



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

Страна-партнер:



ПАРТНЕРЫ О ВЫСТАВКЕ

«Прекрасно организованная выставка с возможностью презентации перед аудиторией корпоративных посетителей»

«Мне так понравилась выставка, как OTDYKH MICE, позволяющая увидеть и представить различные предложения российских регионов и компаний»

«Спасибо вам за приглашение, программа была очень интересной! Особенно хочется отметить презентацию новой продукции / услуги, как эффективный инструмент для дальнейшего сотрудничества. Спасибо вам и вашей команде за такую возможность и чудесную выставку!»

Инга Тэйлор,
Глава Департамента
WEDGEWOOD BRITAIN
Участник 2014

Леонид Исакович,
Генеральный директор ООО «АКАДЕМСЕРВИС»
Официальный Партнер
OTDYKH MICE Конференция 2014

Мария Здоровенкова,
Event Organization Specialist,
AVON BEAUTY PRODUCTS COMPANY
Корпоративный посетитель

www.tourismexpo.ru/mice

Контактное лицо – Любовь Мордвинцева
E-mail: mice@euroexpo.ru | Тел.: +7 (495) 925 65 61/62



www.bt-magazine.ru

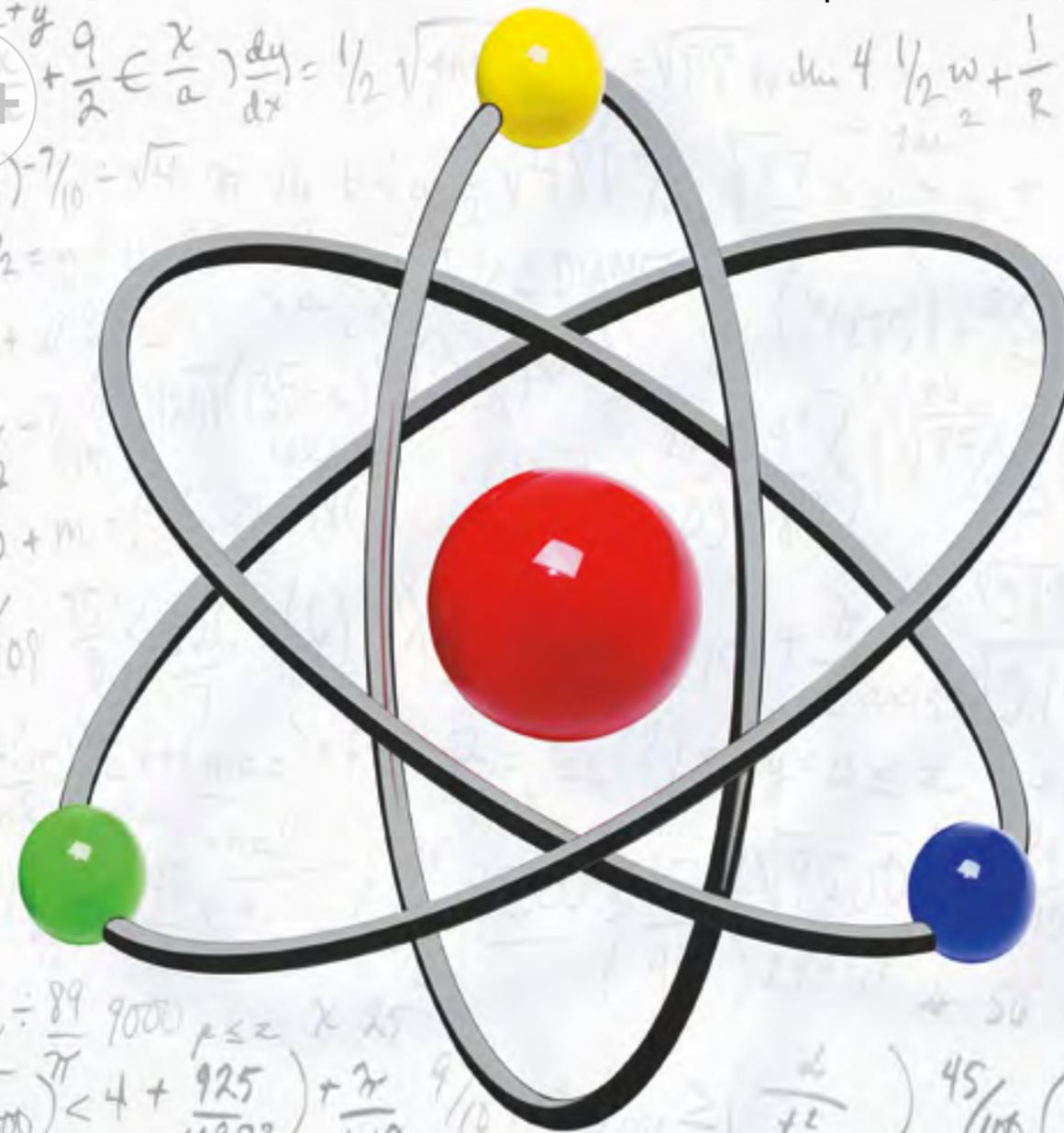
2015 I №1-2 I январь – февраль

BUSINESS TRAVEL

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ

ВСТРЕЧИ ■ ИНСЕНТИВ ■ КОНФЕРЕНЦИИ ■ ВЫСТАВКИ

12+



Научный подход

18 | Отели Москвы. Итоги и прогнозы

22 | Грузия разная и прекрасная

26 | Тимбилдинг от шефа

Организаторы:

Турбизнес
Travel Trade Russia

**world
travel
market**

Официальный партнер:



УНИВЕРСАЛЬНАЯ
ФИНАНСОВАЯ
СИСТЕМА

wtm VISION conference

Подробности и регистрация
www.wtm-vision.ru

Москва 7 апреля

Пекин 13 апреля

Кейптаун 15 апреля

Ведущая международная туристическая выставка World Travel Market (Великобритания) и ИД «Турбизнес» проводят четвертую практическую конференцию WTM Vision. Каждый год конференции WTM Vision собирают в разных странах мира ведущих экспертов для обсуждения проблем туристической индустрии.

В программе конференции:

- Мировые тренды маркетинга в travel индустрии
- Маркетинг российских регионов. Реалии и опыт продаж
- Трэвел-стартапы. Есть ли место для новых игроков на рынке?
- Последние тенденции в диджитал-продвижении в туризме
- Системы лояльности как эффективный инструмент удержания клиентов в условиях падающего спроса
- Дискуссионная дуэль «Онлайн vs Турагентства»
- Лучшие SMM-кейсы в туризме 2014 г.
- Изменение потребительского спроса в агентских и онлайн-бронированиях

Место проведения: гостиница Golden Ring
Зал «Ярославль»

Время работы:
9:00 - 14:00

BUSINESS TRAVEL
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ
ВСТРЕЧИ ■ ИНСЕНТИВ ■ КОНФЕРЕНЦИИ ■ ВЫСТАВКИ
ЯНВАРЬ — ФЕВРАЛЬ 2015 #1-2 (81)

Главный редактор: Александра Загер
a.zager@tourbus.ru
Билд-редактор: Юлия Калашникова
Корреспонденты: Ирина Клименко
Лариса Мартынова
Александр Попов
Владимир Сергачев
Анна Юрьева
Художник: Владислав Суворегин
Фото на обложке: Михаил Тимонин

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»

Турбизнес
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Генеральный директор ИД «Турбизнес»:
Иван Калашников

Исполнительный директор:
Ольга Мальцева

Заместитель генерального директора:
Александр Попов
Ольга Гришина
Директор по рекламе
Менеджер по рекламе
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

©000 ИД «Турбизнес»

Турбизнес
Travel Trade Russia

Турбизнес
на Северо-Западе

Пятьзвезд
destinations
ТУРБИЗНЕС

СОДЕРЖАНИЕ

2 НОВОСТИ

МИТФ меняет площадку и сроки проведения
Широкие возможности MICE на МИТТ-2015
Санкт-Петербург готовится привлечь гурманов
Тематические выпуски о Германии
Вопрос месяца
Что? Когда? Где?

4 ТЕМА НОМЕРА

Научный подход

10 СОБЫТИЯ

ANTOR MICE workshop. В тренде – Россия
Таиланд объединяет мир

14 ВЕСТНИК АБТ-АСТЕ Russia

15 БИЗНЕС-ПАРТНЕР

Ким ВАДДУП: «Пора объединяться»

16 НОВОСТИ КОМПАНИЙ

18 ОТЕЛЬ

Отели Москвы. Итоги и прогнозы

20 НОВОСТИ ОТЕЛЕЙ

22 ИНСЕНТИВ

Грузия разная и прекрасная

26 ТИМБИЛДИНГ

Тимбилдинг от шефа

30 РЕГИОН

Курорт «Роза Хутор».
Лучше гор могут быть только горы
Узбекские MICE-перспективы

38 НАПРАВЛЕНИЕ

Мальта. Маленький Комино
Финская Лапландия.
Место под полночным солнцем
MICE в Австрии: Вена по-прежнему танцует впереди

47 ПАУЗА

Хельсинки. Столица для активного отдыха



4



18



22



30



41

MITF меняет площадку и сроки проведения



В 2014 г. туристические возможности Москвы были представлены единым стендом на 27 международных отраслевых выставках, в 22 из них принимал участие столичный Комитет по туризму и гостиничному хозяйству. В ходе 15 выставок были проведены пресс-конференции и презентации, рассказывающие о туристическом потенциале Москвы.

Всего в выставках приняли участие 986 московских компаний, что на 10% больше, чем годом ранее.

На 2015 г. запланирован второй этап реформирования Московской международной ярмарки путешествий (MITF) – отраслевой выставки, которую ежегодно проводит правительство Москвы.

В 2014 г. в ней приняли участие 540 компаний из 28 стран мира и 57 регионов России. MITF-2014 посетили более 35 тыс. человек.

В этом году выставка состоится на месяц раньше, чем обычно, – 24–26 апреля, кроме того, мероприятие переедет из Гостиного двора, где оно проходило каждый год, в 69-й павильон ВДНХ.

«Выслушав мнение участников рынка, Комитет решил превратить MITF из выставки формата b2b в выставку формата b2c, на которой будут реализовываться путевки, – рассказал председатель Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы

Сергей Шпилько. – Мы понимаем, что это рискованная попытка, ни у кого на постсоветском пространстве не получалось создать ярмарку по продаже путевок. Однако мы решили попробовать, эту инициативу поддержали Ассоциация национальных туристских офисов в России (АНТОР), а также ряд крупных московских туроператоров».

Сергей Шпилько отметил, что новые сроки проведения выставки позволят организовать более эффективную рекламную кампанию, поскольку ранее основная часть этой кампании приходилась на майские праздники и поэтому не была достаточно эффективной. Кроме того, выставка-ярмарка в последних числах апреля сможет привлечь больше участников и посетителей, поскольку на ней появится возможность продавать «горящие» предложения на майские праздники.

С желанием организаторов изменить сроки выставки и было связано решение перенести место ее проведения. Кроме того, перенос площадки снизит стоимость ее организации и, как следствие, участия в выставке для экспонентов. Сергей Шпилько отметил, что ВДНХ обладает более широкими возможностями площадки – в павильоне построены отдельные оборудованные конференц-залы, есть удобная парковка, а также возможность использования уличной территории, прилегающей к выставочному залу.

Помимо этого, организаторы выставки обратили внимание на то, что в последние месяцы ВДНХ стала чрезвычайно популярным местом отдыха горожан. В выходные и праздничные дни здесь наблюдается большой поток посетителей, что, в свою очередь, может поспособствовать успеху выставки.

Широкие возможности MICE на MITT-2015

До начала крупнейшей в России выставки «MITT/Путешествия и туризм» осталось чуть больше месяца. Отрасль активно готовится к предстоящему профессиональному событию. Всё, что уже совсем скоро будет предложено российским клиентам, можно узнать на MITT.

На MITT-2015 приедут участники более чем из 200 стран и регионов мира: Италии, Болгарии, Франции, Греции, Израиля, Кипра, Испании, Турции, Мальты, Португалии, Хорватии, Черногории, Чехии, Словении, Сербии, Словакии, Венгрии, Бельгии, Польши, Германии, Литвы, Латвии, Исландии, Ирландии, Македонии, Армении, Азербайджана, Грузии, Норвегии, Финляндии, Швеции, Австралии, ОАЭ, Индии, Индонезии, Малайзии, Сингапура, Макао, Тайваня, Бразилии, Доминиканы, Кубы, Мексики, Мальдивских и Сейшельских островов,

Филиппин, Кении, Вьетнама, Таиланда, Египта, США, Ямайки, Японии и многих других. На национальных и региональных стендах будут работать представители управлений по туризму, конвеншн-бюро, DMC, PCO, отелей и мировых гостиничных сетей, а также национальных авиаперевозчиков и luxury-курортов, другие участники индустрии MICE.

Широчайшие возможности для организации и проведения деловых и корпоративных мероприятий в России представят региональные участники павильона «Россия», а также рекордное количество отелей и объектов размещения, что даст посетителям-заказчикам широкий выбор качественных предложений, в каком бы регионе ни планировались отдых или мероприятие.

Получите бедж посетителя на www.mitt.ru.

Санкт-Петербург готовится привлечь гурманов



©Stuttgart-Marketing GmbH

Город на Неве вошел в тройку претендентов на проведение Всемирного саммита гастрономического туризма в 2019 г.

По словам куратора Конгрессно-выставочного бюро (КВБ) при Комитете по развитию туризма Санкт-Петербурга **Дмитрия Левыкина**, его конкурентами являются китайский Макао и столица Пуэрто-Рико Сан-Хуан, а решение будет принято после проведения очередного гастрономического саммита в португальском Эшториле – там питерское КВБ проведет презентацию Северной российской столицы. Однако уже сейчас выход города в финал расценивается как успех, поскольку на право проведения саммита претендовали 10 городов, из которых Всемирная ассоциация гастрономического туризма (WFTA) и выбрала трех финалистов.

«С точки зрения продвижения города на международном рынке это отличный вариант, поскольку с ознакомительным визитом Северную столицу посетит делегация WFTA во главе с ее президентом **Эриком Вольфом**, – заявил по этому поводу Дмитрий Левыкин. – Если Петербург победит, саммит позволит привлечь в его экономику около \$10 млн, так как в течение недели город будет центром делового общения более тысячи ведущих специалистов гастрономического туризма со всего мира». По его мнению, шансы на победу у Петербурга достаточно высоки, поскольку «главное преимущество нашей заявки – высокий потенциал развития зарождающейся в стране сферы гастрономического туризма».

Согласен с мнением Дмитрия Левыкина и руководитель Комитета по развитию предпринимательства и потребительского рынка Петербурга **Эльгиз Качаев**. По его оценке, гастрономический туризм может стать одним из новых направлений привлечения в Петербург гостей как из других регионов страны, так и из-за рубежа. Вопрос решается на высоком уровне: еще в ноябре прошлого года Комитет по развитию туризма города на Неве провел аукцион на создание маршрутов гастрономических туров в Петербурге с максимальной стоимостью контракта в 990 тыс. рублей. Благодаря этому в Санкт-Петербурге провели маркетинговое исследование по развитию гастрономического туризма, а по его итогам разработают как минимум пять гастрономических туристских маршрутов для разных категорий туристов. При этом гурмэ-маршруты должны состоять не только из посещения знаковых объектов, но и из мастер-классов, дегустаций и театрализованных представлений.

Тематические выпуски о Германии



«Журнал о Кёльне как центре здоровья и туризма»
Объем: 38 стр.
Тираж: 10 000 экз.

Богатая историческая биография и многогранная культурная жизнь принесли

Кёльну международную репутацию одного из самых популярных туристических городов Германии. Однако Кёльн – это еще и признанный центр здоровья и медицинского обслуживания. Брошюра, подготовленная ИД «Турбизнес», компанией HealthRegion CologneBonn e.V. и туристической организацией Кёльна (KölnTourismus GmbH), поможет больше узнать о широкой палитре туристических возможностей и медицинской инфраструктуры этого города на Рейне.



«Путешествие в Германию. Саксония: Дрезден, Лейпциг»
Объем: 40 стр.
Тираж: 14 000 экз.

Невероятной красоты природные ландшафты, богатая история, высокий уровень

культуры и искусства, разнообразие достопримечательности, курорты с радоновыми источниками сделали Саксонию привлекательным местом отдыха в Германии. В справочнике турагента, подготовленном ИД «Турбизнес» и Саксонской организацией по туризму (Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH/TMGs), можно найти прикладную информацию для организации поездки в этот удивительный край, а также программы готовых экскурсионных туров от TMGS.

ЧТО? КОГДА? ГДЕ?



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: 4–8 марта 2015 г.

WEB: www.itb-berlin.de



ЧТО: MICE Forum 2015

В программу MICE Forum 2015 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», ВК «Т-Модуль»

КОГДА: 16 марта 2015 г.

WEB: www.miceforum.ru



ЧТО: MITT

Московская международная выставка MITT «Путешествия и туризм» входит в пятерку крупнейших туристических выставок мира и по праву признана международным туристическим сообществом.

ГДЕ: Россия, Москва, «Экспоцентр»

на Красной Пресне

КОГДА: 18–21 марта 2015 г.

WEB: www.mitt.ru

ВОПРОС МЕСЯЦА

Как изменилось количество деловых поездок за период с июня по декабрь 2014 г. по сравнению с аналогичным показателем прошлого года?

27%

Снизилось

33%

Незначительно снизилось

7%

Увеличилось

13%

Незначительно увеличилось

20%

Осталось приблизительно тем же

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

Научный подход

Научные конгрессы и конференции всегда стояли особняком в ряду деловых мероприятий. Каковы особенности организации научных встреч, что неизменно для любой конференции и характерно только для научной и где в Москве ученые чувствуют себя комфортнее всего, встречаясь, ВТ обсудил с ведущими экспертами в области организации мероприятий.

Подготовила Александра ЗАГЕР

Спикеры решают всё

Собственно, алгоритм организации любого мероприятия един. Сначала возникает его идея, концепция, затем более четко формулируется тематика, выбирается место и время проведения, разрабатывается логистика, а параллельно с ней – программа мероприятия, приглашаются спикеры, идет работа по его продвижению на рынке и привлечению участников. Словом, азы и всем очевидные вещи. Однако научные конгрессы требуют несколько иного подхода.

«В первую очередь все конгрессы отличаются по своим задачам. Это может быть демонстрационное PR-мероприятие, которое называется и проходит в форме конгресса или преследует декларативные задачи, событие может сопутствовать политическим мероприятиям. Зачастую конгресс необходим как площадка для диалога либо по проблематике, либо в отрасли. Научные же конгрессы ставят перед собой другие, совершенно четкие задачи. Они несут образовательную функцию, выступают драйвером развития своей области знаний, поднимают профессиональный уровень участников мероприятия.

На медицинских научных конгрессах, например, ведутся дискуссии о тех или иных методиках лечения или диагностирования. Рекомендации конгрессов очень часто являются векторами развития отрасли и индустрии», – рассказывает руководитель конгрессной программы МВЦ «Крокус Экспо» **Петр Тутарашвили**. Именно поэтому, по мнению спикера, залогом интереса к мероприятию является научная программа. «Это тот фундамент, на котором базируется, и одновременно тот основной материал, из которого «строится здание» успешного научного конгресса. Участники научных конгрессов могут простить организаторам многое, но не провальную научную программу», – подчеркивает Петр Тутарашвили. Генеральный директор ООО «Меди Экспо» **Ольга Цоколаева** также называет главной особенностью научных конгрессов наличие научной программы: «Программа должна отвечать последним веяниям науки и быть ориентирована на повышение профессионального уровня участников».

«Для научного конгресса очень важна организация работы научного и программного комитетов, которые занимаются отбором ключевых докладчиков, докладов на секции, сбором тезисов всех выступлений. Необходимо, чтобы эта работа планировалась заранее и была возможность предварительного размещения тезисов отобранных докладов в режиме онлайн на сайте мероприятия», – отмечает директор департамента маркетинга и деловых мероприятий группы компаний «Конкорд» **Марина Васильева**.

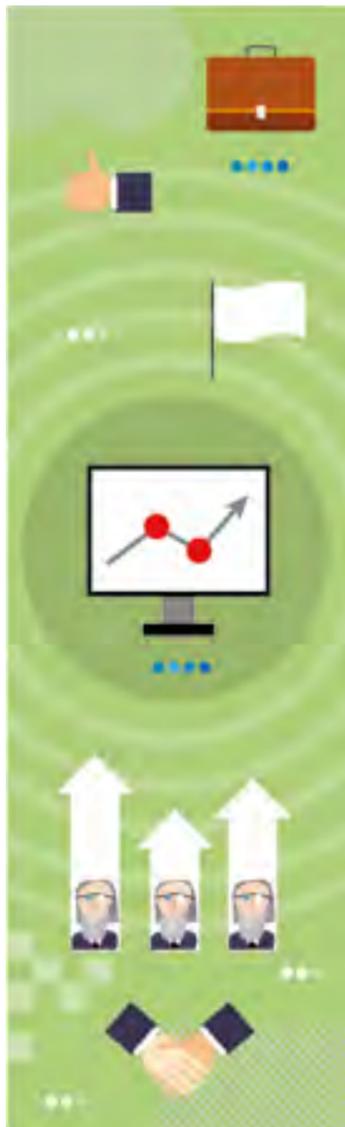
С сайтом и возможностью онлайн-регистрации – особая история. По сути, это должна быть платформа, виртуально отображающая всю суть мероприятия. «Специфика подготовки организации научных конгрессов подразумевает сайт с онлайн-регистрацией, где участник может зарегистрироваться на мероприятие, узнать всю необходимую информацию, познакомиться с новостями отрасли, которой оно будет посвящено, а также воспользоваться дополнительными услугами, например забронировать билет или отель. Не менее важна функция приема платежей по кредитным картам или получения счета с сайта регистрации. Безусловно, удобным бонусом для посетителя станет специальная сокращенная версия сайта для работы с помощью мобильного телефона или планшета», – говорит директор MICE-департамента Continent Express **Надежда Некрасова**.

