



ATLANTIS
THE PALM, DUBAI

Конечно, Мы
Можем
Предоставить
Вам Комнату
Для Переговоров

Четырнадцать комнат для переговоров. Три банкетных зала. Обслуживание мероприятий с количеством участников до 5000 человек. Все зависит от того, собираетесь ли вы провести личную встречу в уютной, интимной обстановке или устроить gala-ужин и пригласить несколько тысяч человек, мы сможем предложить вам на выбор разнообразные великолепно декорированные площадки, как на свежем воздухе, так и в помещении, а также обеспечить до 600 роскошных номеров для размещения гостей. Добро пожаловать в уникальный мир, где Вам предоставят самые элитные услуги по организации встреч, размещению и обслуживанию праздничных и корпоративных мероприятий.

Добро Пожаловать В Другой Мир
atlantisthepalm.com

Для получения дополнительной информации обращайтесь по телефону +971 4 426 0399 или электронной почте groups@atlantisthepalm.com

www.bt-magazine.ru

2015 I №10—12 I октябрь — декабрь

BUSINESS TRAVEL

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ

ВСТРЕЧИ ■ ИНСЕНТИВ ■ КОНФЕРЕНЦИИ ■ ВЫСТАВКИ

12+



Анатолий КУРЮМОВ.

IBC CORPORATE TRAVEL —
решения умом и сердцем



Mitt

23-я Московская международная выставка
ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ

23–26 марта 2016

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

www.mitt.ru



Весь мир. Одна выставка.

Организатор



ITE Москва
+7 (495) 935 7350
travel@ite-expo.ru
www.mitt.ru

Официальная поддержка



Министерство
культуры РФ



Федеральное
агентство
по туризму



Правительство
Москвы



Российский
Союз
Туризма



Альянс
Туристических
Агентств

BUSINESS TRAVEL
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ
ВСТРЕЧИ ■ ИНСЕНТИВ ■ КОНФЕРЕНЦИИ ■ ВЫСТАВКИ
ОКТАБРЬ — ДЕКАБРЬ 2015 #10–12 (85)

Главный редактор: Александра Загер
a.zager@tourbus.ru
Бильд-редактор: Юлия Калашникова
Корреспонденты: Александр Попов
Владимир Сергачев
Анна Юрьева
Художник: Владислав Суворегин
Фото на обложке: Андрей Мындру

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»
www.idtourbus.ru

Турбизнес
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «ИД»

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

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

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

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

Менеджер по рекламе
Анастасия Пшеничная
reclama@tourbus.ru

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

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

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

Турбизнес
Travel Trade Russia

Главный редактор: Софья Константинова
s.konstantinova@tourbus.ru

destination
ТУРБИЗНЕС

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

Пять звезд

Главный редактор: Элеонора Арефьева
e.arefyeva@tourbus.ru

Турбизнес
Travel Trade Russia

Главный редактор: Ирина Смирнова
tourbus@westcall.net

©ООО ИД «Турбизнес»

СОДЕРЖАНИЕ

2 НОВОСТИ

Booking.com — специально для командировок
Высокие показатели
Campus: узнайте все о Берлине
Расходы на деловые поездки падают
MICE в Монако
MITT 2016
Вопрос месяца
Что? Когда? Где?

4 ТЕМА НОМЕРА

Russian Business Travel & MICE Award 2015.
Важные победы непростого года

14 СОБЫТИЯ

Новая реальность — новые направления!
Конгрессы города берут
Как выбрать трэвел-агентство и не ошибиться?

18 ОТЕЛЬ

Зимняя сказка в московских отелях
Atlantis, The Palm — разнообразие площадок
для торжеств

22 ВЕСТНИК АБТ-АСТЕ

23 БИЗНЕС-ПАРТНЕР

Анатолий КУРЮМОВ.
IBC CORPORATE TRAVEL — решения умом и сердцем

26 ТРАНСПОРТ

Прокат автомобилей для деловых людей

28 ПРОФИЛЬ

Любая идея, которая может привести
к результату, бесценна

31 НОВОСТИ КОМПАНИЙ

32 РЕГИОН

Новый уровень в индустрии деловых мероприятий!
Деловой Сибири не хватает продвижения

38 НАПРАВЛЕНИЕ

Копенгаген. Город, где оживают идеи
Израиль. Встреча прошлого и будущего
Мальтийские плюсы





Booking.com – специально для командировок

Работа – цель каждой пятой поездки путешественников, бронирующих объекты размещения с помощью Booking.com. В связи с этим был разработан специальный сервис для деловых путешественников под названием «Booking.com для бизнеса».

Теперь деловые путешественники смогут найти нужные им объекты. Благодаря обширной базе в более чем 60 млн реальных отзывов, сервис проводит тщательный анализ и среди множества объектов размещения различных типов выбирает именно те, которые рекомендуют другие деловые путешественники. Среди них – более 25 типов размещения, включая апартаменты, дома, гостиницы типа «постель и завтрак», мотели и отели. Сервис также учитывает удобства, доступные в объектах размещения, в том числе самые важные для деловых людей, такие как бесплатный доступ к Wi-Fi и обильный

завтрак. Среди 800 тыс. вариантов размещения и опытные специалисты, и вчерашние выпускники смогут с легкостью забронировать ночлег в любой точке мира.

Booking.com для бизнеса – это еще и бесплатный инструмент, позволяющий менеджерам по работе с персоналом осуществлять бронирование для сотрудников компании. Он представляет собой платформу с расширенным функционалом, призванную отвечать специфическим требованиям представителей бизнеса, и такую же простую в использовании, как и сам Booking.com. Чтобы получить доступ к самым низким ценам и максимально упростить процесс бронирования, организаторам поездок предлагается создать бесплатный аккаунт на сайте. Сами путешественники также получают доступ к специальным предложениям и бонусам в выбранных вариантах размещения.

Высокие показатели

По данным консалтинговой компании JLL, отели Москвы и Санкт-Петербурга продемонстрировали высокие операционные показатели.

При этом Москва оказалась в выигрыше за счет внутреннего спроса. «Загрузка на рынке качественных гостиниц Москвы в среднем увеличилась на 10% (по сравнению с аналогичным показателем 2014 г.) – до 74%, что привело к росту показателя доходности (RevPAR) на 9% – до 5 тыс. руб.», – отметила **Татьяна Веллер**, руководитель департамента гостиничного бизнеса компании JLL. Наиболее яркую динамику продемонстрировал люксовый сегмент, выигравший от увеличения спроса со стороны зарубежных туристов в результате ослабления рубля и, следовательно, снижения стоимости проживания в валюте.

Загрузка гостиниц Москвы летом 2015 г. в среднем по рынку превышала показатель Франкфурта (74% по сравнению с 70%) и лишь немного уступала показателю Брюсселя (75%).

Если говорить о Санкт-Петербурге, то летом 2015 г. люксовый сегмент гостиничного рынка города продемонстрировал лучшие результаты за аналогичные периоды последних десяти лет (с 2006 г.).

Безусловным лидером по загрузке оказался верхний сегмент, в котором этот показатель составил почти 90%. Санкт-Петербург, также известный как «северная Венеция», вполне достойно борется за внимание путешественников с другими европейскими направлениями «выходного дня». Туристам из Европы легко добраться до города на выходные по воздуху, земле или воде.

Campus: узнайте все о Берлине

В середине ноября начала работу универсальная онлайн-академия Берлина, разработанная Офисом по туризму германской столицы VisitBerlin.

Онлайн-академия называется Campus и позволяет все-сторонне познакомиться с немецкой столицей, чтобы, в дальнейшем, предугадывать и предлагать клиентам все самое интересное в городе. Зарегистрироваться и пройти обучение можно по ссылке <http://campus.visitberlin.com/>. Вся информация здесь дана на английском языке, с тем, чтобы поучиться и проверить свои знания могли турагенты по всему миру.

Campus состоит из шести основных разделов: **Basics** – здесь информация о валюте, визах, географическом положении, истории, основных достопримечательностях Берлина и т.д.; **Going Local**, этот раздел делится на 4 подраздела, здесь дана более подробная

информация о городе и местах отдыха в нем; **Cultural Metropolis** – здесь можно найти всю информацию о театрах, музеях, галереях, садах и других культурных объектах; **Families** – посвящен семейным развлечениям города, **Sports Metropolis** рассказывает о возможностях активного отдыха в Берлине, и наконец в разделе **Did you know that...** масса малоизвестных и занятных фактов о городе.

Каждый раздел заканчивается викториной, за правильные ответы учащийся получает баллы, которые потом может обменять на сувениры в разделе Bonus Area.

Все «студенты», успешно прошедшие обучение в Campus, могут распечатать диплом «Сертифицированного турагента по Берлину». Среди всех выпускников онлайн-академии в конце марта 2016 г. будут разыграны три бесплатные путевки в Берлин.

Расходы на деловой туризм в России падают

Индустрия делового туризма в России находится в очень непростой ситуации. Аналитики GBTA ожидают сокращение расходов на деловой туризм на 17% к концу 2015 г. до уровня 17,5 млрд долларов США. Ранее прогноз говорил о снижении лишь на 2,7%. В 2016 г. продолжится снижение показателей еще на 10,1% до уровня 13,7 млрд долларов США.

Между тем, страны БРИКС больше не рассматриваются единым блоком в вопросе развития делового туризма. Китай и Индия продолжают развиваться быстрыми темпами, несмотря на недавние экономические волне-

ния. Так, предполагается, что к концу 2015 г. рост расходов на деловой туризм в Китае составит 11,2%.

Деловой туризм развивается высокими темпами и в Индии, где прогнозируемый рост по состоянию на конец 2015 г. составит 11,1%.

Россия и Бразилия отстают в связи с политическими и экономическими событиями в странах.

Эти и другие данные содержатся в полугодовом отчете о развитии делового туризма в странах БРИК, который на регулярной основе готовит Фонд GBTA, при поддержке компании Visa, Inc.

MICE в Монако



Управление по туризму и конгрессам Монако успешно запустило программу по увеличению количества деловых мероприятий на площадках княжества.

Сандрин Камиа, директор управления по туризму и конгрессам Монако комментирует: «Финансы, здравоохранение и информационные технологии составляют лишь 50% всех MICE-активностей в Монако, но они являются важнейшей составляющей этой отра-

сли туризма. Наш опыт в организации и проведении мероприятий высокого уровня сложно переоценить. Новая программа по привлечению деловых туристов создана для того, чтобы не только увеличить количество мероприятий, проводимых в Монако, но и повысить уровень организации и проведения подобных активностей в княжестве.

Современный конгресс-центр Гримальди Форум, который является экологически сертифицированным комплексом, может принять мероприятие до 2000 человек. Несомненным преимуществом организации мероприятия в Гримальди Форуме является пешая доступность к 15 роскошным отелям разного класса, а также уникальное расположение в самой безопасной стране мира». Помимо всемирно известных пятизвездочных отелей, таких как Hermitage и Metropole, а также роскошных четырехзвездочных отелей Le Meridien и Fairmont, в Монако есть ряд более доступных, но не менее комфортных и современных отелей, в их числе Columbus Monte-Carlo, Novotel и другие.

MITT 2016

Турбизнес готовится к предстоящей выставке MITT 2016, которая по-прежнему займет 8 выставочных павильонов и залов ЦВК «Экспоцентр». Ежегодно MITT посещают порядка 30 000 представителей туристической индустрии из Москвы, области и 76 российских регионов. Посетители выставки – владельцы и руководители агентств и сетей уже поставили даты MITT в календарь и планируют провести на ней не один день. «Для меня MITT – это значи-



мое отраслевое событие, на которое приезжают наши российские и иностранные партнеры. Каждый день выставки расписан под встречи и переговоры. Также важным фактором для меня является возможность установить на MITT контакты с новыми партнерами – отелями, операторскими и принимающими компаниями, что позволяет нашей огромной сети постоянно расширять ассортимент направлений и услуг по всем категориям, в том числе и MICE», – комментирует **Сергей Самохвалов**, директор развития сети Global Travel.*

*Сеть Global Travel – это более 400 франчайзинговых агентств, свыше 500 агентств-партнеров и фрилансеров в крупнейших городах России. www.mitt.ru

ЧТО? КОГДА? ГДЕ?



