаниям объективно сложно выдержать из расписания один или несколько самолетов, особенно в высокий сезон. Помимо чисто организационной проблемы есть и вопросы экономики. На разовом рейсе заработок авиаком-

пании невелик, а если заказчик хочет получить рейс «с отстоем», т.е. самолет завозит группу и ждет окончания мероприятия в стране для последующего вывоза участников, то в этом случае выигрывает только заказчик рейса, а авиакомпания не столько зарабатывает, сколько теряет выгоду в результате простоя самолета. Здесь же разьясним, что в отличие от рейсов с «отстоем» разворотные рейсы сейчас самый распространенный вариант разовых чартеров. Это означает, что самолет выполняет два порожних рейса, первый – после завоза группы и второй, – когда летит пустой ее вывозить. Экономика разворотного и отстойного рейсов отличается очень существенно. Разворотный рейс обычно дороже «отстойного». Именно поэтому все заказчики так активно стремятся получить рейс с «отстоем». Чисто чартерных компаний на отечественном рынке не существует. Это вторая общая проблема. Каждая

авиакомпания старается максимально загрузить летную программу именно регулярными рейсами, т.к. это гарантирует стабильность и прогнозируемость бизнеса. Чартерные программы, как правило, также присутствуют как отдельное направление бизнеса авиакомпаний, но их число, как правило, не превышает 30–40% в обороте. Причем речь идет о сезонных чартерных программах, где заказчиками выступают либо туроператоры, либо авиаброкеры-консолидаторы. Один из возможных вариантов решения вопроса перевозки большой группы – обратиться к консолидатору рейса или туроператору – заказчику чартерной программы в страну или на курорт, который вам необходим. Но и этот вариант не гарантирует вам положительного решения вопроса. Во-первых, чартерные программы привязаны к пакетным турам с наземным размещением. Маловероятно, что кто-либо из туроператоров продаст вам места на рейсе, да еще в большом количестве, отдельно от отеля. Вот и получается, что если клиент уже выбрал отель, а туроператор с ним не работает или у него выше цена, чем вы берете напрямую, то вы опять в тупике. Что делать? Есть ли еще какие-то варианты? Да. Вы можете попробовать обратиться к иностранной авиакомпании, выполняющей регулярные рейсы в нашу страну из города или с курорта, где вы запланировали мероприятие. Однако учтите, что чисто чартерный рейс авиационные власти иностранной авиакомпании поставить не разрешат. Иностранные перевозчики не имеют права ставить чартерные рейсы из городов России за границу, наоборот – пожалуйста, но российских граждан они вывозить таким образом не могут. Есть следующее решение в обход данной проблемы – постановка дополнительного рейса в расписании. В этом случае, если вам повезло и иностранный перевозчик организовал для вас дополнительный рейс, то подождите радоваться, ведь стоимость такого разворотного рейса, а по сути это так и получится, выйдет еще дороже «разворотника» отечественной авиакомпании. Проверено на себе. Кстати, прямое обращение в авиакомпанию не всегда приносит положительный результат. Проблема в том, что авиакомпании получают десятки запросов на разовые рейсы, и зачастую они дублируются несколькими MICE-компаниями, но самое главное, что не всегда они реализуются и доходят до стадии выполнения чартерного рейса. Авиакомпанию тоже можно понять. Корпоративный заказчик на стадии выбора направления хочет получить максимум ценовой информации по трем-четырем, а то и восьми-девяти странам. Конечно, авиакомпании – не справочное бюро и очень неохотно идут на производство предварительных расчетов, учитывая все вышеизложенные обстоятельства. Вот и получается, что либо авиакомпания сразу отказывает на этапе за-

проса, либо уходит в «несознанку» и просто никак не отвечает на ваши запросы. Что же делать? Есть еще один вариант решения вопроса разового чартера – обращение в авиаброкерскую компанию. Сегодня на отечественном рынке их не так много, так как этот бизнес постепенно угасает, тем не менее это может стать самым эффективным путем решения вопроса. У авиаброкеров отношения с руководством авиакомпаний на более высоком уровне. Они чаще общаются по регулярным чартерным цепочкам или программам перевозки в пиковые периоды, например, Новый год. Соответственно, у них есть больше рычагов и шансов получить приемлемое предложение по цене и организации перевозки. Некоторые авиаброкеры сами берут в управление один или несколько самолетов и, соответственно, могут предложить вам более интересные условия, чем сама авиакомпания. Авиаброкеры имеют еще одно неоспоримое преимущество перед MICE-компаниями – они знают ситуацию внутри авиакомпаний по состоянию парка самолетов, загрузке, перспективам получения новой техники. Однако минусом этого варианта является цена вопроса. Авиаброкер – это еще одно дополнительное звено, которое заложит свой финансовый интерес в стоимость программы. Но не отчаивайтесь. С другой стороны, вы можете переложить на их плечи всю организационную работу по согласованию слотов, питания на борту, регистрации пассажиров, контроля выполнения чартерного рейса авиакомпанией. Этот вариант стоит попробовать, а учитывая, что крупных авиаброкеров в Москве несколько, это дает шанс получить на выходе объективную стоимость. Как видите, проблем и препятствий очень много. Еще один совет. Если есть возможность планировать перевозку и выбирать даты и время по своему усмотрению, старайтесь избегать пиковых периодов перевозки – новогодних каникул и летних месяцев, особенно со второй половины июля до середины сентября. Лучшие дни – с понедельника по четверг, они в меньшей степени загружены регулярными чартерными цепочками. Многие корпоративные клиенты думают, что если они начнут проработку перевозки за год до даты мероприятия, то гарантированно получат и лучшие условия, и подтверждение программы. Это еще одно заблуждение, нужно учитывать график планирования сезонных программ внутри авиакомпании, и если вы планируете рейс в октябре, авиакомпания не сможет вам подтвердить техническую возможность раньше июня или июля. Но направить заявку и получить предварительный расчет, конечно же, стоит заранее. Дорогу осилит идущий! Путей решения вопроса организации разовых чартерных рейсов несколько, а какой окажется удачным, зависит от вашей настойчивости и желания.