Успех любой конференции во многом зависит от спикеров, принимающих в ней участие. При организации научных конгрессов этот фактор имеет фактически решающее значение. «Авторитет спикеров и их значение для отрасли привлекают участников. «Люди ходят на других людей» – это характерно для любого конгрессного мероприятия, но для научного – особенно. В любой отрасли есть свои звезды, их наличие среди спикеров конгресса наряду с интересной программой является абсолютным фактором успеха», – подчеркивает Петр Тутарашвили.

О другой немаловажной особенности говорит Марина Васильева – это финансирование научных конгрессов, поскольку, по ее словам, как правило, регистрационных взносов недостаточно для организации

Особенности организации научных конгрессов

- ✓ Составление научной программы мероприятия с привлечением научного и программного комитетов
- ✓ Привлечение значимых в отрасли спикеров
- ✓ Разработка онлайн-платформы мероприятия
- ✓ Финансирование мероприятия не только за счет регистрационных взносов, но и с помощью спонсоров
- ✓ Выбор площадки, позволяющей проводить много сессий одновременно



крупного международного мероприятия с привлечением известных ученых и экспертов, то есть тех самых звезд. «В случае если это крупный международный конгресс, обычно есть бюджетное государственное финансирование. В других случаях необходимо привлечение дополнительных средств помимо бюджета основной организации. Поэтому очень важно заранее найти гарантированное спонсорство главного партнера мероприятия, а также привлечь партнеров для поддержки отдельных событий: деловой программы, регистрации, приветственного банкета и т.д., чем больше, тем лучше», – говорит она.

PR-менеджер департамента по развитию бизнеса компании MахiMICE **Екатерина Гусар** отмечает еще одну особенность научных конгрессов – сроки подготовки. «В случае с научными конгрессами они в несколько раз больше, чем обычно», – отмечает она.

По мнению владельца и генерального продюсера event-холдинга «Князевъ» **Сергея Князева**, принципиальной разницы в организации научных конгрессов и обычных конгрессных мероприятий нет. «Во всех участвуют люди, разделенные на несколько категорий: докладчики, слушатели, эксперты, пресса. Порой выделена категория VIP. На научных конгрессах чаще используются такие формы разделения участников, как работа по секциям, пленарные заседания, круглые столы и т.д.», – рассказывает он.

Место встречи

Логичнее всего проводить научный конгресс в вузе или академии, специализирующейся на нужной отрасли науки. Однако не у всех есть возможности – и технические, и логистические – принять большой конгресс. По мнению опрошенных ВТ экспертов, особенной специфики площадки для таких конгрессов и не требуют.

«Часто такие конгрессы проводятся на территории научно-исследовательских учреждений, выступающих их инициаторами, поэтому и могло сформироваться ошибочное мнение, что единственная площадка для научного конгресса – вуз. Конечно, многое зависит от программы и задач – иногда такая площадка действительно будет правильным выбором по причине демонстрации, допустим, работы каких-то лабораторий и т.п. Для формата же дискуссий, докладов и презентаций таких жестких рамок не существует, например 5-я Балтийская конференция по микробным углеводам была организована MахiMICE в г. Суздале на территории гостиничного комплекса «Пушкарская слобода». Современное оборудование отеля способствовало продуктивной работе, а красота и достопримечательности старинного города – интересному наполнению программы. Кстати, пожеланием к площадке будет наличие дополнительного пространства для возмож-

ности застройки и мини-выставок или постерных сессий», – поясняет Екатерина Гусар.

Петр Тутарашвили также подчеркивает, что научным конгрессам, как правило, необходима площадка, которая в рамках одного пространства позволяет провести и пленарное заседание, и множество отдельных тематических секций, и разместить выставочную экспозицию.

По словам Надежды Некрасовой, площадка зависит от масштаба научного конгресса и темы, которой он посвящен. «Из нашего опыта, если инициатор конгресса – фармацевтическая компания, то место проведения мероприятия выбирается в том регионе, где у клиента наибольшее количество представителей или, например, высокие продажи. Но это не всегда является приоритетом, иногда основная задача – охватить как можно большую аудиторию», – говорит спикер.

«Научные конгрессы, особенно в области медицины, собирают большое количество участников, в связи с этим фактом требуются конгресс-залы, которые отвечают современным мировым стандартам качества и комфорта, из основных критериев – вместимость залов, наличие профессионального аудио- и видео-оборудования, наличие залов для пленарных и параллельных сессий, профессиональный менеджмент. Мы проводим свои мероприятия в МВЦ «Крокус Экспо», в отелях «Рэдиссон Славянская», «Холидей Инн», в ЦМТ», – говорит Ольга Цоколаева.

Марина Васильева также упоминает эти площадки. «Крупные международные конгрессы проходят на больших площадках, таких как конгресс-центр ЦМТ, конгресс-зал в «Крокус Экспо», из новых площадок – конгресс-парк в гостинице «Рэдиссон Ройал». В первую очередь они позволяют разместить большое количество участников – до шести тыс. человек. Также на этих площадках просто создать необходимую инфраструктуру, что позволяет организовать удобную и понятную логистику для иностранных участников. У них есть персонал, говорящий на английском языке, вывески на английском языке, возможности организации кейтеринга для большого количества участников, удобный транспорт», – отмечает она.

Сергей Князев упоминает и другие интересные для научных конгрессов площадки: «До появления Сколково и объектов в Сочи научные и другие конгрессы, конференции, форумы проводились в конференц-залах таких центров, как здания президиума Академии наук и ее региональных филиалов, научных публичных библиотек и т.д. Сейчас научные конференции преимущественно проводятся в самых современных и великолепно оснащенных новейшей техникой залах объектов недавно прошедшей сочинской Олимпиады, а также в Сколково и в научных центрах успешно реконструированного Новосибирского академгородка».

Наука и техника

Свет, звук, Интернет, флип-чарты, видеопроекторы – это стандартный набор любой конференции. Научным конгрессам, как правило, приходится выходить за стандартные рамки.

«Научные конгрессы несут образовательную функцию, выступают драйвером развития своей области знаний, поднимают профессиональный уровень участников мероприятия»

«Как правило, конгрессы – это площадки не только для обсуждения, но и для презентации инновационных решений или научных открытий. Техническое оснащение зала должно соответствовать и качественно демонстрировать и звук, и картинку, и спецэффекты. При выборе площадки учитываются все эти моменты, но, безусловно, любое оборудование можно установить дополнительно. Например, не все популярные залы предоставляют оборудование для

синхронного перевода или 3D-проекторы», – рассказывает Надежда Некрасова.

По словам Екатерины Гусар, наиболее частая потребность – это оборудование для синхронного перевода, поскольку на научные встречи обычно собираются представители разных стран.

«Обязательно должно быть аудиовизуальное оснащение для демонстрации презентаций, наглядного разбора клинических случаев на экране, доступ к сети Интернет для проведения онлайн-консультаций, лекций, трансляций из операционных в конференц-залы, оборудование для синхронного перевода», – говорит Ольга Цоколаева.

«Особенности программы научных мероприятий в том, что на них много докладов, которые включены в большое количество параллельных сессий. Значит, необходимо бронировать много залов с оборудованием на одно и то же время. Но даже в этом случае не все доклады могут попасть в основную программу конгресса. Тогда можно организовать постерную сессию в холлах, где во время перерывов выступают участники с презентациями своих докладов, которые демонстрируются на дополнительном мультимедийном оборудовании или на стендах с постерами на двух языках», – отмечает Марина Васильева.



Мы специализируемся на организации конгрессов и выставок в различных отраслях медицины

Наши услуги:

- Ивент-менеджмент проектов;
- Научный секретариат;
- Привлечение спонсоров и информационных партнеров;
- Менеджмент делегатов, экспонентов и спонсоров;
- Организация выставок;
- Создание фирменного стиля мероприятия;
- Собственная система аккредитации мероприятий: создание сайта платформы с он-лайн регистрацией, личным кабинетом, приемом платежей, возможностями администрирования тезисов/заявок/обращений, анализ и формирование баз данных участников;
- Маркетинг и PR мероприятий;
- Полное техническое обеспечение мероприятий;
- Туристические услуги для делегатов и спикеров.

www.mediexpo.ru
+7 (495) 721-88-66 expo@mediexpo.ru



Членство в профильных организациях:

- Всемирная ассоциация выставочной индустрии (UEI)
- Российский союз выставок и ярмарок (РСВЯ)
- Международная ассоциация конгрессов и конференций (ICCA)
- Московская торгово-промышленная палата (МТПП)



Международный симпозиум по метастабильным, аморфным и наноструктурированным материалам – 19-й ISMANAM, организованный компанией MaxiMICE

Как это делается

Мы попросили наших экспертов привести примеры из практики организации крупных научных конгрессов.

Сергей КНЯЗЕВ, владелец и генеральный продюсер event-холдинга «Князевъ»

Сергей Князев привел пример необычной конференции, организованной им по заказу разработчиков новых насосов для магистральных трубопроводов: «Задачу передо мной поставили весьма непростою – сделать так, чтобы максимальное число участников конференции были активными, а не в состоянии легкой дремы. Я устроил так, что огромный насос размером с автобус был выкрашен золотой краской и похож на статую сидящего в храме Будды. Всех разработчиков этого насоса, включая главных научных светил, я нарядил в оранжевые плащи с капюшонами, и они стали похожи на буддийских монахов. Помещение, в котором был установлен новейший наукоемкий насос, с помощью декора было оформлено в стиле соответствующего храма, в котором звучала характерная музыка и дымились ароматные палочки. Большая часть этой научной конференции походила на церемонию поклонения насосу с забавными, но увлекательными ритуалами, с помощью коих были раскрыты все научные разработки этого уникального инженерного сооружения».

Марина ВАСИЛЬЕВА, директор департамента маркетинга и деловых мероприятий группы компаний «Конкорд»

Марина Васильева поделилась опытом компании в организации конгрессов и конференций для специалистов по энергетике, нефти и нефтехимии для медицинских работников, биологов, охотоведов, метеорологов: «Крупнейшим мероприятием прошлого года стал Международный энергетический форум, который проходил на площадке «Конгресс-парка» гостиницы «Рэдиссон Ройал, Москва». Он стал первым деловым мероприятием на этой площадке после ее открытия».

Ольга ЦОКОЛАЕВА, генеральный директор ООО «МЕДИ Экспо»

Ольга Цоколаева рассказала о ежегодном всероссийском форуме «Мать и Дитя» – одном из крупнейших и авторитетных национальных форумов в сфере акушерства, гинекологии и перинатологии, который собирает более 4 тыс. врачей такого профиля: «Данное мероприятие посвящено решению проблем материнства и детства, реализации государственных и общественных инициатив, направленных на укрепление и сохранение репродуктивного здоровья населения, которые позволили достичь таких важных результатов в области демографии, как снижение материнской и младенческой смертности, снижение показателя убыли населения. В центре обсуждения форума находятся актуальные проблемы акушерско-гинекологической службы страны в современных условиях. Значительное внимание уделяется достижениям медицинской науки, применению передовых технологий в охране здоровья женщин и новорожденных детей».

Петр ТУТАРАШВИЛИ, руководитель конгрессной программы МВЦ «Крокус Экспо»

Петр Тутарашвили также говорит об этом форуме: «Есть ряд национальных мероприятий, которые можно отметить как примеры удачных ежегодных научных конгрессов. Остановлюсь на одном, на мой взгляд, самом масштабном из тех, что проходят регулярно. Всероссийский научный форум «Мать и дитя» – мероприятие, проходящее уже более пятнадцати лет, на моей памяти последние пять лет оно собирало не менее 3500 участников (очень серьезные цифры для России). В рамках форума за четыре дня проходит свыше 80 различных семинаров, круглых столов, симпозиумов, клубных заседаний».

Екатерина ГУСАР, PR-менеджер департамента по развитию бизнеса компании MaxiMICE

Екатерина Гусар: «Наша компания выступала техническим партнером проводимого впервые в России Международного симпозиума по метастабильным, аморфным и наноструктурированным материалам – 19-го ISMANAM. Мы занимались приемом организационных взносов, осуществляли технический секретариат проекта. Был разработан индивидуальный дизайн, напечатана полиграфия, изготовлены портфели участников, сувениры, оформлен зал заседаний. В рамках симпозиума мы также подготовили выставку. Разумеется, была оказана визовая поддержка иностранным делегатам, транспортное обслуживание участников симпозиума, питание (включая торжественный ужин), предоставлена экскурсионная программа».

«Экспофорум» – новый этап в развитии MICE-индустрии

В октябре 2014 г. в городе на Неве состоялось открытие современного конгрессно-выставочного центра «Экспофорум», который превратит Санкт-Петербург в центр индустрии деловых встреч.

Открытие «Экспофорума» – одно из важнейших событий на рынке Северо-Запада. Конгрессы, форумы, выставки, фестивали и шоу – всё это будет работать на экономику региона, привлекая туристов и помогая развитию бизнеса. «К 2020 г. Санкт-Петербург должен войти в десятку конгрессных центров Европы и двадцатку конгрессных центров мира, и мы будем активно этому способствовать», – пообещал **Сергей Воронков**, генеральный директор компании «ЭкспоФорум-Интернэшнл».

Для реализации амбициозных планов есть все условия. На территории нового комплекса, занимающего 56 га в районе Пулков, расположена вся необходимая инфраструктура: конгресс-центр вместимостью до 10 тыс. человек с основным залом на 4200 мест и залом для гала-мероприятий на 2000 мест, три выставочных павильона общей

площадью 40 тыс. кв. м, бизнес-центр, таможенно-логистический терминал, парковка на 4700 мест. Гости города смогут разместиться в отелях Hilton St. Petersburg ExpoForum и Hampton by Hilton St. Petersburg ExpoForum, которые суммарно предложат 447 номеров. Вместе с новой площадью компания предоставляет полный комплекс услуг для организации мероприятий на высшем уровне, включая транспортное и туристическое обслуживание, кейтеринг, застройку выставочных площадей, рекламное и PR-сопровождение. График загрузки «Экспофорума» сформирован на ближайшие два года. На площадку перешли крупнейшие выставочные проекты из «Лен-экспо». Среди мероприятий есть и новинки, так, в 2015 г. впервые на российском рынке будет представлен международный специализированный проект Solids Russia от компании

easyFairs, посвященный технологиям обработки, хранения и транспортировки сыпучих материалов, в этом же году состоится шестая сессия Конференции государств – участников Конвенции ООН против коррупции, а в 2016 г. пройдут Международная конференция и выставка газомоторной индустрии (NGV Global) и Международный симпозиум по атеросклерозу. «ЭкспоФорум-Интернэшнл» традиционно сотрудничает с ведущими мировыми выставочными организаторами – ITE Group, Reed Exhibitions, Messe Düsseldorf, Messe Essen, Messe Frankfurt, Dolphin Exhibitions, а также с российскими лидерами выставочного бизнеса – ВО «РЕСТЭК», «ФАРЭКСПО», «Кино Экспо», КВК «Империя» и другими. Огромный опыт позволяет достойно провести мероприятие любого уровня. **Мы всегда рады новым проектам!**

**ЭКСПОФОРУМ
КОНГРЕССНО-
ВЫСТАВОЧНЫЙ
ЦЕНТР**

15 мин
от ДВРК
СТАНЦИЯ МЕТРО

5 мин
от КАПОЛОНТА
ПУЛКОВО

5 мин
от КАМЕРОВОЙ
АВТОДОРЖИ

ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ
EXPOFORUM

КОНГРЕССЫ – ВЫСТАВКИ – ШОУ – СПОРТ

ВЫСТАВКИ	КОНГРЕССЫ	БАНКЕТЫ	КОНЦЕРТЫ	СПОРТИВНЫЕ СОРЕВНОВАНИЯ
до 50 000 м ² БРУТТО	до 8 000 УЧАСТНИКОВ	до 6 500 ЧЕЛОВЕК	до 10 000 ЗРИТЕЛЕЙ	до 5 000 ЗРИТЕЛЕЙ

EXPOFORUM

РОССИЯ, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
ПЕТЕРБУРГСКОЕ ШОССЕ, 64/1

+7 (812) 240 40 40
WWW.EXPOFORUM-CENTER.RU

ANTOR MICE workshop.

В тренде – Россия

29 января в Москве в отеле The Ritz-Carlton, Moscow уже в одиннадцатый раз собрались профессионалы делового туризма и MICE, чтобы обсудить актуальные вопросы отрасли в рамках ANTOR MICE workshop.

Подготовила Александра ЗАГЕР



Открывая работу ANTOR MICE workshop, председатель Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы **Сергей Шпилько** поздравил участников и организаторов мероприятия с тем, что оно успешно состоялось, несмотря на непростые экономические условия. Он также отметил, что, по опыту прошлых кризисных лет периода 2008–2009 гг., в выигрыше остаются те, кто занял активную позицию и использует кризис как толчок для развития. В этом году Московский туризм поддержал мероприятие официально.

Энтони Каруана, организатор ANTOR MICE workshop и руководитель Мальтийского управления по туризму, отметил, что участников в этом году меньше, чем в прошлом, чуть больше 60, однако с учетом экономической обстановки в стране это хороший результат. «При подготовке мероприятия я чувствовал, что есть спад спроса. Однако решил все-таки его сделать, потому что стоит сдать один раз – и в следующем году тебе уже никто не поверит. А мы, мальтийцы, так легко не сдаемся. Я рад, что посетителей пришло много, и доволен тем, как в целом прошло мероприятие. Мы сделали лучше, чем ожидали. В этом году у нас принимает участие Комитет по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы, более того, Комитет официально поддерживает наше мероприятие. Москва – центр притяжения деловых путешественников в России, и городу есть что им предложить», – рассказал он.

В этом году было много компаний, представляющих MICE-возможности регионов России, что неудивительно с учетом нынешней экономической обстановки, а также продукты, позволяющие максимально эффективно провести мероприятие и добиться хороших показателей возврата инвестиций.

К последним, например, относится концепция MIND events, широко распространенная в Скандинавии, в частности в Дании. Business event, по концепции Meetovation, предполагает активное вовлечение сотрудников, креативную обстановку, ответственность перед окружающей средой и традиции культуры и места, где проходит мероприятие. «Смысл нашей концепции в том, чтобы в сделать мероприятие как можно более продуктивным для компании и таким, чтобы возврат инвестиций прошел как можно быстрее», – рассказывает **Елизавета Федорова**, руководитель проектов компании ICS – Motivational Events. «При использовании данной концепции мы стремимся к тому, чтобы каждый участник мероприятия почувствовал, что именно его идеи и мысли важны для компании, чтобы не было барьеров в общении и самовыражении. А также мы помогаем понять, почему именно это направление, именно эта площадка подходит для данного мероприятия – как они отражают миссию компании и тематику мероприятия», – отметила она.

География регионов России, представленных на ANTOR MICE workshop, была весьма широка – от Крыма до Калининграда.

«У нашей компании богатый опыт организации мероприятий в Крыму. Мы много лет принимали российские бизнес-группы в этом регионе, и нам было проще всего переориентироваться в сложившихся сейчас условиях. Мы открыли офис в Крыму, поддерживаем активные связи с поставщиками всех необходимых услуг – от экскурсий до транспорта. Многие наши морские программы, хорошо обкатанные в Одессе, прекрасно подойдут и для Крыма», – рассказывает **Сергей Кириченко**, руководитель департамента въездного туризма

компании «Альбатрос Трэвел». По его словам, среди предложений компании есть, например, уникальная площадка – озеро в горах, которое можно снять целиком для проведения мероприятия с видом на Медведь-гору. Там можно организовать барбекю-вечеринку или корпоративную рыбалку. Другим популярным местом являются смотровые площадки Ялтинской киностудии. «Интерес к Крыму будет расти, уже сейчас по состоянию на начало года просчитано порядка 10 тендеров для группы, предполагающих проведение мероприятия в Крыму», – отметил эксперт.

По словам **Михаила Друмана**, директора компании «Балта Турс», Калининград вызывает большой интерес у российских туристов, в том числе и деловых. «Мы очень востребованы, на январские каникулы город был полон гостей, да и летом спрос не падает. Иногда до такой степени, что ощущается нехватка гостиничной базы, поэтому лето надо бронировать зимой», – говорит он. – Мы оптимизируемся, создаем новые продукты, программы, квесты. Очень много интересного происходит у нас в поселке Янтарный, большой популярностью пользуется квест «В поисках Янтарной комнаты». Особенно приятно, что нашу работу замечают в правительстве Калининградской области. Так, на основе нашего каталога, раздела, посвященного программам по MICE-возможностям Калининграда, правительством был издан сборник «Кругом впечатления».

Николай Смольникий, первый заместитель директора филиала «ТМК «ГРИНН» ЗАО «Корпорация «ГРИНН» отметил, что от участия в мероприятии ожидает поддержания старых и получения новых контактов, поскольку корпорация есть что предложить и организаторам мероприятий, и корпоративным заказчикам.