ЧТО: ANTOR MICE Workshop 2016

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

ГДЕ: Россия, Москва, отель The Ritz-Carlton
КОГДА: 28 января 2016 г.

WEB: www.antormice.com



ЧТО: ITB Berlin

ITB Berlin – это крупнейшая международная туристическая выставка. На ITB представлены все сегменты туристической индустрии. В ее рамках можно принять участие в различных семинарах, симпозиумах, встречах с экспертами, круглых столах для прессы и т.д.

ГДЕ: Берлин, Германия
КОГДА: 9 – 13 марта 2016 г.

WEB: www.itb-berlin.de



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: 23–26 марта 2016 г.
WEB: www.mitt.ru

ВОПРОС МЕСЯЦА

Отразилось ли банкротство «Трансаэро», а также уход с рынка ряда зарубежных авиакомпаний на российском рынке MICE и делового туризма?

42%

Да, безусловно

33%

Отразилось косвенно

17%

Незначительно отразилось

8%

Совсем не отразилось

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



Генеральный партнер премии – Департамент туризма и коммерческого маркетинга Дубая
Официальный зарубежный партнер – компания Green Code
Официальный страховой партнер – компания «Зетта Страхование» (ранее – СК «Цюрих»)
Официальный партнер номинации «Самый яркий MICE-проект года» – компания MaxiMICE

Russian Business Travel & MICE Award 2015.

Важные победы непростого года

Традиционно 1 октября в «Президент-отеле» прошла церемония награждения победителей и лауреатов премии Russian Business Travel & MICE Award. Это награда для лучших компаний сферы делового туризма и MICE, которую в 2010 г. учредили Торгово-промышленная палата РФ, журнал Business Travel и портал conference.ru. В 2015 г. премия Russian Business Travel & MICE Award прошла в шестой раз.

Подготовила Александра ЗАГЕР

Шестой год жизни премии был рекордным по количеству голосов, отданных за участников, – порядка миллиона, что почти в 10 раз больше показателей прошлых лет. Напомним, что лауреаты и победители определялись путем голосования, которое шло на сайте премии три месяца. Окончательные итоги подводил экспертный совет премии Russian Business Travel & MICE Award. В 2015 г. в него вошли представители самых разных секторов экономики – от фармацевтики до автомобильного бизнеса, компаний, предоставляющих услуги сотовой связи, и туристической отрасли. Возглавил экспертный совет вице-президент Торгово-промышленной палаты РФ Александр Рыбаков. Для определения победителя в номинации «Самый яркий MICE-проект года» соби-рался отдельный экспертный совет, в его состав вошли как представители MICE-агентств, так и корпоративные клиенты. Официальным партнером номинации «Самый яркий MICE-проект года» уже во

второй раз стала четырехкратный обладатель награды RBT&MA, один из лидеров рынка MICE и индустрии встреч компания MaxiMICE. Заседание экспертного совета длилось несколько часов и в результате жарких споров и дебатов из семи допущенных к конкурсу проектов был определен лучший MICE-проект года. Гостей церемонии приветствовали ведущие: генеральный директор компании «Арт Бизнес Трэвел Кафе» Людмила Кириллова, генеральный директор компании «Випсервис» Дмитрий Горин, руководитель компании Hospitality Income Consulting Елена Лысенкова и генеральный директор компании UTS Group Алексей Крылов. «Прошедший год был очень непростым для всех нас. Финансовые и политические сложности, неустойчивость рынка, а следовательно, и спроса – все это порой не лучшим образом влияло на наш рынок. Однако мне приятно отметить, что почти все выстояли, нашли в кризисе не только трудно-

сти, но и возможности для развития, и представили такие продукты и программы, что борьба у нас в этот раз оказалась особенно острой. В некотором смысле наша статуетка – символ стабильности и роста рынка индустрии встреч, ведь мы вручаем ее шестой год подряд, несмотря на все перемены на рынке, скачки курсов валют и прочие приметы настоящего времени», – отметил, открывая церемонию награждения, генеральный директор ИД «Турбизнес» Иван Калашников. Церемонию награждения посетили более 300 руководителей отелей, профильных компаний и представителей крупных корпоративных заказчиков MICE и business travel услуг. Среди победителей и лауреатов – лучшие конгрессные гостиницы в Москве, Санкт-Петербурге и регионах страны, лучшие конгрессные центры, организаторы конференций и инсентив-программ в России и за рубежом, business travel агентства, конвеншн-бюро, авиакомпании.



ПОБЕДИТЕЛИ И ЛАУРЕАТЫ

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD 2015

Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 5*

Победитель:	Лауреаты:
отель «Renaissance Москва Монарх»	«St.Regis Москва Никольская», «Балчуг Kempinski Москва»

Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 4*

Победитель:	Лауреаты:
отель «Holiday Inn Москва Лесная»	«Holiday Inn Москва Сушевский», Best Western Plus Vega Hotel & Convention Center

Лучшая конгрессная гостиница Санкт-Петербурга

Победитель:	Лауреаты:
гостиница «Коринтия Санкт-Петербург»	Original Sokos Olympia Garden, Crowne Plaza St.Petersburg Airport

Лучшая региональная конгрессная гостиница

Победитель:	Лауреаты:
отель «Имеретинский» (Сочи)	гостиничный комплекс «ГРИНН» (Орел), AMAKS Конгресс-отель (Ростов-на-Дону), HELIO PARK Thalasso (Московская область), «Гранд Отель Поляна» (Красная Поляна)

Лучшая гостиничная сеть для деловых мероприятий

Победитель:	Лауреаты:
Accor Hotels	AMAKS Hotels & Resorts, Marriott Hotels & Resorts

Лучший конгрессный центр России

Победитель:	Лауреаты:
«ВертолЭкспо» (Ростов-на-Дону)	Конгресс-парк гостиницы «Radisson Royal Москва», Центр международной торговли (Москва)

Лучшая зарубежная гостиница для российских MICE-мероприятий

Победитель:	Лауреаты:
«Renaissance Минск»	Port Nature Luxury Resort & Spa (Турция, Белек), Royal Cliff Hotels Group (Таиланд, Паттайя)

Лучший организатор конференций в России

Победитель:	Лауреаты:
City Travel	IBC Corporate Travel, Unifest Congress

Лучший организатор конференций за рубежом

Победитель:	Лауреаты:
«Демлинк»	«Мегаполис Группа», «Джи Си Эс»/GCS Business Group

Лучший организатор инсентив-программ в России

Победитель:	Лауреаты:
«КонкордБизнесСервис»	MICE Direction, Mouzenidis Intour

Лучший организатор инсентив-программ за рубежом

Победитель:	Лауреаты:
Aerotone Business Travel	HRG Russia, Corporate Travel Agency

Лучшее business travel агентство

Победитель:	Лауреаты:
«Авиа Центр»	Unifest, IBC Corporate Travel

За инновации и креатив в сфере MICE

Победитель:	Лауреаты:
UTS	«Арт Бизнес Трэвел Кафе», «Агентство продвижения инноваций»

Самое динамичное business travel агентство

Победитель:	Лауреаты:
UNIFEST Travel	A&A Business Travel Service Holding, «Бизнес Тревел Крым»

Лучшая авиакомпания для бизнес-путешественников

Победитель:	Лауреаты:
ОАО «Аэрофлот – российские авиалинии»	Etihad Airways, Korean Air

Лучший национальный офис по туризму в сфере продвижения MICE

Победитель:	Лауреаты:
Отдел туризма посольства Испании в Москве	Управление по туризму правительства Макао, ENIT – Национальное агентство Италии по туризму

Лучшая онлайн-система бронирования для бизнес-путешественников

Победитель:	Лауреаты:
Raketa.travel	Hotelbook-Service, A&A Business Travel Service Holding

Самый яркий MICE-проект года

Победитель:
Business Travel Solution (BTS)



**Александр РЫБАКОВ, вице-президент ТПП РФ,
председатель экспертного совета Russian Business Travel & MICE Award – 2015**

Уважаемые коллеги, друзья!

Вот уже шесть лет в октябре мы чествуем лучших на этом рынке, и очень здорово, что с каждым разом участников становится все больше, а борьба – все напряженнее. Номинаций у нас традиционно 18, а вот количество претендентов на награду в каждой из них год от года увеличивается. Приятно отметить, что и в этом году конкуренция за звание лучшей региональной конгрессной гостиницы была очень острой. Стало быть, внутренний рынок MICE и делового туризма растет и развивается.

Растет спрос на регионы России как на MICE-направления. Я надеюсь, такая тенденция сохранится и в будущем.

Ежегодно мы отмечаем и достижения в инновационной сфере, без этого невозможно движение вперед, отмечаем лучшие объекты MICE-инфраструктуры, и это не только отели, но и конгрессные центры со всей России, и я рад, что число новичков в этой номинации растет.

Премия за «Самый яркий MICE-проект года» присуждает отдельный экспертный совет, куда входят как представители MICE-агентств, так и корпоративные клиенты. Я призываю компании активно принимать участие и в этой номинации, делиться историями успеха и получать за это достойные награды. Я надеюсь, что проект Russian Business Travel & MICE Award, где компании-участники могут представить свои новинки и достижения, будет активно развиваться, способствуя тем самым процветанию российского рынка MICE и делового туризма.

В следующем году премия будет вручена в седьмой раз, семь, как известно, символ удачи, чего от души желаю и участникам, и организаторам мероприятий!



**Сергей КАНАЕВ, директор Представительства Департамента
туризма и коммерческого маркетинга Дубая в России, СНГ и странах Балтии**

Церемония награждения премией Russian Business Travel & MICE Award – это событие, позволяющее консолидировать отрасль делового туризма и MICE России. Благодаря этому проекту можно понять и увидеть лучших и сильнейших игроков на этом рынке. Кроме того, премия служит своеобразным стимулом и для новых компаний, и для тех, кто уже зарекомендовал себя в отрасли, но еще не получил награды.

Хотелось бы отметить, что несмотря на кризис, судя по количеству претендентов на награду в разных номинациях, рынок делового туризма и MICE продолжает развиваться и предлагать клиентам новые решения и направления. Было бы здорово, если бы в будущем можно было больше узнавать о каждой компании-победителе прямо со сцены, увидеть не только ее логотип, но и краткий информационный ролик.

Дубай был и остается одним из самых популярных MICE-направлений в мире. Так, пятая часть всего, весьма значительного, туристического потока в страну – деловые путешественники. Отрасль MICE крайне важна для Дубая, и своим участием в проекте в качестве генерального партнера премии Russian Business Travel & MICE Award мы хотели еще раз это подчеркнуть.



**Елена МЕЛЬНИКОВА,
основатель, генеральный директор компании MaxMICE**

Второй год подряд MaxMICE выступает в качестве партнера номинации «Самый яркий MICE-проект года». Приятно осознавать, что мы были первыми обладателями данной награды. Наш проект тогда действительно был ярким, можно даже сказать «предвестником» проектов нового типа, так востребованных сейчас – то есть представляющих собой мероприятие, решающее сразу несколько внутренних и внешних задач заказчика. Это была выездная конференция на Мальте со сложным постановочным

тимбилдингом по мотивам популярной телеигры в настоящем форте на острове и с красивым тематическим гала-ужином. Однако вернемся к конкурсантам этого года: они были и интересны, и разноплановы, решение поэтому было принять не просто. Приглашенные нами эксперты – профессионалы в области MICE, BT, Event, корпоративные заказчики – обсуждали материалы не один час, и это по-своему был тоже увлекательный процесс. Мы говорили о том, что важно для заказчика сегодня, какие проблемы решать, какие использовать для этого инструменты, словом, то, без чего проект не станет не только ярким, но и эффективным. Отдельно стоит отметить, что эта номинация стимулирует к развитию, вызывает интерес, поэтому и эксперты, и конкурсанты из года в год могут меняться местами, то передавая свой опыт, то ища для себя новые направления посредством соревнования.

Будучи постоянным партнером премии, мы благодарим организаторов за эти возможности и выражаем надежду, что в следующем году борьба за звание самого яркого MICE-проекта года будет еще более серьезной и активной.