Один из возможных вариантов решения вопроса перевозки большой группы – обратиться к консолидатору рейса или туроператору – заказчику чартерной программы в страну или на курорт, который вам необходим. Лучшие дни для чартерных перевозок – с понедельника по четверг, они в меньшей степени загружены регулярными чартерными цепочками.



Jet Expo – 2013 и развитие деловой авиации в России

Восьмая международная выставка деловой авиации Jet Expo – 2013 проходила на территории Внуково-3 с 12 по 14 сентября 2013 г. За день до начала выставки в Москве состоялся однодневный шестой Форум деловой авиации.

Подготовил Андрей БАРАНОВСКИЙ

Основной мотив выступлений на Форуме – позитивные тенденции, наблюдаемые в этом сегменте российского авиарынка. Это положительные сдвиги в законодательстве, подписание Россией Кейптаунской конвенции, отмена пошлин на ВС весом от 2 до 20 т и вместимостью до 19 пассажиров, новые упрощенные правила регистрации прав собственности. Всё это сказалось на статистике полетов деловой авиации по России, число которых за последние годы растет (2011 г. – 18,9 тыс., 2012 г. – 19,6 тыс.). Идет деловая авиация и в регионы России. На это указывает то, что доля полетов деловой авиации через московский аэропорт и Санкт-Петербург снизилась за последние годы с 90 до 70%. Здесь выделяются Казань, Екатеринбург и сибирские города-миллионники. И если в обеих столицах проблемы с обслуживанием деловой авиации решаются уже на должном уровне, то в провинции их хватает. Причем происходит это на фоне почти двукратной по сравнению с Европой цены «за сервис». И таких «подводных» камней довольно много. В результате большинство российских владельцев самолетов деловой авиации предпочитают регистрировать их за рубежом. Поэтому оценка числа бортов, которыми владеют россияне, имеет огромную «вилку» – от 300 до 500, из них только 10% имеют российскую регистрацию. В основном эти бизнес-

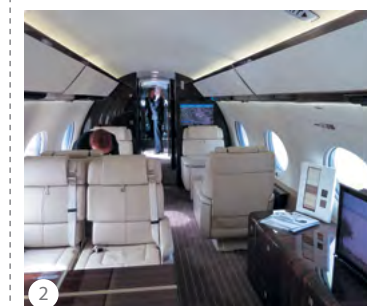
джеты и турбопропы принадлежат крупным государственным корпорациям. Что же касается марок самолетов, популярных на российском рынке деловой авиации, то здесь на первом месте канадский Bombardier – 40% бортов. Затем по 10% занимают американский Gulfstream и французский Dassault. На бразильский Embraer приходится 8%. Во многом сенсационным стал доклад «Необходимые правовые реформы в области деловой авиации в России», который сделал адвокат **Дерек Блюм** (Derek Bloom) – партнер Capital Legal Services. По мнению г-на Блюма, уже к лету 2014 г., возможно, последуют первые шаги по изменению регулирования функционирования деловой авиации в сторону либерализации. Это касается отмены НДС при ввозе воздушных судов (ВС) в Россию. После этого многие владельцы ВС готовы перерегистрировать свои самолеты в России. Только одно это позволит создать на ее территории полноценную структуру технического обслуживания деловой авиации. В настоящее время российские собственники ВС тратят ежегодно за рубежом на поддержание их летной годности порядка \$1,3 млрд. Из этого количества при решении изложенных выше проблем как минимум \$400 млн останется в России. Но есть и общие проблемы, которые надо решать как европейской, так и российской деловой авиации. Это в первую очередь внутренний коммерческий каботаж,

выдаваемый за деловые поездки владельцев ВС. О борьбе с этим явлением на Форуме говорил глава Европейской ассоциации деловой авиации Фабио Гамба (Fabio Gamba) и председатель правления ОНАДА **Александр Кулешов**. Для Европы доля таких «непонятных» полетов составляет 8–10%. В России же, в отличие от Европы, где эта проблема носила временный характер, «серый» каботаж существует благодаря нескольким факторам. Это трудности ввоза и постановки в российский реестр деловых самолетов (экономические и бюрократические), что делает невыгодным создание чисто коммерческой авиакомпании бизнес-авиации, возможность совершать каботажные полеты при попустительстве авиационных властей и российский менталитет, который позволяет клиентам смотреть сквозь пальцы на законность рейса. В России как серьезный сектор деловой авиации стали рассматриваться вертолеты. По словам президента вертолетной компании «Аэросоюз» **Александра Климчука**, парк их растет на десятки процентов ежегодно. Одна из причин такого роста – возможность избежать пробок на дорогах. Поэтому компания постоянно создает новые вертолетные площадки. Так, 10 сентября она ввела такую в Шереметьево и недавно заложила новую в Мякинино на Новой Риге. Всего же «Аэросоюз» работает в десяти городах страны. В отличие от Москвы полеты над всеми городами, где компания работает, разрешены. Что самое парадоксальное, так это сборы за взлет и посадку иногда обходятся в ту же сумму, что весь полет.