"КОНКОРД" - ГАРАНТ ВАШЕГО УСПЕХА НА ВЫСТАВКАХ



Выставочный сервис:

- разработка выставочной концепции
- организация экспозиций
- разработка дизайн-проектов и единого стиля экспозиций
- строительство и оформление стандартных и эксклюзивных стендов
- оформление таможенных грузов
- подготовка и организация деловой программы
- все виды рекламной продукции и PR-поддержка
- аккредитация
- услуги по организации поездок на выставки

Услуги:

- бронирование и размещение в гостиницах различных категорий
- авиа- и железнодорожные билеты
- полная визовая поддержка и медицинское страхование
- транспортное обслуживание
- экскурсионная и культурная программы
- VIP-обслуживание



Группа компаний "КОНКОРД"
127055, Москва, Тихвинский пер., д.11, стр.2, тел.: (495) 961-11-99
191023, Санкт-Петербург, ул. Садовая, 28-30, офис 23, тел/факс: (812) 335-08-80/81/82
e-mail: reception@concordgroup.ru, www.concordgroup.ru



Таиланд объединяет мир

Во всяком случае, именно так называется новая маркетинговая MICE-кампания региона для Европы и Великобритании – Thailand CONNECT the World. О ее запуске было объявлено в ходе роуд-шоу в Лондоне в конце 2014 г.

Таиланд занимает ведущие позиции в Азии по количеству и качеству деловых мероприятий. Новая кампания ориентирована главным образом на корпоративных заказчиков и посетителей деловых мероприятий. Концепция Thailand CONNECT the World основана на трех столпах: во-первых, это собственно страна с развитой гостиничной, туристской, транспортной и конгрессной инфраструктурой, ее неслучайно называют «Рай для мероприятий». Во-вторых, это бизнес-возможности Таиланда, которые практически безграничны. И в-третьих, это люди, в стране много высококвалифицированного, хорошо обученного персонала, способного организовать и провести мероприятие любой сложности.

Сектор делового туризма в Таиланде состоит из трех основных частей: на корпоративные встречи приходится порядка 25% всего потока бизнес-путешественников, на инсентив-поездки – 24%, на международные конгрессы – 33%, на международные выставки и ярмарки – 18%.

Лучше всего о потенциале страны говорят цифры. За период с октября 2013 г. по сентябрь 2014 г. Таиланд принял порядка 918 530 иностранных деловых путешественников. В бюджет страны они принесли, по разным оценкам, от 2,13 до 2,57 млрд евро. Согласно прогнозам, благодаря запущенной кампании Таиланд сможет привлечь в страну в 2015 г. 1 036 300 бизнес-туристов, что на 17% больше результата 2014 г.

По словам вице-президента по стратегическому и бизнес-развитию TCEB г-жи Супаван Тирарат, развитие делового туризма и MICE, а также индустрии встреч страны в целом является одним из стратегических направлений для Таиланда. «Мы готовы сде-

лать всё для того, чтобы деловые мероприятия у нас проходили успешно, а их организаторы достигали поставленных целей», – отметила она.

С целью поощрения тех мероприятий, которые предполагают участие более чем 100 человек и длятся более трех дней, была разработана программа Meeting Bonus. Это проект государственных субсидий для организаторов мероприятий. Участники программы могут получить финансовую поддержку порядка 2,5 тыс. евро.

В 2015 г. Таиланд представит еще более масштабную кампанию под названием Thailand CONNECT The World: Global Business and Local Experts Link to Boost Business Events Success.

Таиланд – развитая страна и рай для деловых мероприятий

Подтверждением тому служат следующие факты. Таиланд никогда не спит, следовательно, мероприятия можно проводить в разное время суток, не ограничиваясь рамками рабочего дня.

Деловые мероприятия здесь проходят с рассвета до заката, в то время, которое удобно и важно заказчику. Здесь практически везде есть высокоскоростной Интернет, им обеспечено 98% территории страны; на борту национального перевозчика Таиланда компании Thai Airways, а также авиакомпании Nok Air работает Wi-Fi.

Таиланд очень богат культурным и историческим наследием.

Здесь масса исторических памятников и природных заповедников, культурных фестивалей, здесь инте-

ресная кухня и большое разнообразие вариантов активного отдыха. Делегаты любого съезда или конгресса смогут найти себе занятие по душе и разнообразить свою программу пребывания так, как им захочется.

Бизнес в Таиланде. Безграничный деловой потенциал, крупнейший мировой рынок бизнес-возможностей

Таиланд входит в состав Ассоциации государств Юго-Восточной Азии (ASEAN Economic Community – AEC) и находится фактически в центре 16 экономически активно растущих стран, с которыми налажены хорошие экономические связи.

Кроме того, Таиланд можно назвать своеобразным коммерческим хабом, где производится множество товаров – от электроники до ювелирных изделий, и всё это при поддержке правительства страны.

В Таиланде работает множество неправительственных организаций, так или иначе способствующих развитию отрасли MICE и делового туризма. Среди них United Nations ESCAP, Amnesty International, UNDP, UNICEF, PATA, GBTA. Эти ассоциации инициируют проведение крупных международных событий, конференций, саммитов и иных мероприятий на территории королевства.

Люди Таиланда. Профессионалы, которые обеспечивают успех

В Таиланде много профессионалов индустрии встреч, имеющих большой опыт организации разного рода событий. При этом все они – люди целеустремленные, привыкшие работать на результат и быстро реагировать на изменения на рынке.

Таиланд всячески поощряет интерес людей к данному виду деятельности, заботится о профильном образовании и активной практике студентов.

1. Презентация концепции Thailand CONNECT the World в Лондоне. В центре – в национальном костюме вице-президент по стратегическому и бизнес-развитию TCEB г-жа Супаван ТИРАРАТ, справа от нее – поверенный в делах Королевства Таиланд в Лондоне г-н Надхавафна КРИШНАМПА
2. Г-жа Супаван ТИРАРАТ выступает с докладом об особенностях представленной концепции
3. Таиланд никогда не спит
4. В Таиланде есть прекрасные площадки для гольфа – популярной инсентив-активности.
5. В инвент-площадках тоже недостатка нет. На фото – зал Royal Dusit Grand Ballroom в отеле Dusit Thani

Индустрия деловых встреч Таиланда в цифрах, 2014 г.

	Посетители			Доходность (млн евро)		
	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Встречи	220 042	258 286	232 697	610,2	672,2	577,47
Инсентив-поездки	218 808	247 936	240 835	360,57	395,4	379,05
Конференции	292 038	315 961	287 002	705,6	781,35	692,72
Выставки	164 336	191 319	157 996	317,7	363,1	340,75
Всего	895 224	1 013 502	918 530	1994,25	2212	1990





1. Эльза АБАДОВСКАЯ, административный менеджер компании Covidien
 2. Татьяна ПОПЛАВСКАЯ, управляющий директор ОАО «Открытие Холдинг»
 3. Анжела СТАРКОВА, ведущий специалист по организации клиентских мероприятий компании «Билайн»
 4. Марина СУРЖИКОВА, руководитель event-департамента компании Coral Club International

Итоговый калейдоскоп АБТ-АСТЕ Russia: причудливые узоры бизнес-трэвел и MICE 2014 г.

В Красном зале гостиницы «Метрополь» в декабре состоялась итоговая образовательная сессия АБТ-АСТЕ Russia. Представители индустрии делового туризма делились профессиональными достижениями, рассказывали о сложностях, сравнивали результаты своей работы с показателями коллег, оценивали перспективы и ставили задачи на будущий год.

Подготовила Наталья ТРАВОВА

Опыт сокращения расходов на бизнес-трэвел поделилась административный менеджер компании Covidien Эльза Абадовская. Изменения в локальной трэвел-политике на первом этапе затронули авиа- и ж/д билеты. «Прежде наши сотрудники могли, не нарушая трэвел-политики, купить билет экономкласса, но тарифа «оптимум-эконом», который по цене приближается к бизнес-классу. Поэтому мы прописали группы тарифов, и теперь бизнес-путешественники могут выбирать самый экономичный вариант», – рассказала спикер. – Также мы ввели определенные правила, которые касаются выбора класса билета на поезд. А еще прописали большими красными буквами, что неоправданный возврат или отмена командировки – это личная ответственность сотрудника. То есть забыл отменить бронирование отеля – должен отчитаться». К слову, благодаря такому правилу в третьем квартале 2014 г. в компании сумма за штрафы при возврате билетов понизилась на 41,2%.

О законах бизнес-трэвел в своем выступлении рассказала директор департамента корпоративной поддержки и управляющий директор ОАО «Открытие Холдинг» Татьяна Поплавская. «Прежде для меня важен сам трэвел-менеджер, потому что любой процесс и любые возможности – ничто без тех людей, которые их создают», – отметила г-жа Поплавская. Другими составляющими успеха, по словам спикера, являются правильно выстроенные процессы и процедуры, отвечающие потребностям конкретного бизнеса в конкретной обстановке. Они должны быть очень четкими с однозначной трактовкой, а также логичными и обоснованными (если вы что-то запрещаете сотрудникам, следует объяснить, почему). Значительную роль играют также Clever Purchasing («умные закупки»), общение внутри компании – с руководством и сотрудниками (важно всегда оставаться объективным и справедливым), работа на опережение, выбор провайдеров и дальнейшее сотрудничество с ними.

Опыт проведения тендера по выбору TMC поделилась менеджер управления непрямыми закупками компании Cordiant Мария Низяева. Как отметила спикер, на

подготовительном этапе необходимо было сформировать требования к услуге, например обозначить приоритетные направления и перечень интересующих гостиниц. Также специалисты Cordiant разработали критерии выбора трэвел-агентства. Среди них минимальные тарифы, возможность работать по трехсторонним договорам с авиаперевозчиками и гостиницами, а также требования к онлайн-системе TMC.

Руководитель event-департамента компании Coral Club International Марина Суржикова рассказала о том, как практически с нуля создать event- и travel-департамент. В своей презентации спикер наглядно продемонстрировала структуру департамента и подробно описала нюансы его работы. Обозначив возможные позиции и обязанности сотрудников отдела по организации мероприятий и бизнес-поездки, г-жа Суржикова отдельно остановилась на т.н. имплантах – сотрудниках TMC, размещенных в офисе компании-клиента. Эксперт отметила, что если, к примеру, запланировано большое количество однотипных мероприятий в разных городах России и СНГ, без имплант-менеджера сложно обойтись. «Этот человек работает в нашем офисе, но у него за спиной целая компания. Поэтому такому координатору можно отдать большие объемы – даже организацию 40–50 мероприятий в месяц».

Свой самый проблемный и одновременно самый любимый проект уходящего года представила ведущий специалист по организации клиентских мероприятий компании «Билайн» Анжела Старкова. На мероприятии по повышению лояльности корпоративных клиентов к бренду «Билайн Бизнес» была обыграна тематика зимней Олимпиады в Сочи. Несмотря на то, что оно состоялось в разгар лета в центре Москвы, была создана такая атмосфера, что незнакомые друг с другом гости – а их было порядка 160 человек – почувствовали себя будто в кругу друзей в Олимпийском парке. Во многом благодаря тематическим викторинам, развлекательной части и акцентам на деталях. К примеру, табличка на веранде указывала, сколько здесь метров над уровнем моря, а прямо посреди зала выступили фигуристы.

Время объединяться!

Как бы вы оценили динамику и структуру потока деловых путешественников в 2014 году в сравнении с показателями 2013 года?

Оценить динамику лично можно после того, как появится полная статистика за прошедший год. Я думаю, что, несмотря на непростую экономическую ситуацию на рынке, отрасль продолжает развиваться, пусть и небольшими темпами. Рынку, безусловно, брошен вызов, и многое придется преодолеть, но, думаю, сил у игроков на это хватит.

Каковы, по вашим оценкам, результаты продаж бизнес-поездки в период новогодних и рождественских каникул?

По моему мнению, Новый год и Рождество – не время для деловых поездок. В этот период всё дороже обычного, цены выше, площадок для проведения мероприятий меньше, словом, не самый удачный момент для бизнес-мероприятий.

Чего вы ждете от 2015 года? Как, по-вашему, изменятся предпочтения российских бизнес-путешественников? Что бы вы назвали новыми трендами на рынке делового туризма?

Нынешний, 2015 год будет одним из самых интересных за всю мою 23-летнюю практику работы в России. С одной стороны, мы попали в крайне сложные экономические условия, пожалуй, раньше такого испытывать не приходилось, а с другой – такая ситуация открывает массу возможностей. Санкции, которые затронули некоторые отрасли бизнеса, должны способствовать тому, чтобы бизнесмены активнее налаживали связи со странами, не применившими никаких санкций к России. В связи с этим могу прогнозировать возрастающий интерес к странам БРИКС и некоторым регионам Азии.

Сейчас российские бизнесмены вынуждены путешествовать даже больше, чем раньше, чтобы освоить новые рынки и продукты, которые не подпали и, соответственно, не ввели санкции. Очень большое значение сейчас имеет курс валют. Думаю, сейчас российские бизнесмены будут рассматривать варианты более дешевого размещения и более демократичные по ценам пакеты услуг. В связи с тем, что работать в кризис надо очень активно, повысится интерес к инсентив-турам, поскольку сотрудников нужно и мотивировать, и премировать. И в этом я вижу огромный потенциал для креативных идей качественных мероприятий со скромным бюджетом. Кроме того, в таких условиях будет активно развиваться внутренний туризм, в том числе и деловой, и тут, конечно, на первый план выйдет Сочи, где сейчас есть отличная бизнес-инфраструктура.

Бизнес-туризм предполагает посещение конференций в разных городах. Как изменилась география поездок? Есть ли отрасли, спрос на бизнес-поездки от которых заметно сократился?

На самом деле сейчас практически все компании, независимо от сектора экономики, в той или иной степени заняли выжидательную позицию и смотрят, как меняется ситуация. Как я уже говорил выше, многие стали расширять географию в поисках новых партнеров, новых площадок и новых рынков.

Прошлый, 2014 год оказался очень непростым для всей туристической отрасли. Повлияло ли это как-то на Moscow International MICE Forum? Каковы ваши ожидания от мероприятия в этом году?

В связи с текущей ситуацией количество участников выставки сократилось. По сравнению с прошлым годом их стало меньше примерно на 20%. Однако у нас есть и новички, которые заинтересованы в развитии бизнеса в России и готовы вкладывать в это свои силы и время. Большинство наших участников с нами уже 10 лет, Россия для них – серьезный рынок, и им сейчас очень важно показать свою солидарность с российскими партнерами, пережить трудные времена и вместе двигаться вперед. Я считаю, что сейчас в отрасли настало время для консолидации, нужно вместе решать проблемы и готовить базу для будущего, хорошего и успешного будущего.

Что нового будет на Moscow International MICE Forum в этом году?

Мы нашли тот формат мероприятия, который удобен всем участникам и посетителям и прекрасно себя зарекомендовал в прошлые годы. Поэтому мы продолжим двигаться в этом направлении.

К нам по-прежнему можно попасть только после предварительной регистрации, что позволяет сделать общение на форуме более адресным и эффективным. Мы работаем над деловой программой, которая позволила бы показать российский рынок MICE и делового туризма с разных сторон как зарубежным фирмам, так и местным компаниям.

Вы проводите Moscow International MICE Forum каждый год много лет. Как за эти годы изменилась индустрия деловых путешествий?

Мы проводим MICE Forum 11 лет, и за эти годы я наблюдаю огромные изменения в отрасли. Каждый год сюда приезжают наши партнеры со всего мира, чтобы познакомиться с российским рынком и представить его участникам свои возможности. Интерес к России есть, иначе наше мероприятие не проходило бы ежегодно с таким успехом, а наши постоянные участники не возвращались бы к нам из года в год.



Ким ВАДДУП, президент компании aiGroup, организатор Moscow International MICE Forum и эксперт в области делового туризма, рассказывает о том, как изменился рынок MICE и что ждет участников и посетителей форума в этом году.

«Я считаю, что сейчас в отрасли настало время для консолидации, нужно вместе решать проблемы и готовить базу для будущего, хорошего и успешного будущего»



RCS – Russian Corporate Services

Дополненная реальность – новый интерактив для мероприятий



Развивая направление внедрения в MICE новых технологий, компания RCS – Russian Corporate Services наряду с мобильными приложениями, интернет-проектом MICEDISCOUNT, виртуальным граффити реализовала новый проект «Дополненная реальность – RealYou». Теперь гости корпоративных праздников, дней рождений, участники конференц-мероприятий, посетители торговых центров могут мгновенно оказаться в другой стране или даже на другой планете, изменить свою внешность, стать героями видеоролика, не отходя от плазменного экрана, и всё это благодаря новой интерактивной установке от RCS.

Технические возможности новинки очень интересны и многообразны. Программное обеспечение легко можно перестроить под цели и задачи вашего мероприятия, будь то промоакция какой-либо продукции или развлекательный интерактив для взрослых или детей. «Дополненная реальность» от RCS позволяет в автоматическом режиме загружать готовые фото в социальные сети и распечатывать их на мероприятия.

Недавно RCS запустила новый сайт www.wow-wall.com, на котором выложены многочисленные видеоролики и отчеты с мероприятий, рассказывающие о возможностях современных цифровых и интерактивных технологий для MICE.



MaxiMICE

Деловые встречи – 2015

Компания MaxiMICE открывает серию бизнес-завтраков для заказчиков корпоративных услуг, посвященных самым актуальным темам. Агентство пригласит к выступлению интересных спикеров из числа своих партнеров. Пройдут презентации по направлениям, расскажут о трендах в индустрии, продемонстрируют сложные кейсы реализованных недавно проектов. Встречи будут проходить на новых площадках столицы. Аккредитоваться на ближайшее мероприятие можно в департаменте по развитию бизнеса MaxiMICE.

EventPlatform

Новый стандарт мобильных приложений для цикловых совещаний



Презентовав свой новый продукт «Кампус» в 2014 г., компания EventPlatform приступила к его внедрению в рамках больших выездных мероприятий. Сразу несколько полномасштабных проектов с элементами геймификации, измерения и стимуляции активности участников были проведены в январе 2015-го. Сотрудники корпорации Eli Lilly, отправившиеся в Оман на Национальную конференцию по продажам (NSM), установили на свои рабочие планшеты приложение, которое помогало им эффективно взаимодействовать, ориентироваться в программе и материалах, а главное – стало инструментом соревнования за «высокие научные степени». У каждого участника в планшете «поселился» забавный персонаж – помощник, собеседник и навигатор по конференции. Он подсказывает, как набрать призовые баллы, чтобы обещать «карьерный рост»: от «практиканта» к «доктору», от «доктора» к «профессору» и т.д.

Чтобы вовлечь в активную работу всех участников вне зависимости от их должности и темперамента, использовалось множество способов заработать баллы, например:

* **Знакомство.** Участник знакомится с коллегой, сканирует уникальный код на его планшете и получает призовые баллы.

* **Вопрос докладчику.** Докладчик может оценить вопрос, отметив его на своем планшете, и это также принесет дополнительные баллы.

* **«Требуется быстрый ответ».** Периодически на экране появляются вопросы – к примеру, о продуктах компании. Чем быстрее участник ответит, тем больше баллов заработает.

Баллы также начислялись за регистрацию на сессиях, просмотр материалов, даже за публикацию фотографий, которые впоследствии попадали в общий фотоальбом конференции.

«Такой подход, – отмечает **Дмитрий Бычков**, технический директор компании, – решает сразу две задачи: вовлечение участников и сбор информации об их активности для последующего анализа. Мы видим, что инструмент измерения эффективности мероприятия создан, успешно работает и будет крайне востребован в начавшемся году».



UNIFEST

Практика работы в условиях нестабильности рынка

сократить тремя путями: искать креативные подходы к стандартным задачам, привлекать внутренние резервы, и привлекать волонтеров, особенно если речь идет об очень крупных событиях.

Последними новостями авиаиндустрии поделилась Key Account Manager Московского представительства и регионов Lufthansa Group **Маргарита Вишневская**. Эксперт порадовала аудиторию известием, что, несмотря на ощутимые колебания в индустрии, рынок готов предложить новые уникальные решения для своих клиентов. Такие как, AIRail и Lufthansa Bus.

О новаторстве в области управления корпоративными поездками говорила административный директор ЛТМ M&S, Russia **Марина Кречетникова**. Речь шла о сокращении расходов на деловые поездки путем привлечения к этому процессу сотрудников. По этой схеме, если сотрудник потратил на поездку меньше установленного лимита, (используя например, свои бонусы и мили для оплаты перелета и проживания), разница или полностью уходит ему, или делится в определенных долях с компанией. Таким образом, вовлеченность в процесс порождает эффективность в работе.

Директор департамента обслуживания корпоративных клиентов American Express Bank **Александр Сафонов** рассказал о практике использования кредитных решений для управления расходами. Он отметил, что продукт American Express Business Travel Account позволяет сделать так, чтобы для клиента платеж выглядел постоплатой, а для агентства – предоплатой.

Руководитель направления бизнес-трэвел в Восточной Европе и на развивающихся рынках компании Accenture **Ольга Хорасанова** уделила внимание практике сокращения расходов на гостиницы путем установления значений rate caps и block behavior.

Rate caps – это максимально возможная стоимость проживания в отеле для сотрудника определенного уровня, а block behavior – система, которая не дает забронировать отель по стоимости выше, чем положено.

Руководитель направления департамента маркетинга РДТЕХ **Эдуард Картавый** предложил аудитории акцентировать внимание на расчете эффективности мероприятий.

В завершение дискуссии директор Prowine **Илья Защук** поделился своим опытом в сфере корпоративных алкогольных подарков.

В середине декабря компания UNIFEST традиционно пригласила на заседание Клуба Делового Общественного Представительства корпоративных клиентов, а также отелей и авиакомпаний, чтобы обсудить стратегии реализации событий в рамках нестабильного рынка, и найти ключевые векторы развития. Вел встречу директор MICE & Congress UNIFEST **Дмитрий Марьин**.