ГДЕ ВОЗМОЖНОСТИ ВСТРЕЧАЮТСЯ С ИННОВАЦИЯМИ

Региональный коммерческий центр и место пересечения путей между Востоком и Западом, Дубай – город, построенный на инновациях для реализации возможностей. Обширная база знаний и сообщество профессионалов делают Дубай идеальным местом для проведения конференций, деловых встреч и корпоративных мероприятий. Прямой доступ из 360 направлений по всему миру, разнообразие площадок, более 93 000 гостиничных номеров всех категорий и многочисленные возможности для развлечений в городе и за его пределами делают Дубай самым привлекательным направлением для проведения успешных деловых мероприятий.



Dubai Business Events – официальное конгресс-бюро

Tel: +971 600 55 5559, Email: askdbef@dubaitourism.ae, www.dubaibusinesssevents.ae

visitdubai.com





**Эмиль АБДУЛЛАЗАДЕ и Эмиль АЛИЕВ,
управляющие партнеры компании Green Code**

Прежде всего, хотим поздравить всех победителей и лауреатов этой престижной премии, а также поздравить организаторов за отличную работу. Благодаря их профессионализму премия с каждым годом становится все интересней и престижней. Престиж этой премии, на наш взгляд, уже превышает пределы России и это показывает количество отелей, которые бились в номинации «Лучшая зарубежная гостиница для российских MICE-мероприятий». Мы же, как официальный зарубежный партнер премии, очень рады были участвовать. У нас появилась возможность познакомиться с ведущими MICE-игроками рынка, а также рассказать о нашей компании.

Надеемся, что в следующем году тоже будем участвовать, и в дальнейшем это станет доброй традицией для нашей компании, и мы будем постоянными партнерами премии.

Мы еще раз поздравляем всех победителей, до встречи в следующем году!



**Светлана ШВАБ,
директор Центра страхования ВЗР ООО «Зетта Страхование» (ранее СК «Цюрих»)**

«Зетта Страхование» не случайно стала официальным страховым партнером премии Russian Business Travel & MICE Award. Для нашей компании, регулярно взаимодействующей с туристическими компаниями в области страхования выезжающих за рубеж, очень важно, чтобы профессионализм и качество предоставляемых туристическим сектором услуг постоянно рос и приближался к уровню лучших международных компаний. Именно этот рост уверенно демонстрируют представленные номинанты сферы делового туризма и MICE.

И для нас как для компании, активно отслеживающей и внедряющей передовые международные бизнес-практики, важно было увидеть уровень проектов наших иностранных коллег, представленных на мероприятии.

Особо хочется отметить компанию Business Travel Solution (BTS), которая стала победителем в номинации «Самый яркий MICE-проект года» с роликом по организации бизнес-проекта в Юго-Восточной Азии. Очень интересные идеи в сфере инсентив-туризма продемонстрировала компания «Конкорд БизнесСервис». Интересный подход к решению бизнес-задач продемонстрировала UTS Group, которая стала победителем за инновации и креатив. Много новых и запоминающихся впечатлений доставило общение с представителями международной компании Green Code, являющейся официальным зарубежным партнером премии Russian Business Travel & MICE Award.

Подобные мероприятия, подразумевающие обмен опытом, внедряющие инновационные подходы в существующие бизнес-модели, способствуют интенсивному внедрению новых технологических решений в различных областях бизнеса вне зависимости от сферы деятельности. Их своевременность и востребованность подтверждают внедренные и уже показавшие результат современные IT-решения, online-продажи полисов выезжающих за рубеж. Результаты премии показали, что мы все вместе двигаемся в одном направлении, ежедневно совершенствуемся и находим все новые решения для того, чтобы клиенту, агенту и партнеру с нами было еще удобнее и проще. Уверена, что все эти подходы позволят нам работать быстрее и внедрять те продукты и сервисы, которые максимально смогут ответить интересам наших клиентов в текущей экономической ситуации.

Мы выражаем благодарность учредителям премии: Торгово-промышленной палате РФ, журналу Business Travel и portalу conference.ru за возможность принять участие в данном мероприятии в области делового туризма. Благодаря премии многие компании, работающие в этой сфере, смогли заявить о себе, приобрести новые связи, зарядиться энергией для дальнейшей работы, чтобы с новыми идеями достойно продолжать свою профессиональную деятельность.

1 апреля 2016 г.

**стартует номинирование участников на 7-ю премию Russian Business
Travel & MICE Award 2016**



GREEN CODE

Ваш MICE-партнер ПОВСЮДУ!

TURKEY • AZERBAIJAN • GEORGIA

www.greencode.com.tr

Компания GREEN CODE - официальный зарубежный партнер премии
Russian Business Travel & MICE Award 2015
www.mice-award.ru





16



17



18



19



20



21



22



23



24



25

1. «Президент-отель» в третий раз принял торжественную церемонию награждения премией RBT&MA
2. Ведущие церемонии: генеральный директор компании UTS Group Алексей КРЫЛОВ, руководитель компании Hospitality Income Consulting Елена ЛЫСЕНКОВА, генеральный директор компании «Арт Бизнес Трэвел Кафе» Людмила КИРИЛЛОВА и генеральный директор компании «Випсервис» Дмитрий ГОРИН, в центре – генеральный директор ИД «Турбизнес» Иван КАЛАШНИКОВ
3. Генеральный менеджер отеля «Renaissance Москва Монарх» Армин ЭБЕРХАРД и первый заместитель руководителя Департамента национальной политики, межрегиональных связей и туризма Сергей ШПИЛЬКО
4. Победитель – КЦ «Вертол Экспо» и лауреаты в номинации «Лучший конгрессный центр России» и вице-президент ТПП РФ, глава Экспертного совета премии Александр РЫБАКОВ
5. Глава Отдела туризма посольства Испании в Москве Луис Бовес МАРТИН получает награду из рук председателя АБТ-АСТЕ Russia Вадима ЗЕЛЕНСКОГО
6. Генеральный директор Екатерина КОРСУНСКАЯ и председатель совета директоров компании Aerotone Business Travel Илья КОРСУНСКИЙ
7. Директор по продажам и маркетингу отеля «Renaissance Минск» Федор БАХВАЛОВ и управляющий директор, директор департамента корпоративной поддержки ОАО «Открытие. Холдинг» Татьяна ПОПЛАВСКАЯ
8. Генеральный директор управляющей компании ООО «УК АВИА ЦЕНТР» Сергей БОГАЧЕВ и исполнительный директор ООО «Агентство АВИА ЦЕНТР» Ольга СТАТКОВА
9. Исполнительный директор компании Unifest Глеб БАРОН
10. Директор по продажам ACCOR HOTELS в России, Грузии и СНГ Антон КОРОНЕЛЛИ и менеджер по работе с ключевыми партнерами Дарья БРЕДИХИНА
11. Сергей КАНАЕВ, директор Представительства Департамента туризма и коммерческого маркетинга Дубая в России, СНГ и странах Балтии и Рузйда АЛЬБАХЕШ, руководитель по РФ, СНГ и странам Балтии ДТКМ Дубая
12. Победитель – отель «Коринтия Санкт-Петербург» (с наградой – MICE -директор отеля Юлия ЗИБАРОВА) и лауреаты премии в номинации «Лучшая конгрессная гостиница Санкт-Петербурга», с начальником управления рекламно-выставочной деятельности и протокола корпорации МИГ Михаилом ГОРОХОВЫМ
13. Команда компании IBC Corporate Travel. С наградой – генеральный директор Анатолий КУРЮМОВ
14. Победитель – компания «Демлинк» (с наградой директор по развитию Ирина КАРНАУХОВА) и лауреаты в номинации «Лучший организатор конференций за рубежом» с управляющими партнерами официального зарубежного партнера премии компании Green Code Эмилем АБДУЛЛАЗАДЕ и Эмилем АЛИЕВЫМ
15. Армин ЭБЕРХАРД, генеральный менеджер отеля «Холидей Инн Лесная» Максим БРОДОВСКИЙ и Федор БАХВАЛОВ
16. Команда компании UTS, в центре с наградой – генеральный директор Алексей КРЫЛОВ
17. Победитель – компания UTS (с наградой – исполнительный директор UTS Ксения РЕБРОВА), лауреаты в номинации «За инновации и креатив в сфере MICE» и Первый заместитель председателя комитета Государственной Думы РФ по экономической политике, инновационному развитию и предпринимательству Михаил ЕМЕЛЬЯНОВ
18. Победитель – компания City Travel, лауреаты в номинации «Лучший организатор конференций в России» и генеральный директор компании Conference.ru Андрей КОЗЯР
19. «КонкордБизнесСервис» – лучший организатор инсентив-программ в России, с наградой – председатель правления ГК «Конкорд» Наталья ЕВНЕВИЧ с Евгением ЦЫГАНЕНКО и Светланой МИРСКОЙ
20. Победитель – система Raketa.travel, лауреаты в номинации «Лучшая онлайн-система бронирования для бизнес-путешественников», и глава представительства Travelport Мария ЯКУШКИНА
21. City Travel – лучший организатор конференций в России. С наградой – руководитель отдела продаж Максим ШЕВЦОВ
22. Лауреаты премии в номинации «Лучшая региональная конгрессная гостиница» и заместитель постоянного представителя Республики Крым при Президенте Российской Федерации Леонид ЕЖОВ
23. Победитель – агентство «АВИА ЦЕНТР» (с наградой Сергей БОГАЧЕВ), лауреаты в номинации «Лучшее business travel агентство» Глеб БАРОН (Unifest) и Илья СУХОВОЛЬСКИЙ (IBC), и генеральный директор компании «Зетта Страхование» Игорь ФАТЬЯНОВ
24. Победитель – ОАО «Аэрофлот – Российские авиалинии» (с наградой начальник отдела по международным связям Александр ЛУКАШИН), лауреаты г-н Сон Сон ХВЕ (Korean Air) и Наталья ГОРЮНОВА (Etihad Airways) в номинации «Лучшая авиакомпания для бизнес-путешественников» и генеральный директор компании «АТО-Ивент» Алексей КОМАРОВ
25. Команда, создавшая самый яркий MICE-проект года, – компания BTS, с наградой – генеральный директор Сергей ЗУЕВ, руководитель MICE –отдела Наталья КАЗАКОВА, директор по маркетингу Дарья ЗУЕВА, с заместителем генерального директора компании MaxMICE Алексеем СЕРГЕЕЧЕВЫМ и специалистом по закупкам компании Imperial Tobacco Sales & Marketing Натальей МЛАДЕНЦЕВОЙ



1

1. Работа конференции в самом разгаре
2. Сергей КАНАЕВ, директор Представительства Департамента туризма и коммерческого маркетинга Дубая в России, СНГ и странах Балтии



2

Новая реальность – новые направления!

Началась конференция с трендов мирового и российского рынка MICE и делового туризма. Понятно, что никто лучше практика рассказать об этом не может, поэтому разговор о трендах начал генеральный директор компании IBC Corporate Travel **Анатолий Курюмов**. Среди трендов он назвал изменение финансовых рыночных условий как в лучшую, так и в худшую стороны, локализацию географии проведения мероприятий, повышение требований клиентов и внедрение инноваций в MICE. Кроме того, по его словам, появляются запросы на новые форматы мероприятий, такие как антиконференция, печка-куча (petchakucha, яп. болтовня), гибридные мероприятия, биржа деловых контактов.

Исполнительный директор НП «Конгресс Бюро» (г. Екатеринбург), **Оксана Трофимова-Ниденталь**, выступая, также подчеркнула необходимость объединения усилий для более плодотворной работы.

Генеральный директор группы компаний MaxMedium **Татьяна Спурнова** рассказала о России как о MICE-направлении и представила свою книгу «Все это MICE». Опираясь на собственную статистику, спикер отметила снижение бюджетов на 42% и снижение активности по зарубежным проектам на 78%. Следовательно, актуальными являются оптимизация и эффективность, что влечет за собой изменение форматов мероприятий, более широкое использование возможностей регионов России, выбор edutainment-форматов для

приобретения новых знаний, оптимизацию системы закупок. Среди популярных российских регионов для MICE, помимо Москвы и Подмосковья, Татьяна Спурнова назвала: Сочи, Крым, Геленджик, Санкт-Петербург, Ярославль, Суздаль, Нижний Новгород, Казань, Екатеринбург, Калининград.