Восьмая Международная выставка деловой авиации Jet Expo – 2013

Экспозиция располагалась в закрытом выставочном павильоне и на открытой площадке, где были выставлены натурные образцы самолетов деловой авиации. В павильоне свою продукцию показали 50 компаний и ассоциаций. Среди них были как производители авиатехники деловой авиации, так и сервисные компании, обслуживающие этот сектор авиасообщения. В частности, на стенде Eurocopter Vostok подразделения Eurocopter Group в России и СНГ был выставлен однодвигательный AS350 B3 в пятиместной компоновке (линейка Ecureuil, в которую входит AS350 B3 – самая популярная в России среди машин западного производства). На открытой площадке стояли более 20 самолетов производителей бизнес-джетов Cessna Aircraft, Embraer, Bombardier Aerospace, Dassault Aviation, Gulfstream Aerospace Corporation, Hawker Beechcraft, Daher Socata, Pilatus. Был там и вертолет Bell Helicopter, принадлежащий одной из нефтяных компаний России. Два крупнейших в мире производителя магистральных авиалайнеров – Boeing и Airbus – привезли на выставку свои практически самые крупные в мире деловые самолеты BBJ (Boeing Business Jet) и ACJ319. В настоящее время в России и СНГ эксплуатируются уже 25 самолетов BBJ, из них 19 – в России, что превышает 16% поставок

их по всему миру. Из последних новинок был показан Gulfstream 650 стоимостью \$65 миллионов. За эти деньги покупатель получает «умный дом», только реактивный. Всем интерьером самолета можно управлять с помощью приложения, которое устанавливается на смартфон. Gulfstream 650 обладает самой большой дальностью полета среди авиации бизнес-класса. Без дозаправки он может пролететь 12 964 километра. Выступая на выставке, президент Gulfstream **Лэрри Флинн** отметил, что компания демонстрирует отличные показатели по продажам авиатехники в России и странах СНГ. Если в 2007 г. эксплуатировались лишь 11 самолетов Gulfstream, из них 8 – в России, то сегодня этот показатель вырос до 76 бизнес-джетов, из которых в России – 53 самолета. Из дальнемагистральных на выставке был также представлен Bombardier Global 6000. В этом самолете есть душ, гостиная, кухня и беспроводной Интернет, а отделка салона выполнена из натуральных материалов. Что касается французской компании Dassault Aviation, то она уже 15% выпускаемых бизнес-моделей марки Falcon отправляет в Россию и некоторые страны СНГ. На данный момент число используемых в нашей стране самолетов этой марки перевалило за 60. На выставке французы показали несколько бизнес-джетов, в том числе трехдвигательный Falcon 7X с полностью цифровой электродистанционной системой управления полетом. Самолет способен совершить беспосадочный перелет из Москвы в Нью-Йорк, Майами или Сингапур. Это единственный самолет в своем классе, способный летать в сложные аэропорты с заходом на посадку по крутой глиссаде. Falcon 7X также приспособлен к эксплуатации на небольших аэродромах. Dassault Falcon Service недавно открыло дочернее предприятие во Внуково, а также разрабатывает планы создания совместного предприятия с компанией «Авиа Групп» по техническому обслуживанию Falcon в Шереметьево. Бразильская Embraer привезла в Россию одну из самых популярных своих моделей – Legacy 650 с VIP-интерьером. Салон этого бизнес-джета разделен на три зоны и позволяет 14 пассажирам одновременно работать и отдыхать в отдельных просторных помещениях. Дальность полета Legacy 650 с 8 пассажирами составляет 7200 километров, это означает, что самолет без посадок может долететь из Москвы через всю Россию, например, в Анадырь. Американская Beechcraft – один из крупнейших в мире производителей турбовинтовых самолетов (турбопропы) – надеется на повышение спроса в России на линейку своих King Air. Это связано с намерением российских властей развивать региональные авиоперевозки. Поэтому на выставке компания показала двухдвигательный турбовинтовой самолет King Air 350i, вмещающий 11 пассажиров. Вообще же, по оценке Beechcraft, из более чем сотни самолетов деловой авиации в России только 20 турбовинтовых, но это соотношение можно изменить, опять же с развитием региональных авиоперевозок.



1. В России как серьезный сектор деловой авиации стали рассматриваться вертолеты
2. Салоны самолетов деловой авиации удобны и для работы, и для отдыха
3. Двухдвигательный турбовинтовой самолет King Air 350i, вмещающий 11 пассажиров

В мире насчитывается около **20 тыс.** бортов деловой авиации



Стамбул давно знаком и любим деловыми путешественниками из России

Уникальный памятник Стамбула – Аяя София, или собор Святой Софии



Увидеть Стамбул и...

Про Стамбул написано очень много – и книг, и рекламных проспектов. Однако он стоит того, чтобы привлекать внимание к себе снова и снова. Сама атмосфера Стамбула потрясающе притягательна. Уже по дороге из аэропорта можно ощутить на себе магию этого места, в нем сплелись европейская и азиатская культура города, который издревле привлекал к себе завоевателей, королей, купцов и паломников. Стамбул – это любовь с первого взгляда.

Символы города

Первое, что ассоциируется со Стамбулом, – это... И тут затруднится ответить даже самый опытный гид. Однозначно ответить на вопрос, что является главным символом города, невозможно, потому что их несколько, и каждый по праву считается равнозначно ценным и ревностно оберегаемым его жителями. Однако начать все же стоит со знаменитого дворца султанов Топкапы. Осмотр всего комплекса займет больше двух часов. Дворец представляет собой не только историческую ценность. Местные жители и туристы приходят сюда полюбоваться садом, отдохнуть на лужайках, погулять с детьми, одним словом, наслаждаются уникальным ландшафтом вокруг самого дворца. Лучше сделать это с профессиональным гидом. Кстати, в Турции требования к гидам очень серьезные: желающие получить лицензию обязательно сдают экзамены по истории и по языку, с которым они планируют работать. Поклонникам знаменитого турецкого сериала «Великолепный век» будет интересно воочию увидеть и прочувствовать атмосферу того времени. Ведь они, да и не только они, слышаны о наложнице Роксолане, покорившей сердце одного из самых воинственных султанов Сулеймана. При желании можно пройтись по