С приветственным словом выступил директор отдела продаж и маркетинга Lotte Hotel Moscow **Денис Логачев**. Он отметил, что с учетом нынешних курсов валют и экономической ситуации в целом, иностранным гостям сейчас станет выгодно приезжать в Россию. Отели, безусловно, вынуждены будут снижать издержки, но подобное снижение имеет свой предел, поскольку не должно влиять на качество оказываемых услуг.

Директор по внешним связям компании Uranium One Holding N.V. **Виктория Васильева** говорила о ключевых параметрах организации внутренних и внешних корпоративных мероприятий. В любом случае важно учитывать такие ключевые параметры, как вовлеченность целевой аудитории, то есть интересно должно быть всем участникам, и формат, который должен отвечать и целям мероприятия, и ожиданиям аудитории.

Что касается внутрикорпоративных событий, то важно сделать так, чтобы бренд у сотрудников ассоциировался с чем-то интересным. Сейчас много нестандартных площадок для мероприятий, которые можно и нужно использовать. Например, годовые отчеты можно презентовать и в музеях современного искусства, и в Планетарии. **Виктория Васильева** отметила, что в организации мероприятий издержки можно



Итоги и прогнозы

Деловые отели всегда были популярными площадками для организации разного рода деловых встреч и корпоративных праздников. И прошедший, и наступивший годы обещают всем отраслям экономики очень непростую жизнь. О том, как отразились и отразились ли вообще последние экономические потрясения на количестве и качестве таких мероприятий, рассказывают представители ведущих деловых отелей города.

Подготовила Александра ЗАГЕР

Что было?

В целом наши эксперты отметили, что в 2014 г. спрос на проведение мероприятий незначительно упал. Тому есть несколько объективных причин. «В 2014 г. наблюдалось незначительное снижение спроса на проведение мероприятий в московских отелях по сравнению с 2013 г. Это связано с тем, что некоторые международные компании перенесли место проведения MICE-мероприятий из России в другие страны», – отмечает PR-менеджер AZIMUT Hotels Дарья Пархуць. «Безусловно, ситуация на рынке туризма в целом существенно отличается по сравнению с 2013 г. В связи с мировой политической ситуацией в этом году были отменены крупные международные мероприятия. Организаторами было принято решение перенести их проведение в страны ЕС, – говорит PR- и маркетинг-менеджер гостиницы «Рэдиссон Ройал, Москва» Регина Апакина. – Мировая экономическая ситуация существенным образом отразилась на деятельности наших крупных корпоративных клиентов. По сравнению с прошлым годом чувствуется существенное сокращение бюджетов на проведение мероприятий бизнес-направленности – уменьшение количества участников, дней проведения, оборудования и т.п.». Также, по словам эксперта, появилась новая тенденция – сокращение сроков планирования мероприятий.

Если раньше крупные мероприятия бронировались за несколько месяцев (три – пять), то сейчас бронирование может поступить в последний момент – за одну-две недели, что в свою очередь свидетельствует об отсутствии долговременного планирования. «Несмотря на то, что ситуация в сравнении с прошлым годом несколько изменилась, резкого падения спроса на проведение и заказ мероприятий в отеле не чувствуется. Напротив, открылись перспективы новых направлений: Китай, Корея, Иран, Ирак, российские регионы. Большое количество заказов на проведение бизнес-мероприятий в этом году получили именно от этих стран и направлений. Также существенно выше прошлогодних показателей организация предновогодних корпоративных мероприятий, банкетов до 1000 человек, а также свадеб. Показатели данного сегмента проведения мероприятий существенно возросли», – подчеркнула Регина Апакина. Согласно с ней и старший менеджер отдела продаж «Холидей Инн Москва Лесная» и «Холидей Инн Москва Суцеский» Евгений Гаранина: «Безусловно, 2014 г. был непросто для отельеров Москвы в целом. Свое влияние оказала Олимпиада-2014, благодаря которой появились новые площадки в городе Сочи, привлекая внимание клиентов, проводящих крупные мероприятия. Также в Москве были открыты новые отели, что усилило конкуренцию в сегменте MICE, сложная внешнеполитическая ситуация тоже сказалась на спросе. Но в то же время мы можем обозначить положительную динамику 2014 г. и увеличение количества проводимых мероприятий в таких сегментах, как индустрия красоты и фармацевтика. Увеличилось количество мероприятий, проводимых в рамках специальных спортивных проектов и событий, связанных с культурной деятельностью. Приоритет в сегменте MICE сохраняется за крупными конференциями и продолжительными тренингами». При этом эксперт также заметила, что окно бронирования мероприятий, сокращающееся из года в год, продолжило уменьшаться и в 2014 г. По мнению старшего директора отдела продаж банкетов и конференций трех отелей «Марриотт» – «Ройал Аврора», «Гранд» и «Тверская» – Ирины Рогатиной, в целом число мероприятий осталось примерно на том же уровне, что и в 2013 г., при этом количество бизнес-мероприятий в среднем увеличилось на 5–10% по сравнению с прошлым годом. Компании сократили бюджеты на деловые события, банкеты и другие частные мероприятия также стали более дешевыми. Многие мероприятия переносятся из центра Москвы в подмосковные отели по более низким ценам. О сокращении длительности мероприятий и снижении затрат на проживание участников говорит и PR- и маркетинг-координатор Radisson Blu Belorusskaya Валерия Мальцева: «В 2014-м в отеле Radisson Blu

Belorusskaya мероприятий было достаточно много, в основном деловых конференций и бизнес-встреч. Если сравнивать с предыдущим годом, то длительность конференций сократилась, а многие мероприятия происходили без проживания, так как для региональных участников выбирались более бюджетные средства размещения. В основном мероприятия были однодневные». Эксперт также отметила снижение количества участников мероприятий. Генеральный управляющий отеля «Novotel Москва Сити» Ален Даддио, напротив, отметил, что «2014 г. был ознаменован тем, что в отличие от 2013 г. в нашем отеле проходили крупные мероприятия в низкие сезоны (конец апреля, июль, конец декабря). Поскольку «Novotel Москва Сити» – новая гостиница, функционирующая всего два года, то по сравнению с 2013 г. (год открытия) в 2014-м было проведено гораздо больше мероприятий».

Встречи разные важны, встречи разные нужны

Примерно так можно одной фразой охарактеризовать спектр проводимых в московских отелях мероприятий. «Большой популярностью пользовались прежде всего деловые мероприятия – конференции, семинары, тренинги. В среднем в трех гостиницах в 2014 г. прошло примерно 3000 мероприятий разного масштаба, из них две трети – это бизнес-мероприятия, половина из которых – крупные с большим количеством участников. По-прежнему популярен выездной кейтеринг, количество таких мероприятий увеличилось, но на них бюджеты сократились», – рассказывает Ирина Рогатина. По словам Дарьи Пархуць, стабильным спросом пользовались выставки, деловые конференции и учебные семинары. «В конце 2014 г. было отмечено существенное сокращение количества развлекательных мероприятий, однако ряд заранее забронированных и оплаченных новогодних корпоративных мероприятий состоялся в соответствии с планом», – отмечает эксперт. «Чаще всего проводились одно-двухдневные крупные конференции, небольшие тренинги на несколько дней либо небольшие совещания», – говорит Ален Даддио. «Наибольшее количество заказов поступало на организацию и проведение мероприятий корпоративного сегмента: конференции, семинары, встречи. Большим спросом в этом году пользовалась недавно открывшаяся площадка «Конгресс-парк» при гостинице «Украина». С момента открытия новой площадки чувствуется интерес со стороны профессионалов Meetings&Events, было организовано большое количество крупных бизнес-мероприятий. Несмотря на высокий спрос на эту площадку, ценовая политика остается гибкой и лояльной, каждое мероприятие рассчитывается индивидуально», – рассказывает Регина Апакина.

Что будет?

Делать прогнозы в нынешней ситуации – дело благодарное, слишком много переменных, а многие вещи в принципе прогнозам не поддаются. Однако наши эксперты оказались едины и весьма позитивны во взглядах на будущее. «Руководство компании уверено, что в 2015-м мероприятий меньше не станет, но бюджет заказчиков будет существенно урезаться», – отмечает Валерия Мальцева. Ирина Рогатина считает, что первое полугодие (особенно первый квартал), скорее всего, будет неутешительным для брендовых отелей, компании-заказчики из-за колебания курса валют переносят или отменяют запланированные ранее мероприятия, уходят в более скромные отели с экономичными ценами. «В этих условиях выиграют те отели, которые активнее продвигают свои услуги, запускают акции для привлечения новых клиентов, в том числе через Интернет. И, конечно, при прочих равных условиях клиент выбирает отели с лучшим сервисом», – подчеркнула она. «Результаты января и высокий спрос на февраль, март и второй квартал 2015 г. позволяют сказать, что мы можем улучшить результаты 2014 г. по ряду ключевых отелей сети, в частности в Москве, Питере, Сочи, Новосибирске и Уфе. В Сочи мы прогнозируем рост загрузки на 15–20% в 2015 г.», – рассказывает Дарья Пархуць. Ален Даддио полагает, что в 2015 г. объем и количество мероприятий не сократятся, так как, уже сейчас поступает большое количество запросов на более чем полгода вперед. В связи с колебаниями курса валют многие мероприятия будут перенесены из-за границы в Россию, что создаст дополнительный спрос на московском рынке. Но при этом бюджет самих мероприятий будет сильно сокращен. Крупные корпорации при возможности будут проводить мероприятия во внутренних помещениях, что сократит объем небольших многодневных тренингов в отелях. «В 2015 г. мы продолжим плодотворное сотрудничество с нашими постоянными партнерами, чье доверие и признание мы завоевали благодаря высокому качеству предоставляемого сервиса и гостиниц в целом. Большое внимание будем уделять привлечению новых клиентов, находя индивидуальный подход и ориентируясь на потребности и бюджет каждой компании. При этом мы ожидаем, что в 2015 г. цены и стоимость мероприятий будут увеличиваться из-за роста себестоимости их проведения, но мы, конечно, будем проявлять гибкость ценовой политики и рассматривать возможность предоставления специальных цен в зависимости от сезона, загрузки гостиницы и других факторов», – говорит Евгений Гаранина. Регина Апакина отмечает существенное повышение активности внутреннего рынка, а также развитие азиатского направления.



1. В 2014-м в отеле Radisson Blu Belorusskaya мероприятий было достаточно много
2. Количество бизнес-мероприятий в отелях «Марриотт Ройал Аврора», «Марриотт Гранд» и «Марриотт Тверская» в среднем увеличилось на 5–10%
3. Конференц-возможности отелей «Холидей Инн Москва Лесная» и «Холидей Инн Москва Суцеский» пользуются популярностью у организаторов деловых мероприятий

Появилась новая тенденция – сокращение сроков планирования мероприятий. Если раньше бронировались за несколько месяцев (три – пять), то сейчас бронирование может поступить в последний момент – за одну-две недели, что в свою очередь свидетельствует об отсутствии долговременного планирования.



AZIMUT Moscow Olympic Hotel открыл новый ресторан

В AZIMUT Moscow Olympic Hotel открылся новый ресторан «Олимпик», который будет специализироваться на проведении воскресных семейных бранчей. Бранчи проходят каждое воскресенье с 12:30 до 16:00 в традиционном формате шведского стола. Меню, состав которого будет меняться каждую неделю, представлено блюдами венгерской, французской, итальянской и русской кухни. Над разработкой авторского меню работал шеф-повар AZIMUT Moscow Olympic Hotel – Жольт Плесингер (на фото справа), представитель венгерской гастрономической традиции в столице.

Интерьер «Олимпика» выдержан в классическом стиле в сочетании с элементами модерна. В основе дизайн-решения – строгая геометрия, обилие света, соединение итальянского мрамора, колонн, тосканской кожи и орнаментального барельефа.

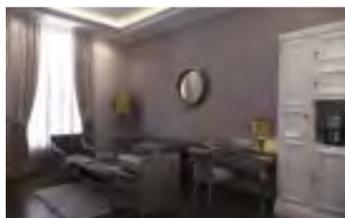
Среди изюминок ресторана – проведение еженедельных бесплатных кулинарных мастер-классов от шеф-повара и мастер-классов для детей. Например, накануне Нового года гости ресторана учились готовить разнообразные канапе для новогоднего стола. Дети же могли попробовать себя в творчестве и создать авторскую елочную игрушку. Впрочем, к ним вскоре присоединились все желающие.



«Олимпик» также открывает двери для проведения мероприятий разной направленности и масштаба. Четыре зала ресторана (один большой и три камерных) позволяют проводить праздники, торжества и деловые события.

Адрес ресторана: Олимпийский пр-т, д. 18/1.

Патрик Ноттер, генеральный менеджер AZIMUT Moscow Olympic Hotel: «Олимпик» продолжает давнюю традицию воскресных встреч в кругу семьи и близких друзей. Надеемся, что сочетание уютной атмосферы и традиционной европейской и русской кухни позволит посетителям забыть о будничных делах и погрузиться в атмосферу неспешного общения».



Скоро в Будапеште откроется изысканный деловой отель

Здание, построенное в классическом стиле, но отвечающее всем современным требованиям, – именно так будет выглядеть отель Prestige Hotel Budapest.

«Когда я увидел этот дом – настоящую жемчужину в центре города, на улице Vagyázó Ferenc, я понял, что здесь можно сделать чудесный, интересный и популярный отель, самый «молодой» в нашей цепочке», – говорит владелец проекта Мазен Аль Рамахи. Ему также принадлежат отели Boutique Hotel Budapest и Continental Hotel Budapest.

Господин Рамахи очень требователен и не упускает в работе ни единой мелочи от планирования и перестройки здания до оперативного управления отелем. Так, отвечая требованиям рынка, его отель Boutique Hotel Budapest еще в 2006 г. задал тон современным городским отелям, а Continental Hotel со времени открытия, с 2010 г., регулярно становится обладателем профессиональных наград, отмечающих как его архитектурные достоинства, так и конкурентоспособность цен на проживание в сравнении с другими отелями. Над открытием отеля работает та же команда, что запускала два предыдущих гостиничных проекта, –

архитектор Петер Хегедас, дизайнеры Вираг Ворос и Сцилла Сафрани. Разумеется, над запуском отеля трудятся не только архитектор и дизайнеры, но также большая команда маркетологов и менеджеров по продажам.

В отеле будет 85 номеров, ресторан, велнес-центр, запланирован атриум со стеклянной крышей, откуда будет литься солнечный свет, а в лобби поставят эксклюзивную мебель от Cavalli. Ресторан нового отеля обещает гостям массу гастрономических удовольствий, благо у его создателей богатый опыт и обширные планы в этом направлении.

«Prestige Hotel Budapest по духу будет напоминать гостиницы начала прошлого столетия с их неторопливой роскошью и спокойствием. Помимо дизайна этому будет способствовать и форма персонала. Однако отель рассчитан на деловых путешественников и технологически отвечает всем необходимым требованиям. Он очень удобно расположен в центре Будапешта, в пешей доступности от многих деловых центров города, а также здания парламента», – отмечает Мазен Аль Рамахи.



22-я Московская международная выставка ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ

18–21 марта 2015

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

Получите бесплатный билет на выставку на сайте:

www.mtt.ru



MTT – это:

- 2 056 компаний-участников
- 203 страны и региона мира
- 37 436 уникальных посетителей
- 57 737 м² выставочной площади
- 9 павильонов и залов

Регион-партнер:



Организатор:



Спонсоры:



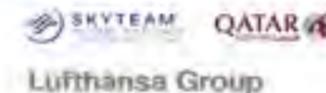
Ежегодная официальная поддержка:



Генеральный медиа партнер:



Авиа – партнер:



Lufthansa Group



Грузия

разная и прекрасная



Глава администрации по туризму Грузии Георгий ЧОГОВАДЗЕ

Каждый едет в Грузию за своим – кому-то интересны горы, кому-то море, кому-то многовековая история и древние монастыри, кому-то гастрономия и виноделие. Возможностей для ин센itiva здесь тоже масса – от корпоративного горного заезда до похода на Казбек, от квеста по старому Тбилиси до столь популярных нынче гурмэ- и винных туров. Словом, проблема только в выборе программы.

Подготовила Александра ЗАГЕР

Горы

Ближайший к Тбилиси горнолыжный курорт, расположенный всего в полутора часах езды от столицы, – **Гудаури**. Лыжный сезон здесь длится с декабря до апреля, иногда до мая.

Всего здесь 22 трассы разной степени сложности, 80% из них доступны любителям и начинающим, а 20% рассчитаны на профессионалов, их общая протяженность составляет 57 км. Подъемники здесь как закрытые гондольные, так и открытые кресельные, с них открывается фантастический вид на горы. Самая нижняя станция подъемника находится на высоте 1990 м, а самая верхняя – на высоте 3307 м. Ски-пасс на день для взрослого человека стоит 30 лари (примерно 15 долларов США). Стоит учитывать, что зимой подъемники работают до 17 часов, а желающие покататься вечером могут это сделать по пятницам и субботам с 20 до 22 часов.

Однако Гудаури славится еще и как центр притяжения любителей экстремального катания. Можно попробовать свои силы во фрирайде, то есть спуске по целине, благо здесь много снега, нет камней и не сходят лавины. Для любителей хелиски вокруг курорта есть множество внетрассовых спусков.

Бакуриани – наверное, самый известный горнолыжный, вернее – горноклиматический курорт в Грузии. Здесь любили отдыхать еще члены царской семьи. На курорте по-прежнему прекрасные трассы для горнолыжного катания зимой, целебные источники, интересные туристские маршруты летом и гостепри-

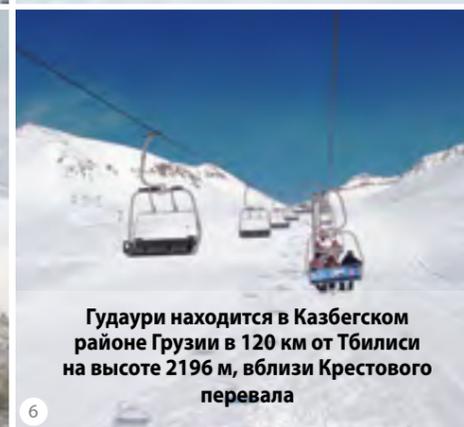


имные люди круглогодично. Впрочем, последнее справедливо для всей Грузии.

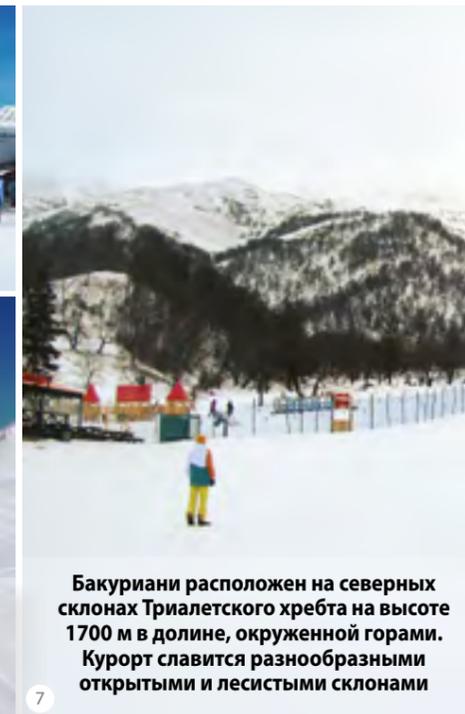
Сезон в Бакуриани длится с ноября по март. На Кохтагоре (Красивой горе) на 2155 м от уровня моря находятся «черные» и «красные» трассы, идущие примерно до ее середины, ниже идут «голубые» трассы для новичков и детские маршруты. «Красные» и «голубые» трассы есть также на горе Татра (или Кохта-2), общая их длина составляет 3 км, а высота горы – 2255 м. В Бакуриани оборудованы прекрасные трассы для лыжников всех уровней: «25-метровые» (три трассы) – это легкая лыжная зона, начинающаяся рядом со старым трамплином, длина трассы составляет 300 метров. Есть также саночная трасса (1350 м) и трасса для беговых лыж.

Современная часть курорта – **Дидвели**, здесь 14-километровая лыжная трасса, четыре канатных дороги и шесть трасс различной сложности. Самая низкая его точка 1800 м, а самая высокая – 2700 м, благодаря системе искусственного снегообразования, сезон здесь продолжается с декабря до апреля.

В Бакуриани есть прекрасный парк с массой развлечений, включая каток и катание на лошадях. А недалеко от него находится не менее знаменитый курорт – **Боржоми**. Чем славен Боржоми, думаю, знает каждый, сюда стоит приехать хотя бы для того, чтобы попробовать, какова на вкус вода прямо из источника. А еще – погулять в местном парке, полюбоваться на прекрасную архитектуру, навевающую воспоминания о дореволюционной роскоши и отведать варенье из молодых шишек, которое обладает, по словам местных жителей, массой чудодейственных свойств.



Гудаури находится в Казбегском районе Грузии в 120 км от Тбилиси на высоте 2196 м, вблизи Крестового перевала



Бакуриани расположен на северных склонах Триалетского хребта на высоте 1700 м в долине, окруженной горами. Курорт славится разнообразными открытыми и лесистыми склонами

Крепости и храмы

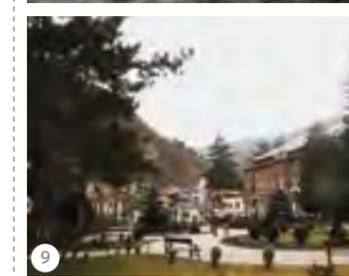
И того и другого в Грузии изобилие, и если практически каждая крепость – готовая декорация к любому историческому фильму, то каждый храм – средоточие истории. Время внутри и вокруг них словно бы сгустилось, а то и вовсе остановилось, и кажется, что ничего с момента установления в Грузии христианства и не поменялось.