Она также отметила, что в России много мест для активных инсентивов и расположены они от Северного полюса до Ялты. Правда, здесь необходимо учитывать, что активный отдых связан с «походной» инфраструктурой, которая по возможности наполняется комфортом для участников.

Что касается формата клиентских мероприятий, то тут важны внедрение программ лояльности, бизнес-сессии для клиентов, co-branding проекты для целевой аудитории, мероприятия формата закрытого клуба, road-show по регионам с клиентскими программами, выездные инсентив-мероприятия с обучающей или познавательной составляющей.

Менеджер по работе с клиентами Конвеншн-бюро Сербии **Катарина Срблянин** рассказала о своей стране как о привлекательном MICE-направлении, как с точки зрения развития необходимой инфраструктуры, так и по количеству разнообразных вариантов инсентивов и тимбилдингов с учетом местного колорита.

Начальник отдела организации деловых поездок банка «Финансовая корпорация «Открытие» **Мария Сергеева** затронула важную и нужную в экономически не-

простое время тему – оптимизацию трэвел-бюджета, а также создание трэвел-политики и стратегию закупочной деятельности.

По словам Марии Сергеевой, в трэвел-политике процесс бронирования должен быть максимально детализирован, с определением оптимальных сроков бронирования, класса перелета по времени и направлениям, описанием случаев, когда возможно превышение своего лимита.

К основным принципам закупки трэвел-услуг спикер отнесла: получение максимальной выгоды для компании за «минимальные» деньги; кооперацию по принципу построения партнерских отношений с поставщиками, куда входит «прозрачность», терпимость к возможным ошибкам, совместное решение проблем; максимальную консолидацию объема услуг для получения максимальных бенефитов; профессионализм поставщика; создание базы прямых контрактов с корпоративными поставщиками, что не исключает возможность работы и с консолидаторами услуг.

О передовых event-технологиях для корпоративных мероприятий рассказал Управляющий партнер RCS, основатель компании WoW-WaLL **Дмитрий Шаньгин**. К таким технологиям относится, например, 3D Mapping, то есть 3D-проекция на физический объект с учетом его геометрии и местоположения в пространстве. Это пользуется популярностью, например, при презентации автомобилей, позволяя ярко представить его дизайн.

В России много мест для активных инсентивов и расположены они от Северного полюса до Ялты. Правда, здесь необходимо учитывать, что активный отдых связан с «походной» инфраструктурой, которая по возможности наполняется комфортом для участников.

Другая интересная технология – «Виртуальное граффити». На специальном экране при помощи баллончиков с виртуальной «краской» гости мероприятия могут рисовать все, что захотят. Это сравнительно недорого, сам по себе комплекс мобилен и дает высокую степень вовлеченности участников в процесс. Все большую популярность набирают и мобильные приложения для конкретного мероприятия. Мобильное приложение включает в себя широкий спектр возможностей: программу событий с разделением по дням и направлениям; список спикеров и участников; расположение площадок на карте и в помещении, интерактивные планировки; новости с сайта или социальных сетей; отправление уведомлений пользователям.

Также Дмитрий Шаньгин говорил о фотоинтерактиве «Дополненная реальность», который позволяет виртуально поместить человека куда угодно и моментально сделать фотографию.

Эффективная подготовка к презентации – важная вещь для любого человека. Режиссер презентаций, лайф-коуч, основатель ProstoPreza, соорганизатор трех конференций TEDx **Глеб Шулишов** рассказал, что можно и что нельзя делать при подготовке и проведении презентаций. Для того чтобы презентация была удачной, нужно: быть искренним, мечтать о великом, поделиться историей, не продавать со сцены, добавить юмор и эмоции, спорить с другими, показать себя настоящего, не читать по бумажке и заканчивать вовремя. Прежде чем делать презентацию, нужно нарисовать для себя эмоциональный портрет аудитории: к чему стремится, что любит, о чем мечтает, чем гордится, что хочет узнать, что не успевает, что раздражает, а что вдохновляет.

Потом нужно выстроить выступление, следуя формуле: «Я хочу, чтобы слушатели поняли, запомнили, сделали то-то».

В презентации категорически нельзя: использовать мелкий текст, клип-арт, читать слайды, держать руки в карманах, заканчивать слайдом «спасибо за внимание». А можно и нужно быть наглядным, соблюдать авторские права при использовании картинок и фотографий, быть четким и понятным, презентация должна быть максимально визуальной, а спикер – открытым. Директор Представительства Департамента туризма и коммерческого маркетинга Дубая в России, СНГ и странах Балтии **Сергей Канаев** рассказал о новинках для бизнес-путешественников в Дубае.

Новые форматы мероприятий

Антиконференция – мероприятие, в котором отсутствуют основные элементы конференции (взносы, организационная структура, презентации спонсоров и т.д.)

Печка-куча – представление докладов, специально ограниченных по форме и продолжительности, например, каждая презентация должна состоять из 20 слайдов, показ одного слайда – 20 секунд, общая продолжительность презентации – 6 минут 40 секунд, общее количество докладов за мероприятие – от 8 до 12.

Гибридные мероприятия – объединение в одном проекте онлайн-и офлайн-форматов для наиболее эффективного достижения целей.

Биржа деловых контактов (matchmaking) предполагает единое место встречи, B2B-контакты, систему предварительного назначения встреч, индивидуальное расписание, полный комплекс дополнительных услуг.

Конвеншн-бюро, которые появились за последние годы во многих городах страны, играют все более заметную роль в развитии делового туризма в российских регионах. О том, с какими проблемами сталкиваются эти организации, рассказали эксперты конференции «Индустрия встреч в условиях новой реальности», которая прошла в рамках 21-го Международного туристического форума «Отдых».

Подготовила Анна ЮРЬЕВА



Конгрессы города берут

Одна из главных задач, которая стоит перед российскими конвеншн-бюро – это продвижение своего города или региона как конгрессной дестинации. «Санкт-Петербург – известный туристический бренд, который входит в ведущие мировые рейтинги наравне с такими лидерами, как Порто и Барселона, зачастую опережая их, – рассказала Анна Четвергова, директор конгрессно-выставочного бюро Санкт-Петербурга. – В то же время город недостаточно известен как направление для проведения деловых мероприятий, сейчас мы занимаемся именно тем, чтобы сделать город также и известной конгрессной дестинацией». Однако на этом проблемы привлечения мероприятий в город не исчерпываются. Необходимо также обеспечивать транспортную доступность. Первые шаги в этом направлении уже сделаны – открыт новый большой аэропорт, есть скоростные поезда до Москвы и до Хельсинки. В то же время, по ее словам, небольшое количество прямых и транзитных рейсов, а также цена перелета не позволяют городу конкурировать с ведущими европейскими столицами. Кроме того, визовые ограничения зачастую понуждают организаторов принимать решение не в пользу России в целом. «Мы все только бы выиграли, если бы появились визовые послабления для тех, кто приезжает на деловые мероприятия», – уверена г-жа Четвергова. Перед конвеншн-бюро в регионах стоят сейчас две основные задачи, рассказала председатель правления Ярославского конвеншн-бюро Юлия Скороходова. Первая – это организация и «цивилизовывание» самого рынка, а вторая – это

непосредственно привлечение мероприятий. «Конгресс-бюро в нашем городе появилось недавно, одной из своих задач мы видим популяризацию тезиса о том, что туризм – важная отрасль экономики, а конгрессный туризм может приносить городу существенный доход. Однако пока мы не достигли в этом больших успехов, в регионах пока не пришли в полной мере к пониманию постиндустриального общества, и промышленность все еще считается важнее». Г-жа Скороходова также отметила, что конгресс-бюро не просто взаимодействовать с местной властью, поскольку часто происходят кадровые

своего рода бэкфисом Москвы с точки зрения делового туризма», – заявила г-жа Скороходова. Одной из проблем, с которой сталкивается индустрия встреч в регионах, по-прежнему остается кадровый вопрос. Как рассказал Сергей Рыжов, руководитель MICE-департамента ООО «Самараинтур», проблемой остается найти достаточное число сотрудников отелей, ресторанов, служб такси, которые бы владели английским языком. Кроме того, бизнес испытывает недостаток в гидах и других специалистах тур-индустрии. «У нас есть два неплохих вуза, которые готовят специалистов, я лично хожу

Перед конвеншн-бюро в регионах стоят сейчас две основные задачи. Первая – это организация и «цивилизовывание» самого рынка, а вторая – это непосредственно привлечение мероприятий.

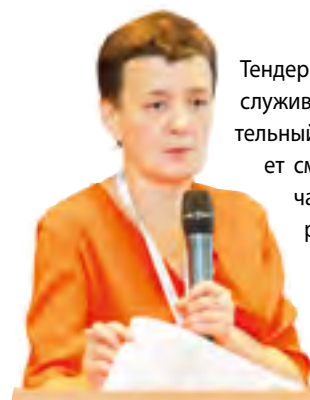
перестановки и нет преемственности. Все это в целом мешает продвижению Ярославля как дестинации, поскольку без пиара на уровне региона достичь существенных результатов не получится, рассказала Юлия Скороходова. В то же время, по ее словам, потенциал у города есть: в Ярославле работает большой конгресс-центр, у которого нет аналогов в городах Золотого кольца, появились хорошие отели и есть комфортабельное железнодорожное сообщение с Москвой, не теряется надежда, что будет работать и аэропорт. «Все это начало большого пути для города. Ярославль может претендовать на бренд деловой столицы Золотого кольца, может стать

на защиты проектов, выбираю людей и приглашаю их на стажировку», – рассказал г-н Рыжов. Также он рассказал, что 10 лет назад компания создала собственную школу экскурсоводов, в результате уже сейчас в городе работает 15–20 молодых опытных гидов, которые могут проводить квесты и другие нестандартные форматы экскурсий. Кроме того, к Чемпионату мира по футболу 2018 г., который в числе других городов принимает Самара, в городе создали кадровый центр по подготовке специалистов в сфере MICE, гостиничного и ресторанного бизнеса. Уже в этом году они начнут обучение на базе Международного института рынка.

Как выбрать трэвел-агентство и не ошибиться?

Тендер на корпоративное обслуживание или конкретное мероприятие – один из ключевых моментов в отношениях между трэвел-агентом и корпоративным заказчиком. О том, как не ошибиться при организации и проведении тендера, а также о нюансах и «подводных камнях», которые следует учитывать, рассказали эксперты образовательной конференции, прошедшей в Москве в рамках International MICE Geography Show (IMGS).