гаремной части дворца, увидеть закрытый двор, куда допускались только представительницы женской половины и евнухи, осмотреть комнаты, в которых держали братьев султана – претендентов на престол. Известно, что один из них, не выдержав длительного одиночества, сошел с ума. Весьма интересны сокровищница султанов, оружейная и павильон святых реликвий. В исторической части города расположена мечеть султана Ахмета, или Голубая мечеть. Так ее прозвали многочисленные паломники и туристы из-за превалирующего бирюзово-голубого убранства внутри здания. Напротив – дом, подаренный султаном Сулейманом своей сестре Хатидже и ее мужу Ибрагиму – главному советнику. Величественный комплекс Голубой мечети потрясает, однако мечеть султана Сулеймана, расположенная неподалеку, превосходит ее по размерам. Во дворе находятся спальни самого султана и Роксоланы. Уникальную архитектуру этих двух мечетей нужно обязательно увидеть. Мечеть поистине величественна: высота купола – порядка 50 м, окружность – 30 м. Любопытно, как в древности поддерживали чистоту этих архитектурных великанов: чтобы предотвратить образование паутины, в разных местах под куполами мечети клали проколотые тонкой иглой страусиные яйца. Их запах очень не нравился паукам.

Мечети открыты для туристов практически целый день, за исключением кратких перерывов на молитву. По поводу одежды можно не волноваться, при входе в мечеть всем туристам выдают накидки и платки, а обувь можно оставить на специальных полках. В мечетях разрешено фотографироваться. Еще один уникальный памятник Стамбула – Аяя София, или собор Святой Софии. Благодаря усилиям реставраторов он находится в прекрасном состоянии. Собор уникален тем, что в течение тысячелетия был христианской святыней, а затем, после захвата Константинополя, 500 лет – мечетью. Поскольку захватчикам срочно нужно было место для молитвы, а подходящего помещения не было, то, не нарушая внутреннего убранства Святой Софии, на всех колоннах, поддерживающих центральный купол, были размещены круглые щиты с изречениями из Корана. Такое оригинальное решение религиозного вопроса позволяет нам теперь любоваться собором и как памятником христианства, и как наследием исламской религии. Любителям истории обязательно нужно побывать в Археологическом музее, где собраны весьма интересные экспонаты: от саркофага Александра Македонского до цепи, с помощью которой закрывали проход в бухту Золотого рога. Тут можно провести много часов: экспонаты быта, украшения, которые носили в древности, и многие другие интересные предметы истории представлены на обозрение интересующихся археологией.

Другой Стамбул

Стамбул многолик и не исчерпывается дворцами, мечетями да музеями. Для поклонников отдыха на природе абсолютно незабываемым приключением станет поездка на Принцесы острова. Всего их девять, но остановки корабль делает только на четырех обитаемых. После официальной отмены братоубийства в борьбе за престол острова стали местом ссылки принцев, чтобы они не могли претендовать на трон. К сожалению, их жилища не сохранились. Однако на островах есть много красивых уголков, пляжей, греческая семинария и церковь Святого Георгия. Некоторое время здесь жил во время своей ссылки Троцкий. На самом большом острове можно совершить прогулку в фиакре или на ослике, получить предсказание у белого кролика. Подробная экскурсия занимает целый день, поэтому стоит подумать об удобной обуви, тем более что, как правило, к самым интересным достопримечательностям довольно крутые подъемы. Если есть ограничения по времени, можно совершить прогулку по Босфору – как говорят местные жители, если вы не видели Стамбул с моря, считайте, что вы не видели его вовсе. Путешествие такое стоит недорого и оно не менее увлекательно. За полтора часа можно увидеть много достопримечательностей, включая элитную морскую академию, в которой в свое время учился бывший ливийский лидер Муаммар Каддафи. Там же можно полюбоваться видом на дворец Долма Бахчи,

В ТЦ «Сапфир» есть замечательный аттракцион, где в режиме 3D за 15 минут можно совершить виртуальную прогулку по Стамбулу.

который часто называют стамбульским Версалем. Он действительно не похож на старые султанские дворцы, а из-за расположения на берегу Босфора всегда считался уязвимым с точки зрения безопасности, поэтому семья султана жила в нем очень редко.

Улицы Гранд Базара – суть отражение его яркой истории и с первого взгляда кажутся расположенными хаотично, но если присмотреться, будет понятно, что они подразделяются по типу продаваемого товара. По большому счету, это город в городе площадью **31 000 кв. м** и с очень богатой историей. По разным оценкам, на его территории работает порядка **5 тыс.** магазинов. Внутри Гранд Базара 58 улиц, две мечети, четыре фонтана, два хамама, гостиницы и школа.

Если есть время, можно посетить и сам дворец, после Топкапы очень чувствуется разительный контраст в несколько веков. Это отражается во всем, начиная от

европейского убранства и заканчивая великолепием залов, где султан принимал иностранных послов. Если Дворец Топкапы был крепостью султана-завоевателя, то Долма Бахчи – это демонстрация изыска, восточной роскоши и обитель султана-дипломата. Кстати, в Долма Бахчи расположены комнаты, в которых много позже жил и работал известный турецкий государственный деятель Мустафа Кемаль Ататюрк. Несмотря на то, что Стамбул – очень большой город, сейчас в его европейской и азиатской частях проживают порядка 18 млн человек, в нем совершенно не чувствуется гнет мегаполиса.

Увидеть всё великолепие Стамбула можно с высоты птичьего полета. Для этого нужно посетить торговый центр «Сапфир», где на 55 этаже расположена смотровая площадка.

По высоте это здание занимает пятое место в мире наряду с такими гигантами, как Бурж Халифа, Эмпайр-стейт-билдинг и Эйфелева башня. В «Сапфире» есть замечательный аттракцион, где в режиме 3D за 15 минут можно совершить виртуальную прогулку по Стамбулу.