По пути из Тбилиси в Гудаури прямо над древней столицей – городом Мцхета – на высоком утесе стоит монастырь **Джвари**. Именно его воспевают в поэме «Мцыри» Лермонтов, и именно отсюда видно, как «...сливаясь, шумят, обнявшись, будто две сестры, струи Арагвы и Куры...». Судя по описанию из поэмы, со времен визита в Джвари классика русской литературы здесь мало что изменилось: «...Был монастырь. Из-за горы\И нынче видит пешеход\Столбы обрушенных ворот,\И башни, и церковный свод...» Разве что монастырь теперь действующий.

Впрочем, учитывая историю монастыря, 200 лет для него небольшой срок. Монастырь Джвари (или Святого Креста) был основан в VI в. (585–604 гг.) в том месте, где святая Нино поставила Святой крест. Это знаменовало крещение Грузии. До сих пор внутри храма есть основание, куда был поставлен этот крест. Сначала был построен так называемый Малый храм, дошедший до нас только в виде руин, а потом рядом с ним – Большой храм, который и называется Джвари. Если ехать дальше на восток по направлению к Казбеку, то по пути сначала будет живописнейшее горное озеро Жинвали, а потом – крепость **Анани**.

Представление о средневековых военных крепостях мы черпаем в основном из тематических художественных фильмов и книг. Попав в Ананури, крепость, отразившую множество атак, место, откуда велись многие бои, понимаешь, какие они, военные крепости, на самом деле. В Средние века это был форпост одного из знатных княжеских родов Грузии, в XIX в. – форт русской армии. Сегодня можно почувствовать себя защитником крепости, забравшись в ее смотровые башни, побродить по местам былой военной славы или посетить действующую церковь XVII в., также стоящую на территории крепости.

Гора Казбек рождает массу ассоциаций и воспоминаний: от стихов Пушкина до легенды о Прометее – по одной из версий, его приковали именно к Казбеку. Это самый восточный пятитысячник Кавказа и, наверное, один из самых живописных. В далеком прошлом Казбек – вулкан. Возможностей для физической активности здесь хоть отбавляй: от полетов на парашюте с инструктором до конных прогулок, от трекинга, рафтинга и альпинизма до прогулки к ледникам и, разумеется, восхождения собственно на Казбек для тех, кто умеет это делать. Однако здесь, помимо величественной горы, есть одна очень интересная достопримечательность – **церковь Святой Троицы, или Цминда Самеба**. Церковь расположена на высоте 2200 м и датируется XIV в. Дорога к храму начинается в деревне Гергети, любопытно, что здесь ключ от церкви столетиями хранился в семьях жителей деревни и передавался из поколения в поколение. Подниматься можно как пешком –



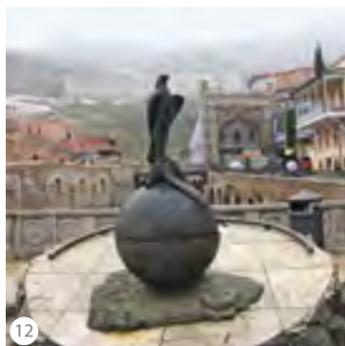
1–2. Крепость Ананури – шедевр средневекового зодчества
3. Казбек – самый восточный пятитысячник Кавказа
4. Крестовый перевал
5–7. Гудаури и Бакуриани – прекрасные места для активного зимнего отдыха и горнолыжных инсенitiv-программ
8. Монастырь Святого Креста (Джвари)
9. Парк в Боржоми



10



11



12



13

10. Памятник основателю Тбилиси – Вахтангу Горгасали на берегу реки Кура у храма Метехи
11. Знаменитые Серные бани
12. Сокол и фазан – символы Тбилиси
13. Башня у театра Резо Габриадзе

это занимает в среднем час, так и на машине. Как правило, альпинистский маршрут на Казбек проходит мимо этой церкви, и некоторые группы устраивают неподалеку свою первую ночевку в горах.

Если смотреть на Казбек и храм Цминда Самеба снизу, то кажется, будто древнее строение стоит навтыжку перед грозной горой, словно охраняя тех, кто внизу. На юге Грузии, недалеко от границы с Турцией, находится настоящее чудо – **Вардзия**. Это горный город-монастырь с улицами, жилыми помещениями, аптеками, библиотеками, военными сооружениями и, конечно, храмами. Там был даже водопровод!

То, что дошло до наших дней, – фактически руины инженерно-строительной мысли мастеров прошлого. В XII в., когда Вардзия была создана, город-монастырь был намного больше.

Землетрясение уничтожило значительную его часть, а главное – внешнюю стену, делавшую его практически неприступным. Своим появлением Вардзия обязана царю Георгию – он начал строительство в 1170-х гг., а названием – его знаменитой дочери Тамаре. Еще маленькой девочкой она играла на стройке со своим дядей, потерялась и, откликаясь на дядин зов, кричала: «Дядя, я здесь!» – что по-грузински созвучно слову «вардзия». До наших дней благополучно дожил храм Успения Богородицы, где сохранились прижизненные фрески и изображение царицы Тамары и ее отца.

Всего же в Вардзии порядка 600 помещений, которые уходят в глубину горы на 50 м и простираются по ней почти на километр. Так странно и удивительно наткнуться то на трапезную с печкой для хлеба, то на древнюю аптеку – полки, кстати, сохранились до сих пор, то на кельи и поражаться, как много веков назад можно было это всё создать, не имея фактически никакой техники. Гулять здесь можно очень долго, минимум времени, которое нужно закладывать на осмотр этого места, – полтора-два часа.

Тбилиси и Мцхета

Две столицы, два города с богатой историей и затейливой архитектурой, два места, которые в Грузии, что называется, must see.

В Тбилиси время смешалось, и глубина времен легко соединяется с драйвом современного столичного города. Городу между тем полторы тысячи лет, он был основан Вахтангом Горгасали. Как всякий древний город, Тбилиси имеет свою легенду. Царь Вахтанг очень любил охоту, и в те времена, когда на месте Тбилиси был лес, он охотился здесь на фазана, ранил его, но птица приложилась к серным источникам, исцелилась и улетела (по более распространенной версии птица упала в горячую серную воду и сварилась). Царь так удивился, что повелел построить на этом месте город. К слову, своим названием Тбилиси тоже обязан серным источникам, по-грузински «тбили» означает «теплый». Кстати, до начала XX в. Тбилиси назывался Тифлисом.

В Тбилиси ныряешь, как в лабиринт, где практически каждый поворот готовит сюрприз. Вот район знаменитых Серных бань и памятник игральной кости. Так сложилось, что именно здесь было принято предаваться греху азартных игр, и, кстати, поиграть сюда приходят до сих пор. Стоит пройти чуть вперед, повернуть направо, и оказываешься в горной расщелине, где в глубине шумит водопад, и кажется, что город где-то далеко-далеко. А если пройти еще несколько шагов, подняться по винтовой лестнице, снова пройти вперед и свернуть направо, окажешься у той части бань, которую любил посещать Пушкин, о чем гласит соответствующая мемориальная табличка.

Из хитросплетения улочек Старого города выныривает то одна, то другая достопримечательность, то знаменитые тбилисские дворики, яркие даже зимой. Гуляя по городу, стоит рассчитать время так, чтобы к полудню подойти к Театру марионеток Резо Габриадзе.



14



15

Ровно в 12 часов дня окошко на часовой башне у театра открывается, и там появляются куклы, а предваряет их появление ангел с золотыми крыльями. Впрочем, башня сама по себе достойна внимания, ее строил сам Резо Габриадзе, и это настоящее произведение искусства. Рядом с театром находится кафе, интерьер которого тоже полностью оформлен мастером, на стенах висят афиши и картины, за барной стойкой – панно, посвященное фильму «Не горюй!». Если очень повезет, в кафе можно встретить самого Резо Габриадзе.

Будучи в Тбилиси, стоит взобраться (пешком или на фуникулере) в древнюю крепость Нарикала, прогуляться по площади Свободы и по проспекту Руставели, посетить храм Анчисхати и Сионский собор, где хранится крест святой Нино.

Гулять по Тбилиси можно бесконечно, утром и днем, вечером и ночью. Можно потереть на удачу рог у статуи тамады где-то в сердце Старого города, зайти там же в самую старую хлебопекарню и купить свежайший лаваш, заглянуть на блошинный рынок на Сухом мосту или полюбоваться настоящими грузинскими свадьбами у самого старого ЗАГСа Тбилиси. Он как раз в двух шагах (вниз и налево) от Театра Резо Габриадзе. Да мало ли дел и историй можно придумать в этом древнем и таком молодом городе!

Древняя столица Грузии **Мцхета** имеет еще одно негласное название – это город невест, вернее, город свадеб. Что неудивительно, учитывая, что именно здесь находится один из древнейших действующих православных храмов – Светицховели, построенный в IV в. н.э.

Нынешнее здание храма строилось с 1010 до 1029 г. зодчим Арсакидзе. Во всяком случае, его имя высечено на стенах храма. Храм еще иногда называют храмом Двенадцати Апостолов, внутри есть их изображение, удивительно напоминающее карту знаков Зодиака. Здесь долгие годы крестили, короновали и хоронили грузинских царей.

Древние храмы редко существуют без легенд. Есть легенда и у Светицховели. Считается, что на том месте, где стоит храм, был зарыт хитон Иисуса Христа, а на том месте, где его зарыли, вырос кедр. Потом его срубили и поставили столб в храме, собственно Светицховели в дословном переводе и означает «животворящий столп». Он и сейчас там стоит – чуть правее центра, в южном нефе.

Внешне храм довольно скромный, а внутри производит впечатление огромного сооружения, возможно, из-за большого количества интереснейших фресок, икон и росписей, находящихся в нем. Возвращаясь из храма, можно заглянуть в россыпь сувенирных лавочек, где в изобилии предлагаются сувениры, предметы народных промыслов, а также кулинарные грузинские гостинцы – чурчхела, приправы, орехи и сухофрукты.

О Грузии можно рассказывать бесконечно и не сказать ничего. Сакартвело (как называют свою страну сами грузины) – из тех мест, где обязательно надо побывать, поймать ее настроение, впитать культуру, подивиться истории и влюбиться навсегда.



16

14. Вардзия – уникальный горный монастырь в скале
15. Мцхета – древняя столица Грузии, где смешаны древность и современность
16. Режиссер, художник, сценарист, писатель Резо ГАБРИАДЗЕ

Где жить

Тбилиси. Radisson Blu Iveria Hotel отвечает всем стандартам сети Radisson Blu. Он расположен в центре Тбилиси, на проспекте Руставели, рядом с основными достопримечательностями города, недалеко от отеля есть станция метро и вокзал.

Гудаури. Hotel Alpina находится в 500 м от горнолыжных подъемников. В отеле есть бесплатный Wi-Fi, открытая терраса с видом на горы, в ресторане при отеле есть камин.

Казбеги. Rooms Hotel Kazbegi расположен у подножия горы Казбек. С его террасы и из ряда номеров открывается фантастическая горная панорама. В отеле бесплатный Wi-Fi, в лобби несколько каминов и библиотека. Отель оформлен в стиле горного шале, в декоре использовано много дерева.

Бакуриани. Snow Plaza стоит в 25 м от горнолыжных подъемников. В нем есть ресторан с блестящей грузинской кухней, сауна, фитнес-центр и бесплатный Wi-Fi.



Тимбилдинг от шефа

Деловые мероприятия с кулинарным акцентом уже давно пользуются популярностью на рынке MICE-услуг. Они, с одной стороны, предлагают простор для творчества – такое мероприятие можно провести где угодно: в поездке, в ресторане или в офисе, а с другой – позволяют насытить встречу любой деловой программой по желанию клиента, будь то командообразующие игры, обучение или презентация нового продукта.

Подготовила Анна ЮРЬЕВА

Кулинария – в тренде

Корпоративные мероприятия кулинарной тематики сейчас на пике своей популярности, признают эксперты. Такие программы отвечают сразу нескольким запросам современных горожан: это повышенное внимание к еде в целом, в частности желание потреблять здоровую и экологически чистую пищу. Кроме того, кулинарные мастер-классы за рубежом и гурмэ-туры отвечают стремлению путешественников как можно лучше изучить страну, в которую они приезжают. «Сейчас как никогда актуальны вопросы экологии, здорового питания и здорового образа жизни. Увеличивается потребление фермерских продуктов без пресловутых ГМО. Распространившаяся концепция mindful eating направлена именно на то, чтобы прекратить бездумное потребление ненужной пищи и вернуть человека к нормальным отношениям с едой», – рассказала генеральный директор Art Business Travel Safe Людмила Кириллова. По ее словам, достичь в этом успеха можно, изучая кухни мира, кулинарные особенности пищевых качеств продуктов, сочетаемости продуктов, эстетики подачи и приема блюд и т.д. «Мы стараемся в рамках путешествий знакомить клиентов не только с национальными блюдами и их правильным приготовлением, но и с их правиль-

ной подачей – на какой посуде, с какими напитками и в какое время суток», – добавила она. Кулинарные мероприятия могут быть самых разнообразных форматов: гурмэ-туры, кулинарные мастер-классы, тимбилдинги и квесты. Спрос управляет качеством и разнообразием предложений. Руководитель MICE Global Сергей Армишев признает, что интерес к кулинарным программам в компании наблюдают уже не первый год. Причем это может быть как самостоятельная программа тура или мероприятия, так и хорошее к ней дополнение. «Всё больше и больше клиентов уделяют внимание питанию в поездке, и чаще акцент на дегустацию различных видов кухни одной страны служит дополнительным бонусом для клиентов», – отмечает эксперт.

Планета гурмэ

Гурмэ-туры – одно из самых популярных направлений корпоративных мероприятий с кулинарной тематикой. Их программы предполагают не только знакомство с кулинарными традициями страны и дегустации, но и посещение самых знаменитых ресторанов, мастер-классы по приготовлению блюда – «визитной карточки» страны. «Если же корпоративная деловая поездка резко ограничена временными

рамками, всегда можно легко совместить, например, конференцию с мастер-классом по приготовлению настоящего греческого кофе во время кофе-брейка или провести квест на агроферме», – рассказала Людмила Кириллова.

По ее словам, за рубежом многие агрофермы располагают конференц-залами, оборудованными по последнему слову техники. После деловой части гости получают «свитки» с перечнем продуктов на местном языке. Необходимо не только собрать все эти продукты, но и догадаться, какое фирменное блюдо можно приготовить из них. А на мастер-классе участники узнают, правильно ли они угадали блюдо. «Такие элементы кулинарной тематики не занимают много времени, но помогают разнообразить программу поездки и знакомят с кухней страны», – считает эксперт. География и тематика гурмэ-туров ограничена только размером земного шара. «Научиться готовить рыбу в сахарной оболочке зеленого цвета можно на островах между Таиландом и Филиппинами, запекать яичницу в вулканической лаве – в Индонезии. Огромный выбор программ – в Китае: здесь вы можете варить в «самоваре» и жарить на общем огне кусочки рыбы и мраморной говядины в любого вкуса соусе и в сочетании с любыми напитками. Целый пласт кулинарных особенностей – в Индии: одним нашим туристам удалось научить продавца «наанов» в Гоа лепить и выпекать пиццу, за два часа владелец кафе даже вырезал слово «пицца» из бумаги», – делится опытом Сергей Армишев.

По его словам, очень популярными остаются Израиль, Чехия, Испания, Италия. «В этих странах мы де-

ональные традиции кухонь стран мира. «Можно узнать, кто придумал пельмени, что такое мусака и как ее готовят. А мы точно уверены, что блины с икрой – это исконно русское блюдо? Гурмэ-путешествия – это очень интересное и познавательное направление в туризме. Каждая страна гордится своими кулинарными традициями ничуть ни меньше, чем памятниками истории, и всегда радушно принимает гостей и делится секретами национальной кухни», – подводит итог эксперт.

Щи да каша – пища наша

Кулинарные мероприятия проходят не только за рубежом, их активно предлагают компании, специализирующиеся на внутреннем туризме. «В нашем арсенале много корпоративных программ, связанных именно с русской кулинарной тематикой: это и инсентив-туры с дегустациями традиционных крепких русских напитков, и мастер-классы русской печки, и кулинарный тимбилдинг», – рассказала генеральный директор компании «Волга-тур» Юлия Скороходова. Так же, как и в случае с зарубежными гурмэ-турами, форматы подобного рода проектов могут быть разные: это и приготовление блюд «от и до» с последующим угощением всех участников, и мастер-класс по первоначальному освоению поварского искусства, и многое другое. «У нас есть проект «Туры с изюминкой», который позволяет нашим клиентам знакомиться не только с архитектурой древних городов Золотого кольца, но и с особенностями местной кухни. Так, например,

Сейчас как никогда актуальны вопросы экологии, здорового питания и здорового образа жизни. Увеличивается потребление фермерских продуктов без пресловутых ГМО. Распространившаяся концепция mindful eating направлена именно на то, чтобы прекратить бездумное потребление ненужной пищи и вернуть человека к нормальным отношениям с едой.

лали и «Адскую кухню», и строили бизнес-процесс новой линейки продуктов на настоящей ферме. Такая нестандартная подача важного материала не останется незамеченной, и сформированный на мероприятии навык не пропадет», – рассказал г-н Армишев. «Каждая страна имеет свою интереснейшую историю, национальные особенности и, конечно же, кулинарные традиции и пристрастия. Путешествуя по той или иной стране, мы получаем информацию о ней не только через визуальные образы, захватывающие рассказы экскурсовода, но и знакомимся с ней через вкусовые рецепторы, пробуя ее на вкус», – объясняет преимущества подобных поездок Людмила Кириллова. По ее словам, немаловажный аспект кулинарных программ – погружение в историю, обычаи и наци-

в Суздале мы обязательно дегустируем суздальскую медовуху, в Ростове Великом варим знаменитую ростовскую уху, в Ярославле готовим «кашу из топора» и пробуем сливянку, в Рыбинске печем ароматные расстегаи, а в селе Вятском заготавливаем по древним рецептам хрустящие соленые огурчики», – рассказала Юлия Скороходова. На популярных туристических маршрутах появляются специализированные площадки для мероприятий такого рода. К примеру, в Ярославле гости посещают ресторан-музей русской кухни, где на мастер-классах гостей учат солить огурцы, варить «кашу из топора» в глиняной крынке и печь пироги «с пылу с жару» в печи. «Конечно, когда ты сам разламываешь мягкий, дышащий свежестью хлеб, греешь руки на теплой печке,



© Jasper Greig Golangco.wikimedia.org

Гурмэ-путешествия – это очень интересное и познавательное направление в туризме. Каждая страна гордится своими кулинарными традициями ничуть ни меньше, чем памятниками истории, и всегда радушно принимает гостей и делится секретами национальной кухни.



«В наших программах мы всегда делаем упор на передачу знаний от опытного гуру, чтобы это было не только весело, но и оставило полезное зерно в головах участников»

пробуешь душистый мед на кончике деревянной ложки и вдыхаешь аромат грибной похлебки – это незабываемое впечатление!» – поделилась г-жа Скороходова. Кулинарный мастер-класс может также быть частью большой программы, предусматривающей погружение в быт прошлых эпох. К примеру, программа «Один день в барской усадьбе» позволяет перенестись в эпоху XIX в. Гости учатся «налаживать» самовар, печь ароматные русские пироги, готовить варенье по старинным рецептам. Атмосферу подчеркивают стилизованная посуда, длинные деревянные столы, накрытые рушниками, веселые переливы балалайки и гармошки, ароматы свежей выпечки, меда, полевых трав.

С доставкой в офис

Кулинарные программы в составе поездки в другой город или страну пользуются спросом, однако, учитывая экономический кризис и сопутствующую ему тенденцию к оптимизации расходов на MICE, в текущем году этот сегмент корпоративных мероприятий ожидает сокращение.

В то же время, как отмечают эксперты, кулинарные мастер-классы – это очень гибкий формат. Для того чтобы организовать такое мероприятие, нет необходимости покидать пределы страны, города или даже офиса.

«Всегда можно организовать уникальный кулинарный мастер-класс, который сплотит коллектив за общим занятием и поможет познакомить или по-новому взглянуть друг на друга. Мастер-класс может проходить на свежем воздухе, в офисе или на арендованной площадке (в кулинарной студии)», – рассказала Людмила Кириллова. Такое мероприятие гораздо интереснее банального банкета или даже ведущего с конкурсами, поскольку приглашенные будут не просто пассивными наблюдателями, а творцами. За приготовлением интересных блюд коллеги не только знакомятся с кухней народов мира, но самое главное – они активно общаются, шутят, лучше узнают друг друга, считает эксперт. «Сейчас наблюдается тенденция к уплотнению и оптимизации, думаю, вскоре тренинги в офисе наберут популярность», – говорит Сергей Армишев. По его словам, вариантов проведения мероприятий с кулинарным уклоном в городе множество, причем включение кулинарных мотивов в обычную деловую встречу повышает ее эффективность.

«Существует формат бизнес-завтраков, причем не в виде сухой встречи и фуршета после, а с докладами «до замеса» и неформальным знакомством в период ожидания приготовления. Это же как удовлетворение на всех уровнях мотивации – интересные мысли возникают, когда человек не испытывает голода и находится в приятной компании», – рассказывает эксперт. По его словам, за рубежом такая практика весьма распространена. «Я был на тренингах в Америке, там уже

многие мероприятия, даже делового свойства, имеют запах – да, не удивляйтесь, в памяти остаются только приятные ассоциации, только представьте себе собрание глав департаментов с запахом свежеспеченного хлеба или инсентив на макаронной фабрике в Китае, и мест таких предостаточно!» – делится опытом г-н Армишев.