Подготовила Анна ЮРЬЕВА

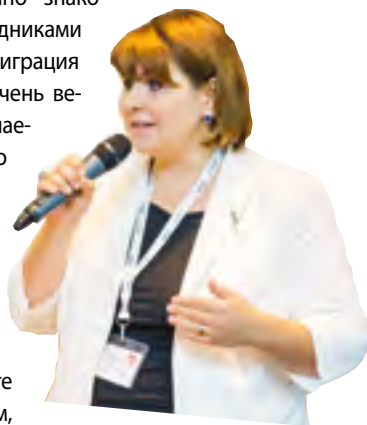


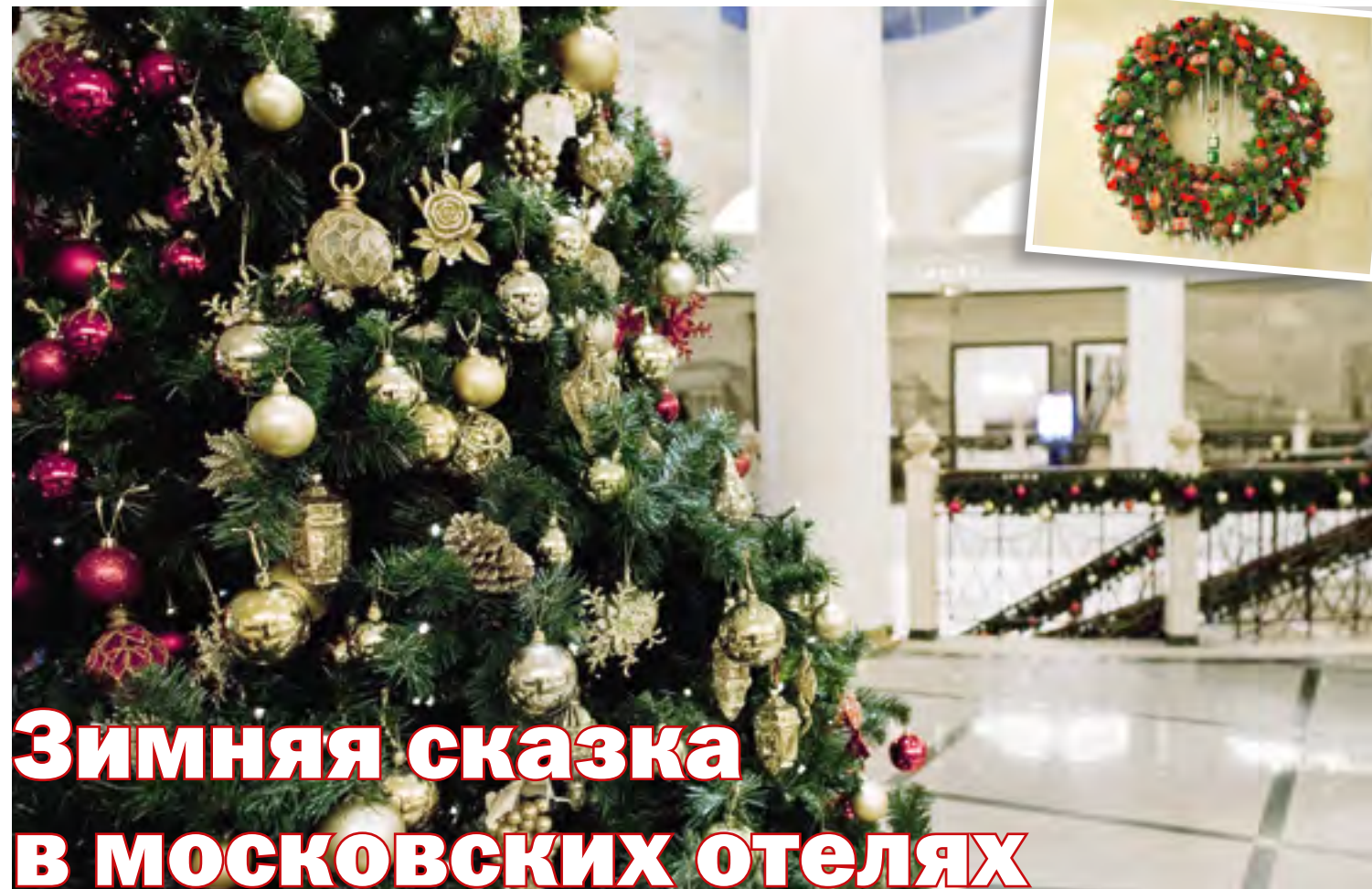
Тендер на корпоративное обслуживание – сложный и длительный процесс, поэтому имеет смысл проводить его не чаще раза в год, а лучше раз в два года, рассказала Инна Рухадзе, менеджер по закупкам компании Accenture. По ее словам, при подготовке тендера в первую очередь

надо определить, что именно компания хочет от трэвел-агентства: нужно ли будет организовывать выездные мероприятия под ключ или проводить встречи и конференции в регионах без выезда. «В тендерной документации необходимо четко и полно прописывать необходимый объем услуг, только так можно получить наиболее адекватное предложение», – отметила г-жа Рухадзе. Для участия в первом раунде имеет смысл приглашать не более 10 компаний. Запрос всем участникам тендера нужно отправлять одновременно, чтобы все были в равных условиях. И обязательно указывать конкретный дедлайн. После того как предложения получены, необходимо встретиться со всеми участниками лично, поскольку человеческий фактор при выборе трэвел-агентства очень значим. Проанализировав результаты встречи, нужно определить шорт-лист компаний, и уже с ним выходить на переговоры. «Оценивать агентства следует как на основании ценовых, так и неценовых критериев. Вы не знаете, сколько будет стоить будущее мероприятие, поэтому основной ценовой критерий – это агентская комиссия. Она должна быть прописана в договоре, и лучше поставить ее размер в зависимость от масштабов мероприятия: чем боль-

ше бюджет, тем меньше процент комиссии. При фиксированной комиссии агентство не будет заинтересовано в мероприятиях с небольшим бюджетом», – поделилась опытом Инна Рухадзе. Она отметила, что важно также учитывать неценовые критерии. «Если вам необходимо, чтобы у агентства был офис в Екатеринбурге, из конкурса автоматически выбывают те компании, у которых его нет», – привела пример спикер. К неценовым критериям также могут быть отнесены: опыт работы на рынке, региональное покрытие, спектр оказываемых услуг, отзывы клиентов агентства, качество портфолио, уровень презентации. «Важный критерий – платежные условия. Если есть две компании, одна из которых предоставляет отсрочку платежа, а другая просит предоплату, то при прочих равных имеет смысл выбрать первую», – подчеркнула г-жа Рухадзе. Критерии можно свести в таблицу и каждому присвоить определенный вес, таким образом можно оценить участвующие в тендере агентства на основании этой таблицы и выбрать ту компанию или те компании, которые набрали наибольшее число баллов. При проведении тендера на конкретное мероприятие, не следует озвучивать заложенный бюджет на этапе запроса. «Конечно, вы всегда знаете, какой бюджет выделен на мероприятие. Но если вы на этапе запроса его озвучите, то во всех предложениях прозвучит эта же цифра. Нужно запросить у агентства предложение по цене, выбрать подходящую компанию и в переговорах с ней опускать цену. Иначе получится так, что вы озвучите бюджет в 100 тыс. и от всех получите предложения на 99 999 руб.», – рассказала Инна Рухадзе. С г-жой Рухадзе не согласилась Ольга Семафорова из UTS Group. По ее мнению, участникам тендера необходимо знать предполагаемый бюджет мероприятия заранее.

«Агентство может сделать мероприятие за 100, за 50 и за 10 тыс. Вопрос в том, какой набор услуг может предложить компания за эти деньги. Можно обратиться к проверенному агентству и поинтересоваться, сколько будет стоить мероприятие в таком-то городе с таким-то содержанием. А играть в «угадай бюджет» агентствам неинтересно, профессионалы могут отказаться участвовать в таком тендере», – уверена г-жа Семафорова. Она подчеркнула, что при выборе компании необходимо лично знакомиться с сотрудниками агентств: «Миграция сотрудников очень велика, вы не знаете, кто именно о к а ж е т с я в команде, работающей над вашим проектом. Если вы впервые работаете с агентством, приходите, знакомьтесь, просматривайте портфолио сотрудников, их сейчас делают во многих компаниях». Если бюджет на мероприятие ограничен, необходимо соотносить с ним свои запросы, а также понимать, что есть вещи, на которых не стоит экономить. «Если мероприятие выездное, важно распределить зоны ответственности между агентством и местным DMC. Или если вы хотите заказывать банкет сами, то выделяйте человека из компании, который будет следить за тем, чтобы все прошло гладко. Нельзя экономить на профессионалах, у них есть опыт, поэтому только они могут сделать мероприятие качественно», – подвела итог г-жа Семафорова.





Зимняя сказка в московских отелях

Новогодние праздники – время, когда отели особенно ждут не только гостей города, но и его жителей. Как правило, к декабрю гостиницы готовят пакетное предложение, включающее проживание и специальное меню, варианты проведения непосредственно новогодней ночи, а также предложения для корпоративных праздников.

Подготовила Анна ЮРЬЕВА

Ужин с шампанским

«В этом году Новый год мы будем праздновать на всех площадках отеля, включая O₂ Lounge, который в прошлом году в новогодний период реконструировался», – рассказал Максим Марусенков, менеджер по связям с общественностью отеля The Ritz-Carlton, Moscow. Праздничный ужин из пяти подач приготовит шеф-повар O₂ Lounge Флоран Курриоль, работавший рука об руку с такими звездами мировой кулинарии, как Жан-Люк Рабанель и Жоэль Робюшон. Премияльное шампанское и благородные крепкие напитки отель предлагает без ограничений. На террасе ресторана по традиции будет работать ледяной бар, также предусмотрена развлекательная программа. Стоимость пакета – 100 000 руб. за одноместное и 150 000 руб. за двухместное размещение. В пакет включено проживание на Клубном уровне и праздничный ленивый завтрак 1 января. Новый год можно будет также встретить в Café Russe, где будет организован буфет, включая буфет для детей, с развлекательной программой. Собственно Новый год можно будет встретить на террасе O₂ Lounge. В пакет входит открытый бар с премиальным

алкоголем в новогоднюю ночь, проживание в номере Superior/Deluxe и выше, ранний заезд и поздний выезд, свободный доступ в спа, праздничный ленивый завтрак. Стоимость пакета – от 50 000 руб. за одноместное и 75 000 руб. за двухместное размещение. В Hilton Moscow Leningradskaya традиционные мероприятия в ресторане и баре отеля будут проходить в течение всего декабря – это праздничное меню, воскресный бранч с рождественскими угощениями и напитками. В «Марриотт Москва Гранд Отель» действует специальное предложение на проживание и новогодний ужин (с 31 декабря на 1 января). В пакет включено размещение в номере отеля, праздничный новогодний ужин, завтрак в ресторане 1 января, доступ в фитнес-центр с бассейном, бесплатный Wi-Fi. Стоимость пакета – от 18 500 руб., не включая НДС при размещении в номере делюкс. Четыре варианта меню новогоднего ужина 31 декабря подготовлены в ресторане «Гранд Александр», тема – «Русское застолье», стоимость – от 4300 руб. с человека. В отеле «Марриотт Тверская» на саму новогоднюю ночь предложений нет, но 17 декабря будет рождественское мероприятие в лобби-баре, на котором

гостям предложат праздничное рождественское меню от шеф-повара Александра Кутепова. Будет работать трехчасовой открытый бар, а музыку будет ставить специально приглашенный диджей. Стоимость предложения – 5000 руб. на одну персону. Отель «Марриотт Ройал Аврора» подготовил на новогоднюю ночь два варианта меню, каждый включает приветственный бокал игристого вина. Стоимость предложения – 7900 руб. на человека. Новогодний ужин будет сопровождать живая музыка.

Московские каникулы

С 22 декабря 2015 г. по 18 января 2016 г. в отеле The Ritz-Carlton, Moscow действует пакет «Зимняя сказка» с гарантированным повышением категории номера при заезде, включенным завтраком для двоих, ранним заездом и поздним выездом и свободным доступом в роскошное спа ESPA. Входящий в пакет кредит можно потратить на великолепный ужин в ресторане Café Russe. От 22 500 руб. за одно- или двухместное размещение. В Hilton Moscow Leningradskaya новогоднее предложение на проживание действует с 21 декабря 2015 г. по 10 января 2016 г. и включает: одну ночь проживания в комфортабельном номере, бесплатный Wi-Fi в номере и лобби отеля, завтрак «шведский стол» в ресторане отеля, комплимент от отеля (бутылка игристого вина и фрукты в номере), скидку 20% на еду и напитки в ресторане и лобби-баре, услуги фитнес-центра (бассейн, сауны, джакузи и тренажерный зал) и поздний выезд до 16.00. Стоимость пакета 7000 руб. за ночь в номере Хилтон Делюкс, 11000 руб. за ночь в Представительском номере. Стоимость указана, не включая 18% НДС. «Поскольку наш отель расположен рядом с Ленинградским вокзалом, то путешественникам будет удобно на высокоскоростном поезде «Сапсан» отправиться в дальнейшее путешествие в город Санкт-Петербург», – рассказала Ольга Калугина, директор отдела организации мероприятий гостиницы.