MICE в Mövenpick Hotel Istanbul

Mövenpick Hotel Istanbul, признанный по результатам вручения премии World Travel Awards «Ведущим бизнес-отелем Турции 2012 года», предлагает услуги организации эффективных и престижных конференций, совещаний и поощрительных мероприятий. Отель отличается просторными и комфортными номерами, оборудованными по последнему слову техники конференц-залами, творческой и современной кухней, современным велнес-центром. У Mövenpick Hotel Istanbul есть сертификат Green Globe.

Гостиница Mövenpick Hotel Istanbul находится в 4-м районе, Левенте, в самом сердце современного делового и роскошного торгового района Стамбула, и напрямую связана со Стамбульским международным аэропортом Ататюрка (28 км) трансевропейской автомагистралью, которая также обеспечивает удобный доступ к азиатской части Стамбула. Станция метро рядом с гостиницей позволяет добраться до площади Таксим всего за 10 минут.

Гостиница находится в пределах пешей доступности от торговых центров Sapphire, Canyon и Metrocity, а до Старого города и Большого базара можно добраться на такси всего за 20 минут.

Все конференц-залы, от стильных комнат для совещаний до полноразмерного актового зала, оборудованы по последнему слову техники, включая новейшее аудиовизуальное оборудование с дистанционным управлением. Mövenpick Hotel Istanbul предлагает не только стильное окружение и высококлассный сервис, но также совершенные условия для проведения деловых встреч, включая такое современное оснащение, как аудиовизуальное оборудование с дистанционным управлением, беспроводной высокоскоростной Интернет со скоростью 15 Мбит/с и видео-конференц-связь.

Актовый зал предлагает 521 кв. м для размещения 400 человек на банкет или 550 для конференций. При желании его можно разделить на три малых зала, каждый из которых будет полностью технически оснащен. На этом же этаже находится Premium зал (112 кв. м), вмещающий 80 человек на банкет или 75 на конференцию. Помимо этого отель располагает девятью кабинетами для деловых встреч, которые вмещают от восьми до 70 человек, все оборудованы по последнему слову техники.

Программа Mövenpick Meet & Dine позволяет повысить эффективность любого мероприятия, воспользовавшись услугами одних из лучших в Турции организаторов деловых встреч, и получить максимум от непревзойденного обслуживания и инновационной кухни отеля. Для мероприятия будет выделен индивидуальный менеджер, который возьмет на себя организацию банкета и наивысшее качество встречи гостей, обеспечивая их индивидуальные потребности.



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





Мальта. Путешествие со вкусом

В серии предыдущих статей о Мальте как МІСЕ-направлении эта уникальная страна была представлена с разных сторон. Пришло время поговорить и о еде. Поездка на Мальту реально может превратиться в путешествие со вкусом. Главное – места знать и уметь разбираться в мальтийском меню.

Подготовил Александр ПОПОВ



В мальтийской кухне объединились в основном итальянские (особенно сицилийские), арабские и английские кулинарные традиции. Некоторые рецепты сохранились еще с рыцарских времен. Здесь также множество китайских и индийских ресторанчиков, есть и турецкие. Международный общепит на Мальте представляют известные монстры McDonalds, Subway и Burger King. На Мальте замечательный хлеб – hobza. С хрустящей корочкой, всегда свежий. То, что называют крестьянским. В ресторанах и кафе сначала обычно подают

хлеб и соленое масло. Бесплатно, но иногда их можно увидеть включенными в счет. Тогда платить за них не надо, «хитрец» официант промолчит.

Закуски по-мальтийски

Так на Мальте называют супы (soups/sorop). Просто необходимо попробовать овощной вдовий суп (widow soup/sorra ta'-armla). Не отведайте его – все равно что побывать в России и не поесть щей. Вдовий суп подают

Лучшие рестораны Мальты

В 2013 г. уже не первый раз рестораном №1 в стране по сочетанию критериев «кухня», «сервис» и «общая атмосфера» был признан ресторан **de Mondion Ta' Frenс** в гостинице **Xara Palace 5*** в Мдине. В числе лучших также названы рестораны Oceana и The Blue Elephant (отель Hilton, Пачевиль), Tarragon (Сент-Полс Бей), Palazzo Parisio and Gardens (дворец Palazzo Parisio, Нашшар) и Verre's (Марсальфорн). Среди ресторанов, которые ориентируются на национальную кухню, выделяются La Maltija Restaurant (Пачевиль), Il-Forn (Биргу), Rubino Ristorante & Dolceria (Валлетта), La Dolce Vita (Сент-Джулианс), Ta' Kolina (Слима), Harbour Lights (Марсашлокк) и Ta' Ricardo (о. Гозо), всего около двадцати заведений на Мальте и Гозо.

со свежим козьим сыром джебейна (gbejna), играющим роль густых сливок. Иногда добавляют ложку свежего сыра рикотта (ricotta). Почему суп вдовий? Так ведь без мяса! Экономичный. Но очень густой.

С джебейной или пармезаном едят также густой овощной суп минестра (minestra), название которого указывает на его итальянские корни (minestrone).

Молодым козьим сыром приправляют также кусксу (kusksu) – суп-пюре из бобовых на луковом бульоне с клецками. Есть и такая закуска, как hobz biz-zejt – толстая гренка, натертая чесноком и помидором и политая оливковым маслом.

Типично местное

В местной кухне преобладают тушеные мясо и овощи. Например, такое блюдо, как рис с мясным фаршем росс фил-форн (ross fil-forn) под томатным соусом. Плюс итальянская паста.

Классический пример мальтийской кухни – браджиоли (bragioli), горячий мясной рулет с сыром, крутыми яйцами, оливками, петрушкой, чесноком, обжаренный в масле и тушеный в томатном соусе со специями. Подается обычно с жареным картофелем и овощами.

Оказавшись на Мальте, непременно надо попробовать рыбу-меч пишшиспад (pixxispad). Она очень хороша холодного копчения.

Интересно отведать и такое примечательное блюдо, как биббуш (bebbux) – улитки, приготовленные на медленном огне в воде или белом вине. Подаются с чесночным соусом и картофелем.