Секрет успеха – кулинарный гуру

Опрошенные эксперты сходятся во мнении, что секрет успеха мероприятия с кулинарной тематикой – участие в нем профессионального повара.

«В наших программах мы всегда делаем упор на передачу знаний от опытного гуру, чтобы это было не только весело, но и оставило полезное зерно в головах участников», – рассказывает Сергей Армишев. Юлия Скороходова отмечает, что в мастер-классе можно задействовать актеров-аниматоров, но всегда более весомо участие профессионального повара, который владеет настоящими секретами.

Как таковых требований к площадке при проведении подобных мероприятий нет. В идеале это, конечно, должен быть хорошо оборудованный ресторан. Однако можно провести эксперимент и организовать кулинарный мастер-класс у водоема во время рыбалки или приготовить барбекю на свежем воздухе.

По словам Юлии Скороходовой, оптимальная численность группы – до 50 человек. Однако, по желанию клиента, участников может быть и больше.

«Всё зависит от задачи, поставленной клиентом. Если у нас есть задача провести тимбилдинг для группы 250 человек, конечно же, мы разделим группу на команды и будем проводить конкурсы и мастер-классы со знаменитыми шеф-поварами на разных площадках, чтобы все участники максимально были задействованы. Такой тимбилдинг или более сложный квест длится, как правило, не менее четырех-пяти часов, сопровождается дегустациями, веселыми конкурсами и заканчивается объявлением победителей во время зажигательного гала-ужина или вечеринки на пляже», – рассказала Людмила Кириллова.

Сергей Армишев полагает, что оптимальное число участников колеблется от 20 до 100, однако и для более многочисленной группы можно разработать сценарий. «В этом есть и своя прелесть: так, например, когда у вас 200 рук, делаем долму в армянском ресторанчике – сделать можно и больше, и быстрее, а пока долма варится – разучить национальный танец. Еще один вариант, когда каждая группа готовит себе блюдо по заданию, то есть все отвечают за общий стол. Это значит, что чем больше людей и продуктов, тем больше будет разных блюд. Этот вид тимбилдинга ограничен только фантазией клиента и модератора», – считает эксперт.



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

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ КАТАЛОГ
УДОБНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ ВЕРСИЯ

РОССИЯ КОНГРЕСС-УСЛУГИ

11^й
выпуск

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

РАСПРОСТРАНЕНИЕ КАТАЛОГА:

- вместе с журналом Business Travel среди корпоративных заказчиков конгрессных услуг, MICE- и PCO-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

BUSINESS TRAVEL

Турбизнес

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О РАЗМЕЩЕНИИ В КАТАЛОГЕ

тел./факс: (495) 723-7272

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



Курорт «Роза Хутор».

Лучше гор могут быть только горы

Спорт и здоровый образ жизни стали практически национальной идеей. Прошедшие недавно Олимпийские игры послужили катализатором не только развития спортивной, гостиничной и транспортной инфраструктуры, но повышения интереса к активному отдыху в России. Одним из самых популярных среди туристов мест такого отдыха стал, без сомнения, горно-климатический курорт «Роза Хутор».

Подготовила Александра ЗАГЕР

Немного истории

Вот удивился бы эстонец Эдуард Роза, если бы увидел, что появилось на месте его хутора. В конце XIX в. в одном из труднодоступных мест Главного Кавказского хребта эстонцы основали поселение. И там, где стоял хутор Эдуарда Розы, сейчас – территория курорта, названного его именем. Ведь «Роза Хутор» дословно означает хутор господина Розы. В 1898 г. эти горы вдруг перестали быть столь труднодоступными – вдоль реки Мзымта в горы было проложено шоссе. А по нему уже в XX в. в горы потянулись туристы. Да и Сочи в те времена стал популярным и любимым курортом. А потом, практически век спустя, эти места получили новый импульс для развития. В 2003 г. было принято решение о создании горнолыжного курорта на склонах хребта Аибга.

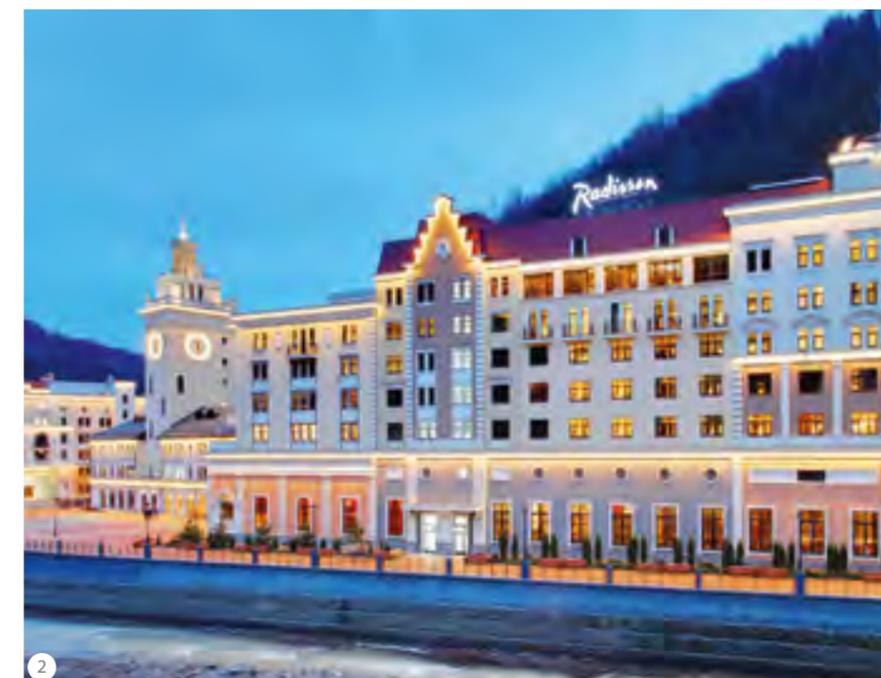
Близко, доступно, удобно, интересно

Сейчас уже можно с уверенностью сказать, что затея себя оправдала, а курорт «Роза Хутор» стал популярен и любим туристами. У него масса преимуществ, среди которых, например, круглогодичность. Если зимой

Как добраться

Курорт «Роза Хутор» расположен в Адлерском районе г. Сочи в 50 км от международного аэропорта Адлер. Добраться сюда можно на самолете, поезде или автомобиле по федеральным трассам М-4 «Дон», М-29 «Кавказ» и М-27 «Джубга – Сочи».

здесь можно заняться всеми мыслимыми и возможными видами спорта – от лыж до санок и от коньков до катания на тюбингах, то летом горы превращаются в интересные туристские тропы, можно потренировать свою ловкость в веревочном «ПандаПарке» и на скалодроме, устроить вечеринку в горах или на пляже Rosa Beach, выехать на конную прогулку по хребту Аибга или заняться йогой в горах. Кроме того, в любое время года гости могут совершить экскурсионный подъем до Роза Пик (2320 м) и экскурсии в Сочи. Здесь особый снег – мягкий и пышный – благодаря приморскому субтропическому воздуху и чистой горной воде. И если вдруг снега оказывается недостаточно, работает отличная система искусственного оснеже-



1. Площадь Ратуши
2. Отель Radisson Rosa Khutor 5*
3. Конференц-зал отеля Mercure Rosa Khutor 4*
4. Конференц-зал отеля Heliopark Freestyle Rosa Khutor 3*

Склоны в цифрах

В сезоне 2014/15 общая протяженность трасс различной сложности составила **77 км** (самая большая зона катания в России), работают **20** подъемников, сезон катания составляет **140** дней в году.

Максимальная высота подъема – 2474 м,
перепад высот на трассах – 1535 м.

ния. Сезон катания на курорте «Роза Хутор» длится до 140 дней. Другим преимуществом курорта является его легкая транспортная доступность. Сюда недалеко лететь и даже ехать поездом из центральных регионов России, сюда не нужны визы, и здесь не будет языкового барьера. Курорт находится в получасе езды от аэропорта. Максимальная близость отелей к подъемникам, самые передовые технологии, горнолыжные трассы, спроектированные лучшими мировыми экспертами, высо-

чайшие стандарты сервиса и безопасности уже оценены во всем мире – это тоже всё о нем, о «Роза Хутор». Еще одним плюсом курорта является разнообразие инфраструктуры для гостей разного возраста, возможности активного отдыха и развлечений круглый год в окружении красивой природы и гор.

Деловые встречи в горах

Сейчас большой популярностью пользуются комбинированные деловые поездки. Конференция плюс тимбилдинг, тренинг плюс инсентив, и всё это вместе длительностью не более трех дней – достаточно частый запрос корпоративных клиентов. «Роза Хутор» в этом смысле очень удачная площадка. Благодаря качественному планированию все важные инфраструктурные объекты расположены компактно, следовательно, логистика любого мероприятия будет удобной, простой и понятной. Корпоративный туризм, конференции, семинары, тренинги, деловые встречи – «Роза Хутор» предоставляет широкие возможности для любых видов мероприятий, а также для занятий зимними и летними видами спорта. На конгрессной и гостиничной инфраструктуре курорта стоит остановиться подробнее. Здесь функционируют восемь отелей разных категорий с общим номерным фондом более 1400 номеров. Все отели находятся под управлением ведущих гостиничных сетей. Так, в отеле **Radisson Hotel Rosa Khutor 5*** – 181 номер, два ресторана, 12 конференц-залов общей вместимостью до 380 человек.

Преимущества курорта

- ✓ Продолжительный сезон катания
- ✓ Отличное качество снега
- ✓ Транспортная и визовая доступность
- ✓ Развитая инфраструктура, в т.ч. и для организации мероприятий
- ✓ Разнообразие возможностей для работы и отдыха



В *Park Inn by Radisson Hotel Rosa Khutor 4** – 211 номеров, а также есть конференц-залы.

В *Golden Tulip Hotel Rosa Khutor 4** – 162 номера, а конференц-залы могут вместить до 250 человек, в отеле *Mercure Hotel Rosa Khutor 4** есть бизнес-центр и 153 номера. *Tulip Inn Hotel Rosa Khutor 3** обладает 148 номерами и четырьмя конференц-залами.

*HELIO PARK Freestyle Hotel Rosa Khutor 3** (174 номера), *Vaset Apartments by HELIO PARK Rosa Khutor 3** (394 апартаментов) и *Rosa Ski Inn* (первый на курорте отель ski-in/ski-out на 274 номера) имеют переговорные комнаты. Помимо конференц-возможностей гостиниц на курорте есть и отдельные площадки. Так, здесь 30 современных конференц-залов вместимостью от 18 до 350 человек. Залы оборудованы всем необходимым для проведения успешных и эффективных мероприятий. Большинство залов имеют есте-

ственное освещение. В 15 минутах ходьбы от курорта расположен конференц-зал на 1000 человек.

Рестораны также могут служить прекрасными площадками для проведения многих мероприятий – от презентаций до торжеств.

На курорте «Роза Хутор» большой выбор ресторанов различной кухни – и европейской, и кавказской, и русской, и итальянской, и даже баварской. Здесь можно устроить камерный званый обед и гала-ужин на 300 персон. Рестораны расположены как на нижней площадке курорта (Роза Долина), так и на горных склонах (Роза Плато, Роза Пик).

Для организации активной части мероприятий на курорте есть все условия. Площадки для разного рода тимбилдингов, конкурсов, концертов, презентаций, выставок и флешмобов, равно как и рестораны, расположены в Роза Долине, на Роза Плато и Роза Пик.

Виды зимних и летних активностей

ЛЕТНИЕ АКТИВНОСТИ

- * Экскурсионный подъем до Роза Пик (2320 м)
- * Горные походы по специально оборудованным тропам
- * Вербочный «ПандаПарк»
- * Пляж *Rosa Beach* в Роза Долине с баром, организация пляжных вечеринок в горах
- * Прокат спортивного инвентаря (велосипеды, сегвеи, велосомоби, ролики, трайки и т.д.)
- * Скалодром
- * Конные прогулки по хребту Аибга
- * Йога в горах
- * Экскурсионные выезды в Сочи

ЗИМНИЕ АКТИВНОСТИ

- * Катание на горных лыжах и сноубордах, в т.ч. с обучением профессиональными инструкторами с индивидуальным подходом для групп
- * Катание на коньках на крытом ледовом катке
- * Тубинг
- * Тобогганинг
- * Экскурсионный подъем до Роза Пик (2320 м)
- * Экскурсионные выезды в Сочи

Как это делается

ЛЕТОМ

Этнографическая экспедиция для 300 человек. Группу разделили на восемь различных маршрутов, часть из которых была на «Роза Хутор» (горные походы), остальная часть – на выезде (поездка к водопадам, джипинг, каньонинг, рафтинг и пр.). Цель всех команд – получить заветный мешочек с пазлами. Собрав все мешочки, гости получили большой пазл с логотипом компании. В один из вечеров на горе для группы был организован вечер бардовской песни у костра, во второй вечер – грандиозный гала-ужин на площади Ратуши курорта.

ЗИМОЙ

Организация ежегодного совещания, совмещенного с активным тимбилдингом на горе, для 120 человек из крупной нефтяной компании. Тимбилдинг провели на горе, тема – «Неолимпийские игры». Группу разделили на несколько команд, каждая из которых должны были пройти ряд сложных и не очень испытаний.

ИГРЫ ПРОДОЛЖАЮТСЯ



140 ДНЕЙ
СЕЗОН КАТАНИЯ

Сезон 2014 / 2015 обещает снежные вершины, чемпионские горнолыжные трассы и вдохновляющие впечатления! Окунись в атмосферу «Роза Хутор» — здесь каждый найдет что-то для себя.

**ЯРКИЙ ОТДЫХ ЗИМЫ!
ДОКАЗАНО ИГРАМИ!**

8-800-5000-555
www.rosaski.com

РОЗА ХУТОР
КУРОРТ



Узбекские MICE-перспективы

Уже сейчас Узбекистан вполне способен предложить деловым туристам уникальное сочетание высокого уровня обслуживания и национального колорита, дополненное богатыми культурными и историческими ресурсами. Вместе с тем для роста въездного делового турпотока страна нуждается в улучшении инфраструктуры, находящейся за пределами признанных туристических центров, а также в решении ряда других вопросов, связанных со стоимостью перелета и пребывания внутри государства.

Подготовил Владимир СЕРГАЧЕВ

Устойчив экономически и политически

Тот факт, что страна успешно развивается экономически, подтверждают официальные данные об иностранных инвестициях: в 2015 г. здесь планируется освоить более \$3,5 млрд в рамках 156 инвестиционных проектов.

При этом большая часть средств приходится на прямые иностранные инвестиции, они составляют свыше \$2,569 млрд (80 проектов) общей суммы, а значительная их доля (около \$2,3 млрд, 35 проектов) будет освоена в топливно-энергетическом секторе. Наряду с корейскими и китайскими компаниями в Узбекистане активно работают и россияне, например «ЛУКОЙЛ» в 2015 г. инвестирует в реализацию двух проектов \$587 млн.

Деловой туризм во всех его проявлениях следует за деньгами инвесторов, и в этом отношении перспективы у страны весьма позитивные. По сведениям, опубликованным в рамках прошлогодней Ташкентской международной туристической ярмарки, в 2014 г. на развитие международного туризма в Узбекистане было направлено свыше \$580 млн совокупных инвестиций (это больше чем на 19% превышает уровень предыдущего года). Только в Хорезмской области в соответствии с ее Программой развития сферы туризма на период 2013–2015 гг. запланирована реали-

зация 204 проектов на общую сумму более \$80 млн. В частности, в ее рамках будет построено 27 новых гостиниц: уже в 2015-м их количество в регионе достигнет 57, а общее число мест в них составит 2975, увеличившись за время действия плана вдвое.

Большое внимание уделяют в стране и таким вопросам, как политическая стабильность и безопасность. Президент Узбекистана **Ислам Каримов**, выступая на открытии 99-й сессии Исполнительного совета Всемирной туристской организации ООН, заявил, что «важнейшими факторами, определяющими развитие и эффективность международного туризма, остаются проблемы обеспечения мира, политической и экономической стабильности: там, где нет безопасности, нет никакого туризма».

Планомерное развитие

Результат внимания к развитию туризма в Узбекистане уже есть: по оценке председателя национальной компании (НК) «Узбектуризм» **Фарруха Ризаева**, в последние три года объем предоставляемых туристических услуг в стране ежегодно растет на 17% (в 2013-м, к примеру, он составил \$140 млн). Как считает эксперт, Узбекистан планомерно развивается как мировая туристическая дестинация. Так, если

в 2012 г. в стране побывали 1,89 млн туристов из-за рубежа, то в 2013-м показатель превысил 2 млн человек. И по итогам 2014-го меньшим не будет. Турпоток растет и потому, что Узбекистан обладает довольно развитой туристической инфраструктурой: по словам **Фарруха Ризаева**, предпринимательской деятельностью в сфере туризма в государстве занимаются около 550 компаний-туроператоров, а в республике действуют свыше 500 гостиниц, мотелей и кемпингов более чем на 50 тыс. мест. В числе операторов, например, и специализирующаяся на бизнес-туризме компания International Business Travel (IBT), основным направлением деятельности которой является организация бизнес-туризма и деловых поездок на выставки и промышленные предприятия по всему миру как для предпринимателей Узбекистана, так и для иностранных бизнесменов. Если к этому добавить отсутствие визовых сложностей на въезде и языковых проблем, устойчивую связь по воздуху с Западом и Востоком (только национальный перевозчик страны выполняет регулярные рейсы более чем в 50 городов за рубежом), наличие хороших аэропортов, позволяющих принимать даже воздушные суда типа Boeing-787 Dreamliner, то какие-либо серьезные организационные препятствия для развития MICE-туризма внутри Узбекистана найти трудно.

«Понятие «деловой туризм» появилось в Узбекистане относительно недавно, но это не означает, что до этого наши бизнесмены не выезжали за пределы страны, – констатирует генеральный директор СП ООО International Business Travel **Музаффар Касымов**. – Системно предлагать продукт делового туризма на рынке Узбекистана турфирмы начали только с 2006 г., и наша компания была в числе пионеров. Если проанализировать туризм Узбекистана, можно отметить, что большинство турфирм обладают обширным портфелем услуг: их работа направлена как на прием, так и на отправку туристов. А вот бизнес-туры чаще всего являются дополнительным продуктом компаний. Бизнесмен имеет возможность как самостоятельно организовать поездку, так и воспользоваться услугами турагентств, специализирующихся на бизнес-туризме».

По оценке этого эксперта, в Узбекистане насчитывается около 350 туристических компаний, однако только 8% из них с уверенностью можно отнести к категории бизнес-туризма. «Наличие у туркомпании партнеров за рубежом и успешного бизнеса по отправке туристов не дает гарантий успешной организации делового тура, – уверен он. – Ведь бизнесмен – не простой турист: деловой тур имеет особую специфику, так как обязательны индивидуальный подход и наличие кросс-услуг». Что касается инфраструктуры, то объекты размещения, способные выступать в качестве деловых площадок, как в Ташкенте, так и в других городах страны немногочисленны. Но при существующем объеме делового туризма их достаточно. Например, вошедший



с 1 января 2015 г. в сеть Wyndham Hotel Group ташкентский отель Dedeman Silk Road Tashkent располагает не только отличными номерами и присущей хорошей гостинице инфраструктурой (включая закрытый и открытый бассейн), но и целым рядом сервисов для деловых гостей. К примеру, здесь имеется несколько конференц-залов с полным набором оборудования, самый большой из которых (в режиме рассадки «театр») способен вместить 500 человек, а в целом шесть разнокалиберных залов вмещают более 1 тыс. гостей. Да и другие крупные объекты размещения в Ташкенте (среди них такие отели, как Lotte City Hotel Tashkent Palace, Radisson Blu Hotel, Miran International Hotel, Ramada Tashkent, «Ташкент» и др.) бизнес-туристам всегда рады и способны предложить им массу услуг мирового уровня. Всего в столице, по экспертным оценкам, не менее 40 площадок разной емкости, которые могут быть использованы для делового туризма. Да и в других туристических центрах страны не только обычному туристу, но и деловому гостю Узбекистана готовы помочь. В Бухаре, например, по данным OrehCA.com, в отелях «Сиявуш» и «Олмос» имеются конференц-площадки вместимостью до 50 человек. Аналогичные по параметрам и набору услуг для бизнес-туристов объекты можно найти и в Самарканде (отели «Регаль Палас Самарканд», «Регистан Плаза»), Хиве (гостиницы «Азия Хива», «Малика Хива») и некоторых других городах страны. Привлекателен Узбекистан и по части достопримечательностей. Расположенный на маршруте Шелкового

Привлекателен Узбекистан и по части достопримечательностей. Расположенный на маршруте Шелкового пути, он по праву гордится историей и культурой. Бухара. Самарканд. Коканд. Хива... Эти и другие города – настоящий клад для туриста: в целом страна располагает примерно семью тысячами достопримечательностей, часть из которых включена в список Всемирного наследия ЮНЕСКО.