Корпоративам сокращают бюджеты

Бронирование новогодних корпоративов в московских отелях в этом году идет особенно активно осенью. Как отмечают отельеры, снизилась глубина продаж, кроме того, заказчики мероприятий существенно экономят бюджеты. Реагируя на эту ситуацию, столичные гостиницы готовят «антикризисные» цены на новогодние корпоративные праздники. «Бюджеты у компаний сокращаются, сокращается и так называемое «окно бронирования» (booking window). Сейчас идет активное бронирование новогодних корпоративов. Идя навстречу клиентам, которые переносят свои новогодние мероприятия на следующий год, мы продлили свое специальное предложение до 15 января», – рассказала Ирина Рогатина, старший директор по продажам мероприятий отелей «Марриотт Ройал Аврора», «Марриотт Гранд» и «Марриотт Тверская». В этих отелях действует специальное предложение на проведение новогодних мероприятий с 1 ноября 2015 г. по 15 января 2016 г. Стоимость начинается от 4370 руб. с человека без НДС с вариантом питания «шведский стол». В Hilton Moscow Leningradskaya действует специальное предложение на организацию новогодних корпоративов, отличительная особенность которого отсутствие арендной платы за зал при среднем чеке от 4000 до 6000 руб. на человека. «Кроме того, компания имеет возможность привозить на банкет или фуршет свои алкогольные напитки без так называемого «пробкового сбора», – рассказала Ольга Калугина. В распоряжении отеля есть семь залов, от исторического бального зала на 300 человек (фуршет) до камерных залов на 15 человек (рассадка за круглыми столами), что позволяет проводить корпоративные вечера для компаний различного уровня. «Помимо упомянутых выше плюсов организации корпоратива в Hilton Moscow Leningradskaya, хотим отметить возможность предоставления бонусного

«Конечно, помимо декабрьских «горячих» дат спросом пользуются и январские выходные. Многие компании рассматривают проведение новогодних мероприятий в начале года, объединяя их с регулярными конференциями и цикловыми мероприятиями. Это позволяет компании оптимизировать как бюджеты, так и усилия по организации данных проектов»

ВАШИ ОЖИДАНИЯ:
И РЕАЛЬНОСТЬ:

ДИЗАЙН ОТЕЛЬ
В САМОМ СЕРДЦЕ МОСКВЫ

MERCURE MOSCOW PAVELETSKAYA
Дизайн-отель с неповторимым стилем.
Ресторан, Townhouse, бар,
Wellness-центр, 8 конференц-залов,
подземная парковка.

MERCURE – это не просто часть
комплекса отелей
ADAGIO MOSCOW PAVELETSKAYA
Рядом с метро

BIS MOSCOW CENTRE BAKHRUSHINA
Современные номера, ресторан и бар.

115184, Россия, улица Бахрушина, 11
3 минуты от метро Павелецкая
Тел: +7 (495) 720-53-03
Факс: +7 (495) 720-53-06
h8223@accor.com, www.accorhotels.com

DISCOVER
MERCURE

Mercure
HOTELS

MERCURE.COM
Accor Hotels & Resorts
Member of the ACCOR HOTELS GROUP

LE CLUB ACCOR
HOTELS

проживания в отеле для непосредственного организатора мероприятия. Это может быть сотрудник отдела закупок, офис-менеджер или персональный помощник руководителя, с которым мы стремимся всегда быть на связи, чтобы вечер прошел на самом высоком уровне. Правда, этот бонус получают только те организаторы, кто проводит вечеринку в выходные дни», – отметила г-жа Калугина. По ее словам, в этом году в отеле наблюдают достаточно высокий спрос на корпоративы. «Бронирование залов происходит за 3–4 месяца до предполагаемой даты

вечеринки, в то время как в 2013–2014 гг. процесс бронирования зачастую происходил за 1–1,5 месяца. Практически все компании, которые приходят к нам с запросами, обладают полноценным бюджетом без тенденции к сокращению затрат. На сегодняшний день у нас распроданы все пятницы и субботы в декабре», – рассказала представитель Hilton Moscow Leningradskaya.

В гостиницах «Холидей Инн Лесная» и «Холидей Инн Суцеский» предлагают специальное новогоднее меню, которое включает и питание, и напитки, и укра-

шение зала. «Меню обновляется каждый год, поэтому у нас есть возможность удивить даже наших постоянных партнеров, которые проводят новогодние мероприятия в наших гостиницах.

Помимо новых предложений по проведению праздника, мы разработали специальный новогодний пакет на размещение, который позволит гостям остаться у нас после торжества, выспаться и отведать наш вкусный завтрак», – говорит **Евгения Гаранина**, заместитель директора отдела продаж и маркетинга отелей «Холидей Инн Лесная» и «Холидей Инн Суцеский».

По ее словам, в этом году отмечается стремление к сокращению бюджетов компаний на проведение праздника. «Многие из наших постоянных заказчиков на сегодняшний момент не могут гарантировать празднование Нового года, но тем не менее изучают предложения рынка для определения сумм возможных затрат.

Клиенты не исключают вероятность того, что решение о проведении праздника будет принято буквально накануне. И тем не менее наши постоянные партнеры уже сделали бронирования на самые популярные даты декабря», – подчеркнула г-жа Гаранина. Она отметила, что все больше клиентов выбирают не гостиничные площадки Москвы, а выставочные залы, лофты, подмосковные гостиницы – многие мотивируют данный выбор желанием уйти «от стереотипов традиционного празднования Нового года».

«Конечно, помимо декабрьских «горячих» дат спросом пользуются и январские выходные.

Многие компании рассматривают проведение новогодних мероприятий в начале года, объединяя их с регулярными конференциями и цикловыми мероприятиями. Это позволяет компании оптимизировать как бюджеты, так и усилия по организации данных проектов», – рассказала Евгения Гаранина.

Atlantis, The Palm – разнообразие площадок для торжеств

Роскошный дубайский отель Atlantis The Palm предлагает прекрасные возможности для организации конференций, свадеб и вечеринок. Каким бы ни было мероприятие – здесь предложат лучшее место для его проведения.

Банкетный зал Silk Ballroom представляет собой современное помещение, удобно расположенное между двумя просторными залами. Он располагает комнатой отдыха и современным аудиовизуальным оборудованием. Пусть ваше следующее событие пройдет с оглушительным успехом.

Проведите ваше следующее мероприятие на совершенно другом уровне. Солнечный и просторный **банкетный зал Spice Ballroom** впечатлит ваших гостей, а терраса и возможность организовать пространство по своему вкусу придадут вашему событию яркую индивидуальность.

Если вы ищете идеальное место для проведения семинаров или встреч компании, то **комната для переговоров Atlas** – лучшее решение. Она наполнена естественным солнечным светом, имеет холл для кофе-брейков и отдельную ванную комнату.

Комната для переговоров Andes – идеальное место для проведения совещаний на высшем уровне. Здесь для вас предусмотрено естественное освещение, отдельная ванная комната и смежный банкетный зал.

Банкетный зал Atlantis с потолками высотой 8 м прекрасно подходит для гала-ужинов и масштабных мероприятий. Зал имеет прямой выход на впечатляющую террасу Royal Terrace и вмещает до 2000 человек. Персональное обслуживание, особое внимание к деталям и актуальный креативный дизайн – визитная карточка каждого нашего мероприятия. Позвольте нам создать незабываемое событие для вас и ваших гостей.

Шатер Asateer – популярное место для проведения крупных мероприятий и торжеств в отеле Atlantis. Площадка отличается великолепным оснащением, славится потрясающим видом на небоскребы Дубая и воплощает собой лучшие традиции арабского гостеприимства. Шатер вмещает до 2500 человек и прекрасно подходит для празднования окончания Рамадана, для свадебных церемоний, модных показов, гала-ужинов и масштабных сценических мероприятий.

Терраса одного из самых престижных ночных клубов Дубая N'Dulge – идеальная площадка для проведения незабываемых мероприятий и ужина под открытым небом.

Пляж Royal Beach, с которого можно любоваться великолепными видами на небоскребы района Дубай Марина, идеально подходит для проведения частных мероприятий.

С **террасы Royal Terrace** открываются захватывающие виды на небоскребы района Дубай Марина, а любое мероприятие проводится здесь на высшем уровне. Это место идеально подходит для проведения неформальных встреч, коктейльных вечеринок и официальных приемов.

Акватория Aquaventure занимает пляжную территорию в 17 гектаров и идеально подходит для проведения всевозможных мероприятий – от банкетов до тимбилдинга.

Полуобнимите захватывающим видом на небоскребы района Дубай Марина, который открывается с **частного пляжа отеля Atlantis**. Идеальное место для любых мероприятий – от приемов и барбекю до вечеринок и корпоративных праздников. Это место, которое сделает любое событие уникальным.

Проведите свое следующее мероприятие в спокойной обстановке у **бассейна Zero Entry**, просторная открытая площадка которого вмещает до 2000 гостей. Площадка для мероприятий у бассейна Zero Entry – прекрасно подойдет для проведения масштабных событий, великолепное оформление которого подойдет для любого случая.

Если вы ищете уникальное место для проведения мероприятия, **музей подводного мира The Lost Chambers** – это то, что вам нужно. Здесь перед посетителями открываются великолепные виды подводного царства, в котором обитают 65 000 невероятных морских животных. Это самое невероятное место для проведения небольших мероприятий, в которых участвует до 150 гостей.

Номер супер-люкс Royal Bridge Suite распахнет перед вами двери в мир уединенной роскоши и предложит полюбоваться магически прекрасной панорамой острова Пальма Джумейра и Аравийского моря. Этот номер идеально подходит для встреч на высшем уровне, закрытых приемов и коктейльных вечеринок. К вашим услугам команда профессиональных дворецких и шеф-поваров, столовая на 16 персон, меджлис и две террасы.





Старт дан! Первое IMG Show оценили на пятерку

В двухдневном мероприятии приняли участие 66 российских и зарубежных экспонентов и порядка 200 закупщиков MICE-услуг, среди которых представители агентств, корпоративные клиенты и 50 hosted buyers из Санкт-Петербурга, Тюмени, Иркутска, Новосибирска, Екатеринбурга, Перми, Ростова-на-Дону, Воронежа и Нижнего Новгорода. В рамках выставки в общей сложности состоялось более 1,5 тыс. запланированных встреч покупателей с поставщиками. При этом многие экспоненты отметили: в свободное время возникали и спонтанные встречи.

Во время гала-ужина в главном зале гостиницы «Метрополь» 17 сентября гости подключились к проведению тендеров. Профессиональные закупщики бизнес-трэвел и MICE-услуг – компании Jet Infosystems, Nissa Centre, Johnson & Johnson, Fazer, «Уралкалий», Leroy Merlin и Honeywell – заранее разместили на сайте IMG Show свои заявки на организацию и проведение корпоративных мероприятий. В RFP были зафиксированы все основные требования тендерного задания. Экспоненты могли ответить на RFP, формат которого был им максимально интересен, видеороликом длительностью до двух минут. Приветствовался творческий подход – сами организаторы сравнивали это с домашним заданием на КВН. Победителями тендеров стали ZCTS, Greek National Tourism Organization, MaxiMICE, «Планета Сочи» и Jumeirah at Etihad Towers. Выставка не обошлась без традиционного для АБТ-АСТЕ Russia образовательного компонента. В первый день, 17 сентября, состоялась конференция для экспонентов. О трендах и цифрах российского рынка MICE рассказали генеральный директор ZCTS **Вадим Зеленский** и генеральный директор HRG Russia **Филипп Лукьяненко**. А директор по бизнес-операциям и административным вопросам компании Visa **Ирина Зернова** постаралась ответить на вопрос: «Как понять российского MICE-заказчика?»

Образовательная сессия второго дня IMG Show была рассчитана на корпоративных покупателей. Как оценить успешность мероприятия по системе эффективности окупаемости инвестиций, рассказал **Дмитрий Савельев**, независимый эксперт в сфере делового туризма и административной поддержки бизнеса. Менеджер по закупкам компании Accenture **Инна Рухадзе** говорила об основах проведения тендеров в сфере MICE. Как распределить бюджет, если он маленький, рассуждала **Ольга Семафорова** из агентства UTS Group.

В рамках деловой программы IMG Show состоялись презентации MICE-возможностей Абу-Даби и Макао, а также первой в России кобрендинговой дебетовой корпоративной карты – Raiffeisenbank Visa Corporate & Zelenski Loyalty Pass. Кроме того, участники выставки могли отправиться на экскурсию по гостинице «Метрополь», продегустировать грузинские вина, увидеть процесс изготовления доминиканских сигар и выступление танцевального коллектива из Доминиканской Республики, сфотографироваться с коллегами и партнерами в фотобудке и многое другое.