Лампуки пай (lampuki pai) – это пирог с лампукой, рыбой похожей по вкусу на тунца, а пастиччи (pastizzi) – пирожки, обычно из слоеного теста, с мягким сыром или другими начинками (горох, мясо, рыба).

К чаю или кофе здесь часто подают пирожные канноли (kannoli) из хрустящего слоеного теста с начинкой из свежей рикотты с сахаром. Многие десерты на Мальте – восточного происхождения: очень сладкие, с орехами, цукатами, финиками. Например, мальтийская хелва (helwa) – это халва.

Кролик как деликатес

Исторически сложилось так, что центральное место в местной кухне занимают блюда из крольчатины. На праздничном столе непременно будет приготовленный тем или иным способом кролик (мальт. фенек – кролик). Словом «фенката» (fenkata) обозначается традиционное неспешное семейное застолье. Фенката может быть также частью пикника. Едят крольчатину и в будни.

Из крольчатины делают рагу с овощами фенек-biz-zalza [фенек биз зальза], иногда ее предварительно маринуют в вине, а затем обжаривают и тушат – stuffat tal-fenek [стuffed тал фенек]. Из мяса кролика готовят

пирог torta tal-fenek [торта тал фенек] с добавлением свиного фарша, томатов, горошка и трав.

Для россиян блюда из крольчатины – в некотором роде экзотика. Тем интереснее их попробовать на Мальте. Вкус – на любителя. Надо иметь в виду, что, заказав кролика, придется подождать – его долго готовят.

Напитки

Вино. На Мальте делают хорошее вино. Здесь около 70 винодельческих предприятий, наиболее крупные входят в Мальтийскую ассоциацию виноделов.

Достоинны внимания такие белые вина, как Isis и Mistral, а также красное вино Bel. Хорошая репутация у марок Green Label (белые сухие вина) и Red Label (красные вина).

Стоит обратить внимание на фирменное красное вино La Valletta, которое выпускает компания Marsovin. Продается и вино из виноградников местного епископа. Оно так и называется – Bishop's wine, вино епископа.

Хороши на Мальте ликеры, например, сделанный на травах Madlien с привкусом тмина и аниса или ликер из местных кактусов Bajtra. Он также очень неплох с текилой, белым вином или холодным чаем.

Здесь хорошее домашнее вино приятного «крестьянского» вкуса, бутылка стоит несколько евро, совсем недорого. На этикетке – рисованная гроздь, надпись «Maltese Wine» и дата розлива. Лучше всего такое вино покупать в Марсашлокке на приморском рынке.

Хотя некоторые эстеты с этим могут не согласиться. Есть на Мальте и свой неплохой виски – John Brown Special. Его делает компания Master Wine LTD. На этикетке изображен приятный на вид мужчина в пиджаке, при галстук и с платочком, видимо, сам Джон.

Пиво. Его на Мальте варят с 1928 г. на пивзаводе Simonds Farsons Cisk Plc (SFC). У истоков местного пивоварения стояла банкирская династия Шиклуна. С ней связано и название светлого мальтийского пива – Cisk [чиск].

Еще в 1830 г. семья Шиклуна внедрила в стране банковские чеки. Но мальтийцы упорно вместо «чек» произносили «чиск». Поэтому первый мальтийский сорт пива был назван уже популярным в народе словом. Крепость Cisk – 4,2%. Популярны бренды этого же завода Blue Label (Ale), Hopleaf (Pale Ale).

У молодежи пиво на Мальте популярно так же, как в России.

Местный лимонад. С 1952 г. на Мальте производят уникальный безалкогольный прохладительный напиток Kinnie (кинни). Его делают также на заводе Farsons из апельсинов и 18 местных трав. У Kinnie приятный золотистый цвет, своеобразный сладко-терпкий вкус, он хорошо утоляет жажду. Пить его лучше со льдом и лимоном. Можно также смешать с виски, ромом, водкой или местным ликером. Надо иметь в виду, что диетический Kinnie имеет более горький вкус, чем обыкновенный. В 1975 г. Kinnie был объявлен европейским напитком года.



Ланч с видом на море

На Мальте не зазорно есть на улице. Можно устроить ланч на набережной с видом на море.



Самое старое кафе в Валлетте

Caffe Cordina находится по адресу: Republic St., 244-45, напротив Мальтийской государственной библиотеки. Оно было открыто в 1837 г., а на этом месте находится с 1944 г. В его сводчатых залах по-королевски роскошный интерьер. Здесь все готовится вручную по семейным рецептам: вкуснейшие горячие пирожные, печенье, удивительные медовые кольца и другие сладости. То, что делают в кафе, можно заказать на сайте www.caffecordina.com. Доставка – в день заказа с курьером, в том числе и в отель.



Швейцария умеет удивлять

Швейцария славится своими традициями: часы, шоколад, сыр – то, без чего ее невозможно представить. Однако этим страна вовсе не исчерпывается. Швейцария – страна, где рождаются инновации. Например, в институте CERN был изобретен протокол www, что стало началом эры Интернета. Креативность касается также и индустрии встреч – отели и конгрессные площадки оснащены всей возможной на сегодняшний день аппаратурой и предлагают почти неограниченные возможности для организации мероприятий.

Экономика Швейцарии за последние пять лет, несмотря на неблагоприятные мировые тенденции, не опустилась до рецессии, а некоторые глобальные компании швейцарского происхождения даже улучшили свои показатели по сравнению с 2008 г. Страна постоянно развивает и улучшает деловую инфраструктуру, и на ее карте регулярно появляются новые современные площадки для мероприятий, рассчитанные на самые разные их типы. Швейцарский франк куда стабильнее и выгоднее евро, а НДС в Швейцарии – самый низкий во всей Европе. Кроме того, при проведении мероприятий предлагается множество бонусов, таких как транспортные карточки, бесплатное посещение музеев, бесплатный беспроводной Интернет и т.д. Большинство отелей Швейцарии имеет хорошие конгрессные возможности, до них легко добраться из аэропортов и с вокзалов, а завтраки здесь, как правило, включены в стоимость номера. Недавно в Швейцарии появилось пять новых площадок для проведения мероприятий. И это еще пять дополнительных причин выбрать для себя эту страну.