1. Узбекистан славен своим культурным и историческим наследием. Медресе Шер-Дор на площади Регистан в Самарканде
2. Панорама Хивы, города, включенного в список Всемирного наследия ЮНЕСКО
3. Площадь независимости в Ташкенте

пути, он по праву гордится историей и культурой. Бухара. Самарканд. Коканд. Хива... Эти и другие города – настоящий клад для туриста: в целом страна располагает примерно семью тысячами достопримечательностей, часть из которых включена в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Есть в Узбекистане и свои изюминки. Например, не всем известно, что в Нукусе находится музей искусств Каракалпакстана имени Игоря Савицкого, который британская газета Telegraph назвала «абсолютной жемчужиной». Он более известен как Музей запрещенного искусства, так как представляет собой отличную коллекцию живописи русского авангарда XX века, в которой собраны работы Соколова, Комаровского и других художников. Здесь имеются отличные возможности для самых разных видов активного и экотуризма – минеральные источники с целебной водой, богатые традиции при-

«Мы с удовлетворением отмечаем положительную динамику и развитие выездного направления делового туризма, – говорит Музаффар Касымов. – Его основную целевую аудиторию составляют представители частного сектора, предприниматели и закупщики, руководители и топ-менеджмент компаний. Наши клиенты демонстрируют интерес к специализированным выставкам, к посещению потенциальных партнеров в промышленном секторе. К сожалению, очень слабым спросом пользуется корпоративный туризм: для нас это сфера, где есть потенциал для наращивания потока клиентов. Перспективные страны по бизнес-туризму – Китай, Россия, Южная Корея, Германия, Италия, США, ОАЭ. А основными целями поездок в эти страны могут быть выставки, бизнес-встречи, посещение заводов, форумы, семинары и тренинги».

«Мы с удовлетворением отмечаем положительную динамику и развитие выездного направления делового туризма, – говорит Музаффар Касымов. – Его основную целевую аудиторию составляют представители частного сектора, предприниматели и закупщики, руководители и топ-менеджмент компаний. Наши клиенты демонстрируют интерес к специализированным выставкам, к посещению потенциальных партнеров в промышленном секторе. Перспективные страны по бизнес-туризму – Китай, Россия, Южная Корея, Германия, Италия, США, ОАЭ. А основными целями поездок в эти страны могут быть выставки, бизнес-встречи, посещение заводов, форумы, семинары и тренинги».

кладного искусства и самобытная культура. И всё это с успехом может быть использовано при формировании программ для деловых гостей страны. Включая такие направления МІСЕ, как тимбилдинг и инсентив: в Узбекистане могут предложить десятки вариантов хайкинга, трекинга, рыболовных, пеших, конных, экспедиционных и разных других видов туров, способных сделать из разношерстного коллектива по-настоящему сплоченную команду. Если их умело сочетать с днями для «чистого» бизнеса и другими аспектами деловой программы, вполне может получиться тур, который его участники будут вспоминать годами.

«Узкие» места

Перспективно ли развитие делового туризма в Узбекистане? Безусловно, потому что страна располагает всем, что может ему способствовать. Включая законодательные нормы и организационные возможности. Однако не обходится и без проблем. Их несколько. Среди тех, которые стали темами обсуждения участников Ташкентской международной туристической ярмарки (ТМТЯ) «Туризм на Шелковом пути» в 2014-м, эксперты выделяют визовый вопрос. И в качестве примера приводят соседний Казахстан,

который, приостановив необходимость получения визы (или предоставив возможность ее получения по прибытии) для граждан целого ряда государств мира, смог значительно увеличить въездной турпоток. По оценке Музаффара Касымова, сложности визового оформления являются основным «тормозом» развития МІСЕ в Узбекистане. «В отличие от России получение визы в страны Шенгена или США у нас проходит очень долго, для этого требуется куча формальных справок и документов, – отмечает он. – Визовых центров, как в России, у нас нет. Неслучайно даже топ-менеджмент многих крупных компаний и зарубежных представительств, регулярно отправляющийся в командировки в Европу, не всегда располагает мультивизой». Следующая проблема – продвижение Узбекистана как туристической дестинации на международном рынке. Представители местного турбизнеса, к примеру, утверждают, что если культурно-историческую составляющую узбекского турпродукта за рубежом более-менее знают, то возможности активного, приключенческого, экологического или делового туризма в стране иностранцы представляют слабо. Косвенно об этом свидетельствует то, что, согласно статистике такого ресурса, как Oktogo.ru, в 2014 г. россияне совершили в Узбекистан лишь 4% поездок, предпринятых ими по странам СНГ. При этом в Беларусь – 32%, в соседний Казахстан – 17%, и даже в отдаленную от РФ Армению – 9%. Да и в рейтинге самых популярных городов СНГ по поездкам российских туристов Ташкент – только восьмой. Еще одно «узкое» место – стоимость услуг, под которой подразумевается как перелет, так и размещение. Увы, но практики приводят такой факт: добраться из Германии (Мюнхена, например) в Ташкент подчас обходится дороже, чем из Мюнхена же в... Бангкок. Что касается стоимости услуг размещения, то она действительно высока. В особенности по местным меркам. Сутки в стандартном номере отеля Ташкента уровня 4-5*, к примеру, на начало февраля 2015 г. обойдутся в сумму от 5 до 14 тыс. рублей. Профессионалы говорят

и о том, что в разгар туристического сезона нередки случаи нехватки номеров в гостиницах – стране не хватает относительно недорогого, но качественного размещения. Практики констатируют: львиная доля спроса на услуги бизнес-туризма концентрируется в Ташкенте, в то время как в других регионах этот сегмент туризма развит мало. По данным маркетингового исследования компании IBT за 2014 г., столичные бизнесмены в Ташкенте достаточно осведомлены и «подкованы» в плане организации самостоятельных поездок, даже создавая конкуренцию многим турагентствам. «А вот туристы из регионов Узбекистана недостаточно информированы о возможности организации деловых поездок, – уверен Музаффар Касымов. – На мой взгляд, ответственность за развитие бизнес-туризма в регионах ложится на плечи турагентств, которые должны брать инициативу выхода на данную целевую аудиторию в свои руки». Приоритет Ташкента не удивителен. Во-первых, это столица, и большая часть вопросов по делу решается именно здесь. А во-вторых, уровень развития инфраструктуры за пределами туристических центров, как говорится, оставляет желать – порой там нет даже благоустроенных по европейским меркам туалетов. И еще, как считает Улугбек Нурматов, директор туристической компании Aznur Travel, «главная причина плохого сервиса – недокомплектация отелей кадрами». Хотя в этом направлении прогресс как раз есть, так как чем больше в Узбекистане становится частных отелей, тем выше уровень их сервиса – конкуренция играет существенную роль. Впрочем, желание улучшить ситуацию в сфере туризма налицо: в конце 2014 г. НК «Узбектуризм», к примеру, начала проводить опрос для изучения мнения профессионалов туристической отрасли по некоторым направлениям дальнейшего развития сферы туризма и обещала учесть его в своих дальнейших действиях.

В 2015 г. здесь планируется освоить более

\$3,5 млрд

в рамках

156

ИНВЕСТИЦИОННЫХ
ПРОЕКТОВ



Очаровательная Голубая лагуна

Мальта. Маленький Комино

Когда говорят о Мальте в географическом формате, нередко имеют в виду только остров, на котором расположена столица страны. На самом деле Мальта – это целых семь островов, правда, только на трех из них живут люди. Это непосредственно Мальта (27x15 км, меньше диаметра МКАД), Гозо – он вдвое меньше, и крошечный Комино – всего 3,5 кв. км. О нем на этот раз и пойдет речь. Ведь здесь это одно из лучших мест для отдыха на пляже, как раз то, что требуется во время бизнес-паузы, если хочется провести ее на природе.

Подготовил Александр ПОПОВ

География

Комино лежит примерно между Мальтой (1,6 мили) и Гозо (1,3 мили). Пассажиры парома, который идет с Мальты на Гозо, сначала видят Комино впереди справа по борту и нередко принимают его за Гозо. На острове есть отель, несколько автомобилей, вертолетная площадка, полицейский участок и, конечно, церковь.

История

Название острова происходит от растущего здесь в большом количестве тмина – cumīn. Свои следы здесь оставили еще финикийцы и римляне. В конце XIII в. на Комино скрывался раввин и философ Абрахам бен Самуэль Абулафия, мечтавший помирить евреев, христиан и мусульман. Для этого он предложил папе римскому принять... иудаизм, за что и был приговорен к сожжению на костре. Однако папа внезапно умер,

когда Абулафия был доставлен к нему в резиденцию, и казнь отложили. Но появилась возможность бежать. Убежище удалось найти на засушливом Комино, где, выживая в страшной нужде, он, тем не менее, написал две книги: каббалистическую Sefer ha-ot («Книга Знака») и учебник по медитации Imre Shefer («Слова Красоты»). В раннем Средневековье удобные бухты и заливы острова, малозаметные с моря, сделали Комино убежищем средиземноморских пиратов. С приходом на Мальту рыцарей морским разбойникам с острова пришлось убраться, а благородные кавалеры стали ездить сюда на охоту. Одно время Комино был местом ссылки провинившихся рыцарей.

Достопримечательности

Сторожевая башня. Для наблюдения за морем и охраны острова орден построил на юго-западном побережье острова сторожевую башню Св. Марии (St. Mary

Как добраться
Между Комино, Мальтой и Гозо выполняются регулярные рейсы катеров. Время в пути от ближайшего на Мальте порта Чиркэуа до Комино – около двадцати минут. Местный отель организует шаттл-сервис для своих постояльцев.



МАЛЬТА - задумана для встреч

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

www.meet-malta.com

mice@malta.ru





Остров неоднократно бывал съемочной площадкой. Здесь, например, снимались эпизоды «Трои», а в фильме «Граф Монте-Кристо» башня Св. Марии «сыграла» роль замка Иф.

Tower, XVII в., сегодня просто Comino Tower), в которой размещался гарнизон из 30 солдат. Это квадратное в плане сооружение высотой 12 м с четырьмя угловыми башнями. Толщина стен – около шести метров. Одно время она была тюрьмой. В новейшей истории здесь базировалось подразделение береговой охраны мальтийской армии. Башня отреставрирована и хорошо видна с парома, приходящего на Гозо. С ее крыши открывается замечательная панорама.

Батарея Св. Марии (St. Mary Battery, нач. XVIII в.) стоит примерно в пятнадцати минутах пешком от сторожевой башни на другой стороне острова. Она представляет собой полукруглый редут с амбразурами, через которые на море смотрят две сохранившиеся пушки.

Церковь Св. Марии посвящена возвращению Святого семейства из Египта (Return of Blessed Virgin Mary from Egypt, XVII в.). Судя по карте в Национальном морском музее в Гринвиче, часовня здесь стояла еще в XII в. Построенное в арабском стиле здание выглядит очень аскетично: ровные стены прямоугольного фасада без единого украшения, всего два небольших окна. О принадлежности к христианству говорит только звонница из трех колоколов на крыше. Однако в церкви есть иконостас, чего не увидишь в других мальтийских храмах.

Гостиница

На острове постоянно живет всего одна семья, которая обслуживает гостиницу Comino Hotels & Bungalows 4*, где могут разместиться до двухсот человек. Здание отеля расположено у песчаной бухты Сан Никлау Бей (San Niklaw Bay), а около 50 бунгалов – примерно в 10 минутах ходьбы, у соседней бухты Санта Мария Бей (Santa Marija Bay). Рядом с ними есть также каменистый пляж. Отель работает по системе

«полупансион», а для гостей, останавливающихся на три ночи и более, – «все включено». Стоимость размещения – от 25 до 70 евро за ночь в зависимости от сезона и продолжительности пребывания. Отель закрыт на период с ноября по апрель включительно.

Дайвинг

Прибрежные воды Мальты славятся своей чистотой и прозрачностью. Во многом это связано с тем, что берега здесь в подавляющем большинстве каменистые. Отличная вода для дайвинга и у Комино. Подводные гроты довольно плотно заселены морской живностью.

Пляж

Туристическую славу принесла Комино прекрасная Голубая лагуна (Blue Lagoon), которую с моря прикрывает небольшой островок Коминоотто (Cominotto), его площадь всего 250 кв. м. Лагуна невелика, а пляж представляет собой лишь небольшую песчаную отмель, охваченную каменистыми берегами. Вода кристально-прозрачная, удивительно яркого бирюзового цвета со множеством оттенков. Известно, что именно в этом райском месте располагалась крупная пиратская стоянка. Нередко туристы приезжают сюда всего на один день только для того, чтобы искупаться в Голубой лагуне.

Перекусить

Для этого здесь есть Blue Lagoon Restaurant, Rotunda, The Terrace, Club Nautico (в бунгало), The Tower (обслуживают только постояльцев отеля) и интернет-кафе. Бутерброды и напитки продаются у причала и в киосках возле пляжа.



Финская Лапландия. Место под полярным солнцем

Удобное транспортное сообщение, развитая инфраструктура и кипучая культурная жизнь городов, прелести нетронутой природы, разнообразие размещения и превосходные условия для отдыха до и после конференций – что еще нужно организаторам мероприятий? Правильно, современные площадки! К тому же они работают круглый год.

Рованиemi

Столица финской Лапландии, университетский и культурный город, а также город конгрессов Рованиemi расположен прямо на Полярном круге. Музейный и научный центр **Arktikum** находится в 10–15 минутах езды на автомобиле от аэропорта и железнодорожного вокзала и в пешей доступности от центральных гостиниц города. Участники мероприятий заодно познакомятся с историей и культурой финской Лапландии и Арктического региона. Комплекс зданий представляет собой выдающееся архитектурное сооружение на берега реки Оунасиоки. Фойе длиной 172 м со стеклянной крышей служит

местом проведения приемов и ужинов на 100–750 гостей, правда, в нерабочие часы музея, но есть и отдельные конференц-залы на 10–179 слушателей. Самый большой из них – зал **Polarium** – наклонный, оборудован экраном, сценой, трибуной для спикера, а также столом президиума. Кресла из оленьей кожи снабжены пюпитрами.

Культурный центр **Korundi** занимает бывшую автобазу почтовой службы. В здании базируются Камерный оркестр Лапландии и Художественный музей Рованиemi. Экспозиции **Korundi** представляют современное искусство севера, а многоцелевой зал на 340 зрителей обеспечивает отменную акустику не только концертам, но и лекциям, конференциям, презентациям и кинопоказам. Кроме того, специалисты Художественного музея могут предложить оригинальные решения и программы для мероприятий, и возможна организация частных концертов Камерного оркестра Лапландии.

Произведения искусства, украшающие выставочные залы, создают неповторимую творческую атмосферу для небольших событий (до 90 человек). Есть комната для переговоров на 18 человек, которая иногда

Летом плодотворной работе на севере Финляндии способствует даже солнце, не уходящее за горизонт в режиме 24/7 в течение двух месяцев. Составить правильный распорядок бесконечного светового дня в Лапландии помогут сотрудники **Finland Convention Bureau** и местных бюро по туризму и конгрессам.

Подготовила Лариса МАРТЫНОВА



Единственный отель на острове



WEB

- www.visitfinland.com/fcb
- www.rovaniemicongresses.com
- www.levi.fi
- www.ruka.fi
- www.saariselka.fi

используется как комната отдыха для артистов. Кофе-паузы, обеды и приемы на 100–150 гостей можно провести в фойе или ресторане.

Ратуша, расположенная в самом сердце Рованиеми, является частью административно-культурного центра, спроектированного известнейшим финским архитектором Алваром Аалто. Соответственно, здесь есть всё необходимое и ничего лишнего. Зал заседаний вмещает 223 человека и подходит для встреч на высшем уровне. Он оснащен кафедрой, трибуной оратора, столами президиума и секретаря, а также полным комплектом аудиовизуального оборудования. За столами с микрофонами в зале заседаний размещаются до 80 человек. Меньшие по размеру конференц-залы на 8–24 человека могут быть арендованы для секционной работы в рамках конференции, проходящей в зале заседаний. Таких залов девять, и названы они в честь городов-побратимов Рованиеми, в числе которых российский Мурманск. Для кофе-брейков, фуршетов и приемов предлагается фойе, стандартная вместимость которого составляет 200 персон, а с присоединением нижнего уровня – 400.

Спортивная арена **Lappi Areena** на 3500 зрителей адаптируется под любые запросы организаторов – для проведения крупных конференций, выставок, концертов и менее масштабных событий. Количество мест в партере – 1700. С помощью перегородок легко выделяются помещения для секционных заседаний и переговоров. Расстояние до центра города – 2 км. Для мероприятий, связанных с искусством или наукой, как нельзя лучше подходит **Университет Лапландии**, где изучают и то и другое. Его здание содержит 11 аудиторий (46–326 слушателей), 40 лекционных залов (20–73 чел.) и 15 классных комнат (до 21 чел.), а также три ресторана, два помещения для приемов и пять галерей. Центр города – также примерно в 2 км. «**Конференц-центр Санта-Клауса**», расположенный в цокольном этаже отеля Santa Claus, предлагает в аренду восемь залов, вмещающих от 20 до 300 человек. Провести здесь можно самые разнообразные мероприятия: ярмарки и выставки, концерты и спектакли, коктейльные вечеринки и банкеты, конференции и презентации. Есть возможность экспонировать крупногабаритные механизмы и автомобили. Залы имеются и на других этажах отеля. Это и многофункциональный зал Kirku, вмещающий до 500 человек, и небольшие пространства для встреч, как, например, Saunatonntu, сауна с комнатой для переговоров. Стоит упомянуть, что финны вообще считают сауну идеальным местом для встреч, в ходе которых важно непосредственное общение с коллегами и деловыми партнерами.

Arctic Snow Hotel создают каждый год заново из снега и льда, поэтому его вместимость варьируется. Однажды здесь прошло корпоративное мероприятие для

1200 человек! Свежие (во всех смыслах этого слова) бизнес-идеи могут посетить его постояльцев не только в номерах, но и в ледяном баре, снежном ресторане и в сауне, построенной из снега. Справедливости ради надо сказать, что в этом отеле есть и стационарные помещения: ресторан на 120–200 гостей, сауна на берегу озера на 30 посетителей, кота (лапландское жилище), где могут остановиться на ночлег 30 человек.

Lapland Hotel Sky Ounasvaara построен на холме. Виды очень красивы и не наскучат даже участникам продолжительных мероприятий. В отеле четыре зала, рассчитанных на 16–110 участников конференций и семинаров. Креативный дух подпитывают кулинарные мастер-классы и винные дегустации в «небесном» ресторане с панорамным видом на 210 мест. Предлагаются лапландские и интернациональные блюда.

Прекрасно оборудованные залы различной вместимости с разными вариантами рассадки предлагают и другие гостиницы Рованиеми – **City Hotel**, **Original Sokos Hotel Vaakuna**, **Rantasipi Hotel Pohjanhovi**, **Scandic Hotel Rovaniemi**. Корпоративные праздники можно провести в отдельно стоящих усадьбах и ресторанах лапландской кухни.

Незабываемый тимбилдинг пройдет в заповеднике живой природы **Ranua Wildlife Park**, где гостям устроят «свидание» с волками и полярным медведем в естественных для диких зверей условиях, и в **Санта-парке**, где круглый год белобородый кудесник принимает гостей, а его гномы проводят мастер-классы по изготовлению сувениров и имбирных пряников. Рованиеми – официальный «родной город Санта-Клауса».

Леви

С ноября по май Леви, расположенный в Западной Лапландии, в 180 км к северу от Полярного круга, пользуется огромной популярностью у горнолыжников. Северная природа предстает здесь во всей своей красе. Город развивался вокруг зимнего курорта, поэтому мест для размещения достаточно: пять гостиниц в сумме предлагают около 500 номеров, всего же в Леви более 24 тыс. мест для ночлега.

Что касается встреч и конференций, Леви предлагает полностью оборудованные помещения от большого конференц-зала в оживленном месте до тихого домика. Сафари на снегоходах, оленьих и собачьих упряжках и даже арктический дайвинг сделают мероприятие запоминающимся.

Конгрессно-выставочный центр **Levi Summit** расположен недалеко от аэропорта Киттиля, на холме. С центром города он соединен подъемником. Суммарно 19 залов-трансформеров Levi Summit вмещают до 1000 человек. Ядро – зрительный зал на 436 мест с современным театральным оборудованием и звуковой системой. Здесь можно и спектакль поставить

и провести мировую премьеру автомобиля. В ближней к сцене части аудитории расположено 220 фиксированных кресел с рабочими поверхностями. В зале можно усадить еще 216 человек или разместить экспозицию, как вариант – отделив ее от зала.

Семейный отель **Hullu Poro** («Сумасшедший олень») – это целый комплекс, рассчитанный на проведение встреч, семинаров, конференций, ярмарок и выставок. Высокотехнологичные конференц-залы (12) обслуживают группы от 10 до 500 человек. В частности, зал Hullu Poro вмещает 420/300 человек («театр»/«класс»), а арена Hullu Poro – 500/350. Работают 14 ресторанов. Выставочные площади: Hullu Poro 645 кв. м (конференц-зал объединяют с лобби и другими помещениями), Hullu Poro Areena – 1150 кв. м (на двух уровнях).

Spa Hotel Levitunturi, расположенный в самом центре курорта, представляет собой удобный вариант сочетания спокойной рабочей атмосферы и возможностей для досуга с саамским колоритом. В отеле восемь залов для конференций и выставок с максимальной вместимостью при рассадке «театр» 400 человек, «класс» – 120. Зал спа-центра, просторное помещение с высокими потолками, одинаково подходит для проведения саммитов на высшем уровне, презентаций и выставок. В двух из девяти корпусов отеля, Aakenus и Lainio, для конференц-нужд обустроены одинаковые бревенчатые залы с каминами. В каждом из корпусов расположено по 11 двухместных номеров, есть и сауна. В ресторане и барах отеля можно устраивать фуршеты, банкеты на 200 персон (в «низкий сезон» до 600 персон), танцы, пение под караоке.