Активные пользователи социальных сетей размещали свои снимки с мероприятия в Instagram с хэштегом #imgshow – в рамках конкурса авторы трех фотографий, собравших максимальное количество «лайков» в период с 10.00 до 13.00 18 сентября, получили призы из Аргентины. Фото победителя – **Дмитрия Шапилова** из Air France KLM – за три часа оценили 149 пользователей. Завершилось IMG Show 2015 лотереей с розыгрышем ценных призов от партнеров и экспонентов.

«IMG Show я бы оценил на твердую пятерку. Здесь хорошие потенциальные клиенты — люди с конкретными вопросами и заказами, а не просто празднующая публика, что, к сожалению, встречается на многих профессиональных мероприятиях, – поделился координатор Управления по туризму Правительства Макао в России **Дмитрий Смирнов**.



Анатолий КУРЮМОВ.

IBC CORPORATE TRAVEL – решения умом и сердцем

Понять, что такое динамичное бизнес-трэвел-агентство можно, наведавшись в гости в московский офис компании IBC Corporate Travel. Креатив, проактивность, интерес ко всему новому здесь не избитые строчки в резюме, а повседневная реальность. О том, какие плоды приносит такой подход к работе, как делать несколько тысяч мероприятий в год и что такое MICE online, рассказывает генеральный директор компании **Анатолий КУРЮМОВ**.

Беседовала Александра ЗАГЕР

Набор услуг
в онлайн-системе
бронирования
поездов
и мероприятий
«Ракета» включает

7500

опций, по каждой есть
описание, фотографии,
стоимость и даже
подтверждение
в режиме реального
времени

» По итогам ежегодного опроса нашего журнала, вы второй год подряд лидируете по количеству проводимых в России мероприятий. Как вам это удается?

В первую очередь это экспертиза. С самого начала работы нашей компании мы получили колоссальный опыт организации международных мероприятий высокого уровня и поняли, что это перспективное направление, которое необходимо развивать дальше. Двадцать лет назад в Екатеринбурге, где IBC Corporate Travel делала свои первые шаги в бизнесе, мы не думали о 10 000 мероприятий в год, мы просто делали свою работу хорошо. Для проведения мероприятий мы работали в первую очередь с отелями и вместе с контрактингом номеров в отелях мы стали инспектировать площадки в различных городах уральского региона и заключать договоры на конференц-услуги, создавая уникальное по цене и экспертизе предложение. Наши усилия не пропали даром. Очень быстро мы нашли спрос – в регионы стали активно приходить фармацевтические компании с большим и регулярным объемом заказов по организации круглых столов и небольших конференций. География стала расширяться. Работая на опережение, мы двинулись в Сибирь, а затем и на Дальний Восток и выстроили бизнес во всех часовых поясах.

» Что является лидером продаж в IBC?

Наш ключевой продукт – организация небольших мероприятий, дилерских конференций. К примеру, у нас проходит множество круглых столов в день в разных концах страны. Мы можем себе это позволить, поскольку процесс организации максимально доведен до автоматизма, нет необходимости выезжать на каждую площадку, благо мы знаем, кому можно доверить сопровождение мероприятия на месте, да и договориться о нестандартных форматах мероприятий проще.

Наш ключевой продукт – организация небольших мероприятий, дилерских конференций. К примеру, у нас проходит множество круглых столов в день в разных концах страны. Мы можем себе это позволить, поскольку процесс организации максимально доведен до автоматизма, нет необходимости выезжать на каждую площадку, благо мы знаем, кому можно доверить сопровождение мероприятия на месте, да и договориться о нестандартных форматах мероприятий проще.

В 2008 г. стало понятно, что клиент будет все делать самостоятельно через интернет. В нашем распоряжении на тот момент была отличная отельная и билетная база, и мы смогли предложить клиентам такой продукт, с помощью которого они могут бронировать командировки и мероприятия онлайн, получая выгодные цены от отелей и перевозчиков. С нашей помощью и сервисной поддержкой, разумеется. Тогда клиенты хоть

и почувствовали удобство, но к работе онлайн привыкли не сразу. Зато теперь это чуть ли не основное требование. И наше конкурентное преимущество.

» Как вы и IBC нашли друг друга?

В 2007 г. перед инвесторами IBC встала задача масштабировать бизнес, и мне поступило предложение возглавить этот процесс. Начинать нужно было с открытия офиса во Владивостоке, это порт, то есть город априори прогрессивный, собирающий тенденции отовсюду, поэтому закрепить свои позиции там компании было важно. Владивосток был важным личным испытанием для меня. Тогда, в 2007 г., работать в городе было не просто, многие компании, которые начинали вместе с нами, увы, не смогли удержаться на рынке. Работу я начал с главного – с подбора кадров. Мне нужны были целеустремленные, способные работать на результат люди со стержнем. Как правило, такими качествами обладают люди с хорошим спортивным прошлым. Поэтому при прочих равных условиях я отдавал предпочтение спортсменам. Практика показала, что я оказался прав – сотрудники работают в компании до сих пор. Потом нужно было преодолеть некоторое недоверие людей ко мне, да и к компании в целом, как к пришедшим из другого региона. Это особенность любой территории России, которую надо учитывать и уметь с ней работать. В результате у нас все получилось, я очень люблю Владивосток, это перспективное во всех смыслах направление.

» По какому принципу вы выбираете сотрудников?

Нам важна нотка авантюризма в людях. Важно, чтобы человек обладал креативным сознанием и не боялся проявлять инициативу. В IBC инициатива не наказуема, она питает проактивность, ведь мы ждем от наших

ному решению. Мы рады студентам, ведь поколение Y и Z – это люди, которые будут формировать спрос в будущем, да и сейчас уже его формируют. Сейчас мы тестируем мобильную версию «Ракеты», нашего флагманского продукта для организации командировок и мероприятий. На конкурсной основе мы привлекли студентов старших курсов и аспирантов в разных городах, опираясь на техническое задание, они создают это мобильное приложение. И делают это фантастически талантливо и с полной отдачей.

» Вы активно работаете с клиентами онлайн, причем и по бизнес-поездкам, и по MICE. А как можно делать MICE онлайн?

Само по себе мероприятие должно пройти физически, но всю подготовку к нему вполне можно автоматизировать, так же как и подготовку к командировке, например. Понимаете, по сути, что командировка, что инсентив, что тимбилдинг – это определенный набор услуг. Набор услуг в нашей системе на сегодня включает 7500 опций, по каждой есть описание, фотографии, стоимость и даже подтверждение в режиме реального времени. Если вы не знаете, на какой именно площадке хотите провести мероприятие, достаточно оставить прямо в системе краткий бриф менеджеру. Всю работу по проекту можно отслеживать онлайн. При этом там же появляются сметы, счета, бухгалтерские документы и все, что нужно для аудита. Данные остаются в системе

Нам важна нотка авантюризма в людях. Важно, чтобы человек обладал креативным сознанием и не боялся проявлять инициативу. В IBC инициатива не наказуема, она питает проактивность, ведь мы ждем от наших консультантов умения в буквальном смысле слова предугадывать желания клиентов, быть с ними на одной волне и неформально подходить к запросам.

и к ним можно вернуться в любое время. Отчеты, которые там формируются по каждому проекту, сразу позволяют увидеть, как можно оптимизировать бюджет.

» Применяете ли вы инновационные методы организации мероприятий?

Конечно, я сам недавно участвовал в очень интересном мероприятии под названием «Meeting Trophy», которое было организовано Швейцарским бюро деловых и инсентив-поездов. Три дня участники были полностью вовлечены в интеллектуально-спортивное многоборье, главным призом которого была корова! Было безумно интересно, наша команда от России взяла первое место и мы уже получаем сыр от нашей коровы. Я очень хочу сделать подобное в России.

» Расскажите, пожалуйста, о корпоративной культуре в компании.

«Клиент» и «Компания» пишутся в IBC с большой буквы. Сотрудники должны воспринимать бизнес как свой собственный и только тогда они остаются лояльны к компании, радеют за дело и могут работать автономно, принимать решения без руководителя. Первое, где это получилось сделать – во Владивостоке. Люди работали без классического руководителя много лет. Тот же эффект удалось получить в Санкт-Петербурге и Краснодаре. В компании действует несколько программ, например, «ротация персонала», любой сотрудник может сказать, что хочет работать в другом филиале на такой-то позиции, и если есть вакансия, мы всегда идем навстречу таким пожеланиям. Благодаря программе «Challenger» сотрудник может на некоторое время поехать работать в другой регион, чтобы понять особенности местной ментальности и затем использовать это в работе. Есть и программа «Shadow day», когда вы становитесь тенью сотрудника и смотрите за человеком, выполняющим не свойственную вашему функционалу работу, а тот должен подробно объяснять вам ее суть.

» Что позволяет вам не бояться работать по постоплате и браться за крупные проекты?

Мы чувствуем себя финансово стабильной компанией благодаря четкой инвестиционной политике. К концу 2014 г. стало ясно, что наше клиентское портфолио обес-

печит нам рост в этом году, прогнозы подтвердились быстро. Мы были готовы предложить новые форматы мероприятий и лучший онлайн-продукт для командировок. В результате, многие из наших клиентов в этом году осознанно перешли на предоплату (!), получив взамен уникальный продукт компании с экономией на реальной стоимости услуг, а не на показателях cash flow.

» Что нового предложит IBC в 2016 году?

У наших клиентов появится сразу несколько новых онлайн-продуктов. Вместе мы будем праздновать двадцатилетний юбилей, принимать правильные решения умом и сердцем. В планах компании выйти на другие рынки, прежде всего – в Казахстан и Китай, остальные направления я пока оставляю в тайне.



Офисы компании



- ✓ Владивосток
- ✓ Новосибирск
- ✓ Екатеринбург
- ✓ Краснодар
- ✓ Москва
- ✓ Санкт-Петербург
- ✓ Алматы
- ✓ Шэньчжэнь



Прокат автомобилей для деловых людей

Один из самых ценных ресурсов для деловых людей – время. Возможность свободы передвижений вне зависимости от расписания транспорта – один из способов его экономить и рационально использовать. Такую свободу дает, например, аренда автомобиля. О том, насколько эта услуга востребована деловыми путешественниками и развита в нашей стране, ВТ поговорил с экспертами в этой отрасли.

Подготовила Александра ЗАГЕР

Корпоративные клиенты предпочитают пользоваться услугами крупных компаний – международных прокатных фирм или дилеров производителей машин. Многим это удобно, поскольку позволяет вывести свой автопарк на аутсорсинг. Компании по прокату машин, в свою очередь, предлагают ряд особых условий корпоративным клиентам. Как правило, корпорациям автомобили предоставляются на условиях долгосрочной аренды, то есть от года и более, причем в долгосрочную аренду можно взять любое количество машин. Кроме того, корпоративные клиенты обеспечиваются машинами по специальным тарифам и не должны вносить залог. Достаточно просто выбрать автомобиль, предполагаемый пробег и продолжительность срока аренды и выплачивать ежемесячный фиксированный платеж. Оплачиваются такие услуги либо по безналичному расчету с единым провайдером (один договор – одно юридическое лицо), либо напрямую в своем регионе, либо с использованием корпоративного счета и корпоративных кредитных карт. После заключения договора аренды автомобиля немедленно поступают в распоряжение компании и на-

ходятся в непрерывной эксплуатации в течение всего периода аренды. «Работа с корпоративными клиентами занимает очень важную часть нашего бизнеса. Если проанализировать международные продажи компании AVIS, то не менее 40% занимают корпоративные клиенты и 60% – клиенты, отправляющиеся за границу с целью отдыха. Ситуация на внутреннем рынке прямо противоположная. Корпоративные клиенты составляют 70% от всего объема продаж и только 30% – туристы», – отмечает представитель отдела продаж и маркетинга компании Avis Budget GSA **Андрей Прищепов**. По его словам, специфика работы с корпоративными клиентами заключается в необходимости подобрать комфортный автомобиль, максимально удовлетворяющий требования заказчика и не выходящий за жесткие рамки бюджета. «Мы всегда стараемся для всех наших клиентов, как корпоративных, так и обычных туристов, сделать больше, чем указано в запросе. Наши профессиональные сотрудники отдела бронирования располагают всеми последними специальными предложениями с которыми мы с радостью знакомим наших клиентов. Очень часто за те же самые



деньги, а иногда и дешевле, клиент получает машину более высокого класса. Большая часть бронирования – это автомобили эконом- и стандарт-класса. Как пример, это могут быть Volkswagen Polo, Ford Focus, Peugeot 108, Renault Clio», – подчеркнул спикер. «Корпоративные клиенты, в общей своей массе, знают точно, какой автомобиль заказывать, с ними проще работать, так как на 90% вся информация по аренде автомобиля уже есть и не надо долго искать дополнительные варианты. Основные категории – это CDMR-класс (Volkswagen Golf VII), для групп арендуют минивены – это PWAR-класс (Mercedes Viano/Vito), редко заказывают дополнительные опции, в основном полную страховку, которая понижает порог ответственности водителя при страховом случае до нуля, у некоторых компаний данная опция уже включена в контракт», – рассказывает руководитель отдела продаж и маркетинга Eurocar B2B **Денис Париков**. В некоторых компаниях существуют корпоративные прокатные карты. Обладателю такой карты не нужно заполнять множество бумаг для получения машины, ему полагаются скидки и баллы по программам лояльности от компаний-партнеров – отелей и авиакомпаний – и еще ряд других преимуществ. Помимо стандартной аренды машины корпоративные клиенты могут рассчитывать на обслуживание разовых деловых поездок, предоставление такси для сотрудников, оканчивающих работу в позднее время, встречу и проводы гостей и деловых партнеров в аэропортах, вокзалах и отелях и транспортное обслуживание корпоративных мероприятий.