Швейцарский технологический конгресс-центр в Лозанне

В его создание было вложено 225 млн долларов, а открытие намечено на апрель 2014 г. Это будет одна из самых ярких и экологически безопасных площадок в Европе. Конгресс-центр расположен на площади Инноваций

(Innovation Square) в Лозанне, его аудитория может вместить 3000 делегатов. Его техническая оснащенность такова, что позволяет при необходимости трансформировать зал в течение 15 минут, убрав лишние места и разделив его на несколько зон. Лозанна находится в двух часах езды от Цюриха и в 40 минутах – от аэропорта Женевы.

Отель «Интерконтиненталь Давос»

Рассчитанный на 216 номеров InterContinental Davos Resort & Spa будет открыт в декабре 2013 г. Он расположен в полутора часах езды на поезде от Цюриха. Отель окружен лесом и возвышается над Давосским озером. Весь верхний этаж отдан под ресторанную зону, в которую входят два частных банкетных зала. Общая площадь, предназначенная для проведения мероприятий, составляет 16 500 кв. м, включая бальный зал на 500 человек.

Курорт Бюргеншток в кантоне Люцерн

Курорт Burgenstock будет открыт в 2015 г. и, безусловно, поразит гостей. В него войдут три отеля, расположенные на горе, следовательно, добраться туда можно будет либо на фуникулере, либо на машине. В его создание вложено 485 млн долларов. Отель построен с учетом последних дизайнерских трендов, экологической безопасности и технических достижений последних лет. По сути, это одновременно и спа-

и конференц-комплекс. Курорт находится в часе езды от Люцерна и двух часах – от аэропорта Цюриха. В состав курорта войдут отель Waldhotel на 160 номеров, он будет специализироваться на медицинском туризме; Park Hotel на 110 номеров, предназначенный для высококлассных инсентив-программ, а в четырехзвездном Palace Hotel на 108 номеров разместится 24 тыс. кв. м площадей для мероприятий. На территории комплекса также будет Burgenstock Alpine spa на 110 тыс. кв. м и 12 ресторанов, все с видом на озеро.

Basel Event Hall

Basel Event Hall был открыт этой весной. Это прекрасное здание без единой колонны, созданное легендарной дизайнерской фирмой Herzog & de Meuron, находится в Базеле, что в часе езды от Цюриха. Новое здание сочетает в себе функциональность и эстетичность. Это многофункциональный комплекс с шикарным большим фойе, соединенный галереями с Конгресс-центром Базеля. Благодаря прилегающим к нему выставочным залам в Basel Event Hall можно проводить мероприятия до 10 тыс. человек. Сам комплекс, имеющий 220 м в длину, 90 м в ширину и 32 м в высоту, располагает 38 тыс. кв. м выставочной площади на первом этаже и двумя этажами дополнительных площадей. В целом Messe Basel может предоставить 141 тыс. кв. м выставочных площадей.

The Circle в Цюрихском аэропорту

До открытия центра The Circle в аэропорту Цюриха остается еще несколько лет, оно состоится только в 2018 г., однако уже сейчас понятно, что он будет яркой достопримечательностью Швейцарии, как минимум за счет своего дизайна. Он будет построен таким образом, что обеспечит прямой доступ в аэропорт и возможность зарегистрироваться на 200 различных международных рейсов, включая девять – в Россию. В его состав войдут отели Hyatt Regency и Hyatt Place более чем на 500 номеров и помещения для проведения мероприятий, самое крупное из которых будет вмещать 1500 мест.

Бюро деловых и инсентив-поездки Швейцарии

Швейцарское бюро деловых и инсентив-поездки (SCIB – Switzerland Convention & Incentive Bureau) – это национальная некоммерческая маркетинговая организация, представляющая ведущие регионы с инфраструктурой для проведения конференций, национальные компании по проведению мероприятий, а также транспортные компании. Являясь центром обработки запросов, SCIB предлагает независимую и бесплатную поддержку для организации ваших мероприятий в Швейцарии.

Сотрудники бюро являются специалистами с большим опытом работы и серьезными профессиональными знаниями. Несмотря на это, все услуги предоставляются бесплатно и без обязательств.

Контакты:

Москва, Цветной бульвар, д. 25, стр. 3, 3 эт.

Тел.: +7 495 937 7798

scib.ru@switzerland.com | www.MySwitzerland.com/meetings

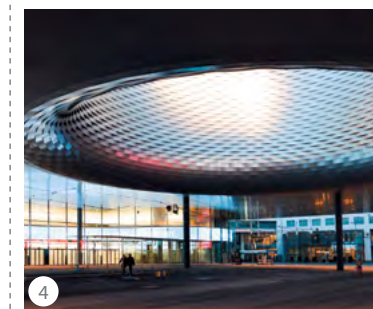
Женева – один из мировых центров интернет-активности

Участники проекта Future Cities составили список из 10 городов мира, где самая высокая интернет-активность. Города оценивались по следующим критериям: высокая средняя скорость соединения, бесплатный (преимущественно) и быстрый Wi-Fi, готовность к инновациям, поддержка всех сетей и высокий уровень безопасности, в том числе и безопасность персональных данных. Это очень важно, поскольку сейчас активно растет рынок деловой онлайн-активности, широко распространены смартфоны с мобильными приложениями, не теряет актуальности работа в социальных сетях и т.д.