Рука – Куусамо

Рука – известный зимний курорт Финляндии, а когда снег тает, то приходит пора рыбалки и гребли, гольфа и катания на горных велосипедах, пеших и конных походов. Рука – отправная точка знаменитого туристического маршрута «Медвежья тропа», проходящего по национальному парку Оуланка. Регион Куусамо, где находится курорт, славится красотой природы, но его часто выбирают и организаторы мероприятий, которые могут организовать здесь как переговоры, так и корпоративный выезд и конференцию на 1500 участников. Очень популярен расположенный в центре курорта **Ruka Conference Centre**, относящийся к Hotel Rantasipi Rukahovi, с семью залами-трансформерами (до 300 участников). Оборудованные залы предлагают также **Original Sokos Hotel Kuusamo**, курортный комплекс **Holiday Club Kuusamon Tropiikki**, гостиницы **RukaVillage** и **RukaTonttu**.

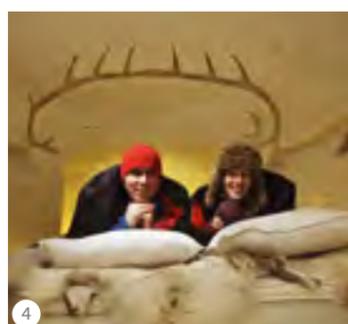
Альтернативой привычным конференц-залам для групп до ста человек могут стать выезды на природу с обустройством лагеря. Многие традиционные

финские фермы, охотничьи заимки и домики лесозаготовителей были переоборудованы в площадки для мероприятий, которые имеют множество шансов запомниться своим колоритом. **Kontioluola** («Медвежья пещера») представляет собой подземный зал заседаний и ресторан, где могут быть организованы мероприятия с числом гостей до 350.

Саариселькя

Один из старейших горнолыжных курортов Финляндии лежит в 260 км за Полярным кругом. Ближайший аэропорт Ивалло, самый северный в стране, – в четверти часа езды. Поселок окружен живописными сопками Национального парка имени Урхо Кекконена, бывшего президента Финляндии, любившего отдыхать в этих местах. Благодаря красивым островам и чистой воде озера Инари сюда и летом приезжает большое число туристов. Для них организуются активные развлечения, рыбалка и экскурсии, например, на золотые прииски и в одно из поместий Санта-Клауса – **Santa's Resort Kaksilauttanen**.

В поселке восемь отелей, не считая многочисленных коттеджей, и три десятка ресторанов. Зимой можно остановиться в снежных иглу или домиках из термостекла, которое не мешает наблюдать северное сияние. **Lapland Hotel Riekonlinna** – самый северный конференц-отель Финляндии, он предлагает аудиторию для 184 слушателей и 13 залов. В **Saariselka TunturiHotel** аудитория чуть больше (200 человек) и семь залов (24–80 мест), в пяти его ресторанах по вечерам собирается, кажется, всё население поселка. **Holiday Club Saariselka** (два зала, до 80 мест в каждом, крыло бассейна также можно резервировать для частного пользования) вместе с **Saariselka Arena** (до 600 мест) принимают крупные ярмарки или выставки. Коммуна Инари, к которой принадлежит Саариселькя, – колыбель саамской культуры. В Инари (час езды от Саариселькя) расположен **музей арктической природы и саамской культуры Siida**, он же местный конгресс-центр. Современное здание, прекрасно оборудованное внутри, органично вписано в ландшафт. К услугам организаторов конференций – аудитория на 80 мест и две комнаты для тренингов и мозговых атак на 10 человек каждая. Для особых мероприятий есть избушка Gamme на 25 гостей. Столы и скамейки в ней расположены вокруг очага, пламя которого способствует неформальному общению. Летом работает музей под открытым небом, где представлены разновидности саамских жилищ и приспособления для рыбной ловли и охоты. Мероприятия, проходящие в Siida, обслуживает ресторан Sarrit. Остается добавить, что зарядиться энергией незаходящего за горизонт солнца здесь можно с 22 мая по 20 июля.



1. Стекланный туннель длиной 172 м – часть многофункционального центра Arktikum в Рованиеми
2. Круиз на ледоколе Samro с плаванием в гидрокостюмах в ледяной воде
3. В музее современного искусства Korundi можно провести частный концерт, конференцию или презентацию
4. Arctic Snow Hotel принимает гостей круглый год
5. Мероприятие в музее Siida будет колоритным и познавательным



MICE в Австрии: Вена по-прежнему танцует впереди

Вот уже много лет Австрия стабильно занимает высокое место среди стран – лидеров международного рынка делового туризма, и тому есть объективные причины.

Подготовила Ирина КЛИМЕНКО

Вена – зеленая, компактная, безопасная, культурная, музыкальная, центрально расположенная, с отличной отельной базой, инфраструктурой и транспортной доступностью. В силу этих причин многие компании выбирают австрийскую столицу для своих мероприятий. Деловым туристам Вена предлагает три конгресс-центра, 93 отеля с возможностями проведения деловых мероприятий, 34 исторических и 17 современных площадок для проведения разного рода деловых и культурных встреч.

Пожалуй, самым первым «MICE-мероприятием» в австрийской столице можно было бы назвать знаменитый Венский конгресс 1814–1815 гг., который завершил войну европейских держав с наполеоновской Францией. Это политическое «мероприятие» затянулось на целых девять месяцев, поскольку проходило, с одной стороны, в атмосфере острых и сложных политических дискуссий, а с другой – сопровождалось балами, приемами и маскарадами. В историю вошло слова австрийского дипломата: «Конгресс танцует, но не движется вперед».

Австрийский Национальный туристический офис – Oesterreich Werbung:
www.austria.info

Деловой туризм в Австрии – Austrian Convent Bureau:
www.acb.at

Деловой туризм в Вене – Vienna Convention Bureau:
www.vienna.convention.at

Современные конгрессы, конечно, не длятся месяцами, хотя и они решают очень важные политические, экономические, медицинские, гуманитарные и другие проблемы. Зато их стало гораздо больше. И все их участники неизменно высоко ценят совершенно особую атмосферу веселой, музыкальной и танцующей Вены.

Для ночевки участников деловых мероприятий Вена предлагает 20 отелей категории 5* (3885 номеров,



7337 мест), 168 отелей 4* (15 424 номера, 29 453 места) и 162 отелей 3* (8302 номера, 16 711 места).

Конгрессные центры города – **Austria Center Vienna**, выставочный центр **Messe Wien Exhibition & Congress Center** и дворец Хофбург – располагают всем необходимым для проведения успешного мероприятия любого ранга и размаха.

Конгрессный центр Austria Center Vienna – ACV (www.acv.at) – самый большой подобный центр во всей стране. Он особенно хорошо подходит для проведения масштабных конгрессов с сопровождающими их мероприятиями, выставками, воркшопами и презентациями продуктов, а также для крупных культурных или корпоративных мероприятий, балов, банкетов. ACV находится всего в семи минутах езды на метро от центра города и способен вместить до 20 тыс. человек, располагает 24 залами (общая площадь 9500 кв. м) вместимостью от 100 до 4320 человек. Все залы оборудованы высококачественной техникой, а также имеют прилегающие помещения и фойе для проведения кофейных пауз и прочих рамочных мероприятий. Здесь проходят многие крупные медицинские и научные конгрессы. Выставочно-конгрессный центр Messe Wien Exhibition & Congress Center (www.messecongress.at) состоит из четырех выставочных залов А, В, С, D, общей площадью 55 тыс. кв. м, которые соединены переходом с конгрессным центром. Комплекс отличают интересное современное архитектурное решение и отличная

техническая оснащенность. Многочисленные залы-трансформеры позволяют быстро создать пространство необходимой конфигурации площадью от 500 до 60 тыс. кв. м практически для любого мероприятия. Мультифункциональный зал D специально оборудован для проведения технически сложных шоу, выступлений и концертных программ. Здание конгрессного центра способно вместить до 3300 человек на общей площади 7 тыс. кв. м и располагает залами, переговорными комнатами, офисами, а также просторными фойе и прилегающими помещениями, которые можно использовать для кофейных пауз, регистрации гостей и других целей.

Дворец Хофбург (www.hofburg.com) – поистине уникальное место для деловых мероприятий,

Конгрессные центры Вены – Austria Center Vienna, выставочный центр Messe Wien Exhibition & Congress Center и дворец Хофбург – располагают всем необходимым для проведения успешного мероприятия любого ранга и размаха

выставок, воркшопов и, конечно, праздников, балов и банкетов. Хофбург – комплекс исторических зданий в самом центре Вены, недалеко от главных достопримечательностей города, магазинов, ресторанов и прославленных музеев. Это бывшая резиденция

1. Дворец Хофбург – уникальное место для деловых мероприятий, выставок, воркшопов и, конечно, праздников, балов и банкетов
2. Второй по величине конгрессный центр города, принимающий ежегодно до 600 крупных мероприятий
3. Выставочно-конгрессный центр Messe Wien Exhibition & Congress Center состоит из четырех выставочных залов А, В, С, D, которые соединены переходом с конгрессным центром
4. Конгрессный центр Austria Center Vienna – самый большой подобный центр во всей стране



Всего в полчаса езды от центра Вены находится колыбель австрийского виноделия и старейшее винодельческое хозяйство страны Stift Klosterneuburg

Согласно статистике Австрийского конгрессного бюро (Austrian Convent Bureau), в 2013 г. в Австрии было проведено **15 522** мероприятия в данном сегменте, общее число их участников составило **1,4** млн человек. Это означает прирост **+10,2%** по количеству мероприятий и **+8,3%** – по числу участников. Среди девяти федеральных земель Австрии лидирует Вена, где в 2013 г. состоялось **44,7%** от общего числа проведенных в стране конгрессов, заседаний и семинаров.

австрийских монархов, и буквально каждый его уголок наполнен свидетельствами долгой и интересной истории: здесь выступали Гайдн, Бетховен, Моцарт и Шуберт. Здесь же проходил уже упомянутый судьбоносный Венский конгресс 1814–1815 гг., положивший начало новому политическому делению Европы. В этих роскошных залах бывали Джон Кеннеди и Никита Хрущев, давали аудиенции папы Иоанн Павел II и Бенедикт XVI. В наши дни в Хофбурге проходит до 350 самых различных мероприятий в год. На общей площади 17 тыс. кв. м здесь созданы необходимые условия для проведения заседаний, конференций или выставок с количеством участников от 50 до 4900. Например, один только роскошно украшенный зал Festsaal способен одновременно вместить до 1300 человек, другие залы вмещают от 500 до 700 участников. В теплое время года есть великолепная возможность организовать кофейные паузы, банкеты или вечерние приемы под открытым небом в обширном парке перед дворцом.

Гармония прошлого и будущего

Вена самым гармоничным образом смогла соединить в себе старое и новое. Так, в 2015 г. здесь отпразднуют сразу несколько значительных юбилеев: 150-летие знаменитой улицы Ringstrasse, 650-летие Венского университета и 450-летие Испанской школы верховой езды. 1 мая 1865 г. император Франц-Иосиф торжественно открыл улицу Ringstrasse. Кстати, именно на этом бульваре, опоясывающем центр столицы, находятся многие исторические площадки для проведения деловых и культурных мероприятий: Государственная венская опера, недавно отреставрированная Венская кунсткамера, Естественно-исторический музей Вены, главное здание Венского университета, Австрийский музей прикладного и современного искусства MAK, и даже в залах Венской биржи есть возможность провести заседание или конференцию. Например, построенное в стиле ренессанс здание Австрийского музея прикладного и современного искусства MAK (www.mak.at) приглашает провести в своих элегантных залах праздничные мероприятия для фирм и групп до 500 человек. Зал для заседаний и докладов обставлен 240 антикварными стульями легендарной мебельной фирмы Thonet производства 1912 г., а приветственный коктейль можно провести в парковой зоне музея. Также здесь предлагаются эксклюзивные экскурсии по музейной экспозиции. Вена переживает настоящий строительный бум, в ходе которого возникают современные площадки для деловых и культурных мероприятий, а также новые возможности для проведения свободного времени, шопинга и развлечений. Так, совершенно новый роскошный комплекс Goldenes Quartier в самом центре Вены включает магазины известных брендов, отель

Park Hyatt Vienna, а также отличные конференц-помещения и бюро. Или, например, комплекс The Stage приглашает гостей мероприятий насладиться великолепной панорамой города, которая открывается с 19-го уровня этого высотного здания. В общей сложности этот комплекс располагает 2000 кв. м площадей, которые находятся на разных этажах и подходят для самых различных мероприятий.

Винодельная столица

Помимо того что Вена по праву считается городом культуры, искусства и музыки, она является единственной в мире столицей, где процветает промышленное виноделие. Виноградники общей площадью около 700 га находятся в черте города, и это открывает великолепные возможности для проведения необычных корпоративных и инсентивных мероприятий, а также рамочных экскурсионных программ. Всего в полчаса езды от центра Вены находится колыбель австрийского виноделия и старейшее винодельческое хозяйство страны Stift Klosterneuburg (www.stift-klosterneuburg.at). Монастырь был основан в 1114 г., и практически с самого его основания здесь практикуется виноделие. В величественном здании бывшего монастыря можно в течение всего года арендовать роскошные залы в стиле барокко – Augustinussaal, Binderstadl, Sala terrene, а также помещение энотеки. Большое впечатление на гостей неизменно производит экскурсия по обширным винным погребам хозяйства. Летние ужины и неформальные вечерние мероприятия лучше всего проводить в типичных венских винных ресторанах – хойригерах (Heuriger). Такой обед или ужин можно совместить с прогулкой по виноградникам Вены. Например, познавательную экскурсию по знаменитым виноградникам города, находящимся на горе Нуссберг, можно закончить в хойригере Mayer am Pfarrplatz (www.pfarrplatz.at). Он находится в историческом здании, где жил великий композитор Людвиг ван Бетховен. Совсем недалеко от Вены находятся живописные виноградники земли Бургенланд и самое большое в Европе степное озеро Нойзидлер Зее, где существуют прекрасные возможности для спортивных программ: прогулки на лодках, велосипедах, пешие прогулки, посещение природных заповедников. Вена предлагает и отличные возможности для комбинированных программ по двум странам. Столица Словакии Братислава находится всего в 60 км от Вены. Между столицами курсирует скоростной катамаран Twin City Liner, который за 75 минут провозит гостей по голубому Дунаю. Мультифункциональный катамаран также можно забронировать для проведения заседаний, презентаций, деловых или корпоративных мероприятий, приемов и пр. (www.twincityliner.com).



Все фотографии предоставлены ©imagobank.visitfinland.com

Свободное время можно провести по-разному. Кого-то влекут музеи, кому-то интересны театры, кто-то просто предпочитает прогуляться по городу. В Хельсинки у путешественника есть возможность более чем активно провести свой досуг.

Подготовила Александра ЗАГЕР



©Vastavalo/Tarja Hoikka

Хельсинки. Столица для активного отдыха

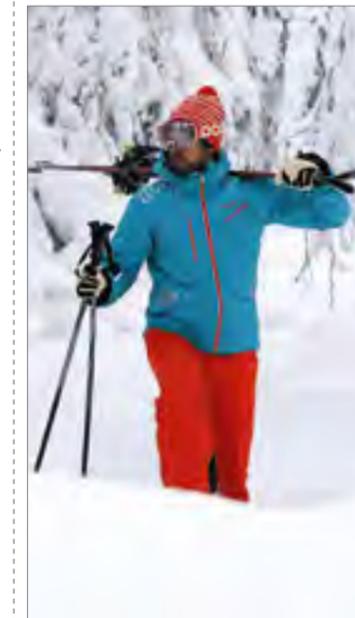
На двух колесах

Забота об окружающей среде стоит в Финляндии далеко не на последнем месте. Передвигаться по городам страны, в том числе, разумеется, и по ее столице на велосипеде удобно, приятно и полезно. Кроме того, так можно осмотреть куда больше достопримечательностей города, чем пешком. Движение в городе организовано таким образом, что по велосипедным трассам, протяженность которых составляет порядка 750 км, можно добраться куда угодно. Так, например, можно прокатиться по трассе Ваапа, которая была проложена в 2012 г. на месте железнодорожного туннеля. Конечные точки маршрута – Музей Киасма и приморский район Руохолахти, а протяженность трассы – 1,3 км. При этом совершенно необязательно ехать по ней непрерывно, хоть путь довольно живописен: вдоль трассы высажены деревья, кустарники, многолетние растения, которые цветут на фоне скал и каменных стен. По дороге есть места для отдыха или смены вида

активности. Так, у больницы Maria есть площадки для игры в баскетбол, настольный теннис и петанк. Это лишь один из многих доступных в Хельсинки маршрутов. Для того чтобы составить свой, можно воспользоваться специальным разработчиком маршрутов, доступным даже на русском языке на сайте <http://pk.reittiopas.fi/ru>. Здесь можно задать все возможные параметры вело- (и не только вело-) путешествия: откуда и куда, на велосипеде или пешком, по гравию или асфальту. Маршрут можно проложить и на сайте Bikemap.net.

Лыжи, коньки, рыбалка и гольф

Все эти, казалось бы, загородные развлечения вполне доступны и в Хельсинки. Здесь можно купить лицензию на городскую рыбалку и попытать удачу на территории вокруг водных порогов в районе Ванханкаупунки. Лицензия распространяется на троллинг и спиннинг, для рыбалки на удочку она не нужна. Лицензии продаются в киоске Meri-Info, расположенном



©Elena Sirparanta



©Aleksi Koskinen

В городе семь искусственных катков – на Вокзальной площади, Brahenkenttä, Käpylä, Pukinmäki, Oulunkylä, Kontula и Lassila, и три естественных в самом центре Хельсинки – Johannes, Kaisaniemi и Väinämöinen. Вокруг Хельсинки есть несколько прекрасных полей для гольфа, например Paloheinä Golf Oy, Vuosaari Golf.

за зданием Музея техники. Следует учесть, что туристы в возрасте от 18 до 64 лет также должны оплатить государственный сбор на рыбную ловлю.

Если погодные условия позволяют, то по городским паркам финской столицы можно покататься на беговых лыжах. Лучшие лыжни проложены через Центральный парк, а всего в городе порядка 180 км лыжных трасс.

Все в парке!

Если времени не очень много и его хочется провести активно, имеет смысл обратить внимание на городские парки, которыми изобилует Хельсинки. Например, ботанический сад Хельсинкского университета, основанный в 1829 г., расположен в районе Кайсаниеми, и здесь круглый год можно полюбоваться на экзотические да и просто красивые растения. Живописнее всего он, конечно, летом. Самая популярная у туристов часть сада – центральная, с прудами, розарием и оранжереями. Один из старейших парков города – «Кайвопуисто». В позапрошлом веке здесь был популярный водный курорт, а потом он превратился просто в городской парк, полный прекрасных вилл и посольских особняков. Парк «Эспланада» – пожалуй, самый популярный и известный в городе. Это неудивительно, ведь он расположен в самом центре Хельсинки и одновременно служит променадом для туристов. Здесь часто проходят крупные интересные мероприятия, большинство из которых принимает эстрада «Эспа». Модные показы фирмы «Маримекко», праздник в честь Ивана Купалы с выступлениями народных танцевальных коллективов, серия джазовых концертов Jazz Esra по будням в июле – всё это здесь.

В шаговой доступности

Если времени побольше, чем пара часов, можно обследовать окрестности города и побывать в чудесных городах максимум в часе езды от столицы.

Эспоо. 58 км морского побережья, 165 островов, 95 озер и 7 полей для гольфа – это всё город Эспоо, который находится недалеко от финской столицы. Здесь часто проходят театрализованные представления, концерты, разнообразные приморские активности. Хороших отелей здесь тоже достаточно, поэтому при желании здесь можно остаться дольше, чем на день.

Тем, кто интересуется научными инновациями и тематическими выставками, стоит посетить город **Вантаа**, который также находится недалеко от Хельсинки, и в частности его научный центр Neureka.

Побег в сказку можно совершить, приехав в город **Порвоо** и погуляв по району Старого города. Булыжные мостовые и старые уютные деревянные дома, сады и лавочки, небольшие атмосферные магазинчики и рестораны с превосходной кухней – что еще надо сбежавшему от суеты путешественнику? Зимой здесь проходят разнообразные рождественские ярмарки и концерты.

Деревня, которая одновременно бренд, – не такое уж редкое явление. В Финляндии это **Фискарс**.

Деревня была основана в 1649 г. и с тех пор является центром народных ремесел. Круглый год здесь проходит множество творческих тематических мероприятий, в которых может принять участие любой желающий.

Тем, кто любит цирк, стоит заглянуть в город **Керава**, что от Хельсинки примерно в 20 минутах езды на поезде. В сентябре здесь обычно проходит Цирковая ярмарка. В течение двух дней ярмарки и улицы города заполняются циркачами всех мастей от акробатов до клоунов, которые активно веселят горожан и гостей.

Конец лета знаменуется запахом чеснока, потому что здесь проходит одноименный фестиваль. В его рамках можно попробовать разнообразные блюда с чесноком, включая даже мороженое.

Более подробно узнать обо всех возможных видах активного отдыха в Хельсинки, а также познакомиться с календарем событий на 2015 г. можно на сайте www.visithelsinki.fi. Информация доступна, в том числе, и на русском языке.

**RUSSIAN
BUSINESS TRAVEL &
MICE
AWARD**

2015

18 номинаций

Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

www.mice-award.ru

Номинация
с 1 апреля 2015 г.

Церемония награждения

1 октября 2015 г.

Дополнительная информация:

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



УЧРЕДИТЕЛИ ПРОЕКТА:



ОРГАНИЗАТОР