Всё это невозможно без качественного Интернета. И это показатель уровня жизни в городе. Например, в Нью-Йорке без сервиса GIS невозможно было бы доставить помощь в регионы, пострадавшие от урагана Сэнди. В Токио и Сеуле мобильный банк – часть повседневной жизни. Словом, Интернет – неотъемлемая часть современной городской жизни. Вот почему в своем исследовании члены проекта Future Cities обращали внимание прежде всего на развитие Интернета в исследуемых городах. Женева вошла в десятку лучших с этой точки зрения городов по следующим причинам:

- ✓ город выгодно отличается самой высокой скоростью Интернета в Европе;
- ✓ по всей Женеве, включая аэропорт, работает бесплатный Wi-Fi;
- ✓ Женева – отличное место для разного рода технологических стартапов.

Любопытно, что Интернет и «родился» в Женеве. В 1989 г. британский физик Тим Бернес-Ли придумал то, что мы сейчас знаем как www (World Wide Web). В это время он работал на Европейский институт ядерных исследований (CERN). Изначально сеть создавалась для того, чтобы ученые-физики в различных институтах и университетах по всему миру могли общаться между собой и делиться информацией.



1. Отель InterContinental Davos Resort & Spa окружен лесом и возвышается над Давосским озером
2. Швейцарский технологический конгресс-центр в Лозанне – одна из самых ярких и экологически безопасных площадок в Европе
3. Курорт Burgenstock будет открыт в 2015 г. и поразит гостей инфраструктурой и дизайном
4. Basel Event Hall



Швейцария.
meeting excellence.

Дольче вита по-милански

Милан – столица моды, оперы, шопинга, тут каждый может поставить свое определение. В Милане также сосредоточены множественные бизнес-интересы, поэтому у деловых путешественников город пользуется заслуженной популярностью.

Подготовила Алина ГРАНОВА



Неномерное чудо света

Как бы ни был загружен деловой путешественник, не уделить время миланскому кафедральному собору Duomo di Milano – преступление. Зачастую его называют просто Дуомо. Впрочем, пройти мимо него и невозможно. Сделанный из белого мрамора в стиле пламенеющей готики, со множеством башенок, шпиль, мелких скульптур, колонн, как будто вытканый из кружев, и иногда кажется, что он парит над землей, словно сошедший со страниц фантастических романов эльфийский замок.

Это один из самых известных в Европе «долгостроев», его фундамент и общие очертания были заданы еще в XIV в., а проект фасада утверждал Наполеон уже в XIX в. При этом Дуомо – единственный в Европе белокаменный готический собор и пятая по величине европейская церковь.

Любопытно, что на месте собора всегда стояли символы веры. Изначально там было кельтское святилище, потом, уже во времена древнеримской империи, – храм Минервы, следом, уже во времена христианства, – две церкви, последнюю из которых – Санта-Мария-Маджоре – снесли, чтобы расчистить место для строительства собора. Внутри собор так же красив, как и внешне, и, безусловно, заслуживает того, чтобы просто придти и посидеть в тишине и великолепии, наслаждаясь творением великих итальянских мастеров.

...и зрелищ!

Как минимум один из вечеров в Милане стоит посвятить посещению одного из самых знаменитых оперных театров мира «Ла Скала» (итал. Teatro alla Scala или La Scala). Билеты, разумеется, лучше покупать заранее, однако если желание пойти в театр посетило спонтанно, можно попытаться счастья в кассах, одна из которых

находится в буквальном смысле слова под Дуомо – в подземной торговой галерее рядом с метро.

Театр «Ла Скала» был построен в конце XVIII в. на месте церкви Санта-Мария делла Скала, откуда произошло и название самого театра. Многим известно, что «скала» по-итальянски значит «лестница», однако никакой лестницы ни у театра, ни у церкви никогда не было. Церковь, «в честь» которой был назван театр, в свою очередь была названа по имени своей покровительницы, представительницы рода правителей Вероны Беатриче делла Скала. Занятно, что при раскопках, начатых для расчистки места под строительства театра, была найдена мраморная глыба с изображением знаменитого античного мима Пилада. Когда-то в партере не было кресел, только стулья, для того чтобы он мог служить тем, что мы сейчас называем площадкой для проведения мероприятий. Там устраивались и балы, и азартные игры.

При театре есть фирменный магазин, где можно купить сувениры с его символикой и диски с записью опер и балетов, идущих на его сцене.

Монастырь-музей

Речь идет о монастыре Санта-Мария делле Грацие, в трапезной которого находится одна из самых знаменитых фресок в мире – «Тайная вечеря» Леонардо да Винчи. Как известно, «Тайная вечеря» изображает последнюю трапезу Христа на земле вместе с его учениками: «и когда они ели, сказал: истинно говорю вам, что один из вас предаст Меня» – считается, что на фреске запечатлен именно этот момент.

Желающих посмотреть на фреску много, а места в трапезной – нет, поэтому записываться сюда надо заранее, примерно за две недели, а в пике сезона – и за месяц. За полчаса до назначенного времени нужно приехать и выкупить свои билеты. Время нахождения перед фреской также ограничено.

1. Театр «Ла Скала» – скромный снаружи...
2. ...и великолепный внутри
3. Монастырь Санта-Мария делле Грацие, здесь находится знаменитая фреска Леонардо да Винчи «Тайная вечеря»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ BUSINESS TRAVEL

ВСТРЕЧИ • ИНСЕНТИВ • КОНФЕРЕНЦИИ • ВЫСТАВКИ

КОРПОРАТИВНЫЕ ИЗДАНИЯ ПОД КЛЮЧ

- создание концепции
- разработка дизайна
- подготовка статей и интервью
- профессиональная съемка
- верстка и печать
- распространение
- создание online версии

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:

тел.: (495) 723-72-72

Ольга Мальцева reclama@tourbus.ru



В ТЕЧЕНИЕ 15 ЛЕТ МЫ ЕЖЕГОДНО ВЫПУСКАЕМ СВЫШЕ 50 ИЗДАНИЙ