«Достаточно часто корпоративные клиенты в качестве дополнительной опции заказывают GPS-навигатор и Wi-Fi. Это помогает им всегда быть пунктуальными и ни в коем случае не опоздать на запланированную встречу. Устройство для беспроводного доступа в интернет помогает нашим клиентам всегда быть доступными для ответа на самые важные рабочие вопросы», – говорит **Андрей Прищепов**. Если говорить о географии проката, то, по словам **Андрея Прищепова**, чаще всего машины требуются в Германии, Франции, Италии, Испании, США. Что касается внутреннего рынка, то основная часть корпоративных бронирований приходится на Москву, Санкт-Петербург, Ростов-на-Дону, Краснодар и Сочи. «Услугами нашей компании пользуются зарубежные компании, работающие в Москве, а также крупные российские банки с развитой филиальной сетью, торговые компании. Сотрудники компании встречают партнеров, гостей, возят на инспекции по Московской области, встречи в Москве, а также устраивают экскурсии с профессиональными гидами. Также компания перевозит персонал авиакомпаний, самолеты которых остаются на некоторое время в терминалах аэропортов Москвы. Наши машины востребованы в рамках работы в Москве выставок, конференций, и других крупных мероприятий. Услугами компании пользуются и правительственные организации. Стоимость трансфера из Москвы – 3000 руб. Встреча в аэропорту – 3300 руб. Аренда автомобиля от 1000 руб. в час», – рассказывает руководитель проекта Moscow Business Class **Алексей Дроздов**.

«Корпоративные клиенты, в общей своей массе, знают точно, какой автомобиль заказывать, с ними проще работать, так как на 90% вся информация по аренде автомобиля уже есть и не надо долго искать дополнительные варианты»



Анна ЭНТЭЛИС,
Исполняющая обязанности директора
Конгресс-центра ЦМТ

Исполняющей обязанности директора столичного Конгресс-центра ЦМТ назначена Анна ЭНТЭЛИС. Она пришла на эту должность с многолетним опытом работы в сфере гостеприимства и организации мероприятий. С 2013 г. Анна Энтэлис занимала руководящие позиции в отделах продаж групп и мероприятий гостиниц под управлением международных операторов. В интервью ВТ она рассказала о специфике работы крупнейшего конгресс-центра страны и о текущем состоянии рынка конгрессных и корпоративных мероприятий.

Подготовила Анна ЮРЬЕВА

Любая идея, которая может привести к результату, бесценна

» До прихода в ЦМТ вы работали в гостиничном бизнесе, возглавляли отделы продаж мероприятий в крупных международных сетях. На ваш взгляд, каковы особенности работы в новой должности, на посту главы крупнейшего конгресс-центра в стране?

Если говорить об организации мероприятий, то глобальной разницы нет, все процессы примерно одинаковы. Рынок Москвы не такой большой, все площадки работают с одними и теми же компаниями и партнерами. Я знакома с разными площадками и разными форматами мероприятий и знаю, что база подготовки и проведения мероприятий везде одинакова.

В то же время это совершенно новый для меня вид деятельности. Разница в первую очередь в масштабах мероприятий – здесь это в основном крупные конференции и конгрессы, которые подразумевают большое число приглашенных гостей, часто – совмещение формата выставки с деловой частью. Стандартное деловое мероприятие, которое проводится в залах отеля, длится максимум 2–3 дня. В Конгресс-центре оно может продолжаться неделю, возрастает срок подготовки, требуется более масштабная застройка, более серьезная проработка мероприятия до его начала. И, конечно же, здесь больше тематических конференций, связанных с научной деятельностью. Если в гостиницах заказчиком мероприятия чаще всего является представитель корпоративного сегмента, то в Конгресс-центре ЦМТ проводятся мероприятия национального, а зачастую международного масштаба

» Что бы вы хотели изменить в работе ЦМТ, планируете ли привнести что-то новое, более характерное для западной модели работы в конгрессном бизнесе?

Пока я могу сказать, что сама многому учусь и получаю опыт в дополнение к тому, что у меня уже есть.

И при этом, конечно, пытаюсь имплементировать здесь какие-то практики, которыми я овладела, работая в индустрии гостеприимства. Мой опыт в основном связан с западными компаниями, не секрет, что российский менталитет несколько отличается от европейского, американского или корейского. При том что сама система управления у нас отличается незначительно, есть особенности и нюансы, сложившиеся исторически и несущие определенную культурную нагрузку, но структура управления бизнесом почти идентичная. Западные компании при работе с персоналом делают акцент на отношениях партнерства и командной работе, в российском управлении происходит немного иначе. Мы сейчас пытаемся создать здесь атмосферу единения: вовлечь в процесс принятия решений каждого сотрудника, учитывать особенность каждого, сделать акцент на командную работу. Стараемся привнести более свободную форму общения. Все это делается для того, чтобы каждый сотрудник понимал собственную значимость, ведь это основной рычаг мотивации. Когда ты понимаешь, к какой цели мы идем и в чем твой личный вклад – это становится первым шагом к достижению цели.

Со своей стороны я стараюсь вовлекать сотрудников в принятие решений, приветствую с их стороны попытки найти инновационный подход, новое видение, предложение каких-то идей, которые, возможно, до этого не рассматривались. Сейчас любая идея, которая может привести к результату, бесценна.

» Каковы преимущества Конгресс-центра ЦМТ перед другими московскими площадками?

В Москве большое число площадок предлагает услуги по проведению мероприятий, рынок насыщен предложениями, а клиенты стали более капризными и требовательными, имеющими точное понимание того, что они хотят получить от исполнителя, и про-



1



2

водить просто стандартные мероприятия сейчас уже недостаточно для привлечения к себе интереса. Клиент всегда ищет площадку, которая может предложить больше.

Сейчас мы всеми силами стараемся привлечь корпоративных заказчиков. Нам это удастся, поскольку основное наше преимущество и отличие от других площадок в том, что мы предлагаем комплексные услуги. Чаще всего площадка предлагает само помещение для проведения мероприятия, технические услуги, питание. С помощью сторонних подрядчиков возможно оказание дополнительных услуг. Мы же отличаемся тем, что можем создать контент, программу самого мероприятия и взять на себя взаимодействие со всеми возможными подрядчиками. Мы можем организовать и провести его «от и до», не привлекая сторонние организации, оказать полное содействие клиенту и выполнить все его пожелания.

Нельзя забывать, что аналога ЦМТ в Москве нет: здесь сосредоточены не только возможности по организации международных конгрессов, саммитов и конференций, размещению гостей. Это комплекс, который предоставляет более масштабные услуги, в том числе по экспертизе, аналитике и обучению.

Кроме того, мы выступаем не только исполнителями, но часто сами готовим мероприятия по определенной тематике в зависимости от того, что актуально в политической и экономической сфере. К примеру, в октябре у нас проходила конференция «Российский несырьевой экспорт. Вектор развития экономики». Мы выступаем партнером конференции, участвуем в ее организации, будем выступать по актуальной тематике. Мы готовим также и семинары, к примеру, до конца этого года проходит цикл для представителей зарубежных компаний «Актуальные вопросы технического регулирования в странах ЕвразЭС».

» Повлияла ли текущая политическая ситуация на календарь мероприятий, которые проводятся в ЦМТ? Многие говорят сейчас про «азиатский поворот» в международных отношениях, который затронул и индустрию встреч. Отражается ли это на работе Центра?

Да, такая тенденция есть, но хочу отметить, что она рассматривается не только с точки зрения конгрессно-выставочной деятельности. Мы участвуем в программе China Friendly: гостиница Crowne Plaza полностью адаптирована к требованиям китайского рынка, который активно развивается, мы это видим, в частности, и по тому, что все больше отелей ориентируют свой ассортимент услуг на этот рынок.

Что касается текущей сетки мероприятий, то кардинальных изменений пока не происходит. Специфика нашей работы такова, что все мероприятия планируются сильно заранее – за полгода-год, а иногда и больше. И то, что было запланировано, уже не отменяется. Однако какие-то изменения происходят: может сокращаться длительность проведения мероприятия, число участников, заказываются залы меньшей площади. Но сами мероприятия не отменяются. Если говорить про будущий календарь, то первая половина 2016 г. почти вся распланирована. В основном это ежегодные конгрессы и конференции, внутренние мероприятия корпоративных клиентов, международных конференций немного, как правило, их организуют российские профильные ассоциации.

» Были ли случаи, когда мероприятия отменялись по политическим причинам?

Стадия формирования мероприятия проходит несколько этапов: выбор площадки, подтверждение,

«Если говорить про будущий календарь, то первая половина 2016 г. почти вся распланирована.

В основном это ежегодные конгрессы и конференции, внутренние мероприятия корпоративных клиентов, международных конференций немного, как правило, их организуют российские профильные ассоциации»



1. Конференц-зал «Ладога»
2. Московская антинаркотическая министерская конференция в Конгресс-зале
3. Выставка в залах «Валдай» и «Селигер»
4. Банкет в Конгресс-центре

проработка деталей. Если мероприятие подтверждено и закреплено финансовыми и юридическими обязательствами, то оно не отменяется, организаторы ищут способы, как провести его во что бы то ни стало, корректируют программу, меняют спикеров. Возможна ситуация, когда заказчик отменяет мероприятие, которое находится на стадии согласования. Площадка утверждена, но никаких юридических договоренностей еще нет. Причиной может стать то, что тот или иной спикер не может приехать в Россию из-за санкций. Не секрет, что многие мероприятия делаются под определенных спикеров. Если эти спикеры не могут приехать в страну по той или иной причине, такое мероприятие отменяется. В нашей практике был только один такой случай: мероприятие было на стадии согласования и отменилось, поскольку спикер не смог приехать из-за санкций, а найти достойную альтернативу не получилось.

Хочу отметить, что санкции коснулись далеко не всех сфер деятельности. На конгрессном бизнесе они отразились в большей степени, но почти не затронули выставки. Мы традиционно проводим выставки для профессионалов в области эстетической медицины, IT и проч. В этих сферах влияние санкций минимально, мероприятия продолжают проходить, как и раньше.

» Ощущаете ли вы снижение числа корпоративных заказчиков?

В корпоративном сегменте возрастает конкуренция, причем мы конкурируем не только с другими площадками Москвы, но и площадками таких городов, как Сочи, Казань, Уфа. Эти города активно развиваются, у них есть поддержка государства и местных властей, а также возможность обеспечить высокий уровень проведения мероприятия.

Клиенты, которые в Москве попробовали практически все, хотят сейчас уходить от стандартных кон-

ференц-залов, выбирают что-то более интересное и запоминающееся, что раньше еще никто не рассматривал. Это и гольф-центры, и загородные яхт-клубы, конно-спортивные комплексы и заводские помещения и многое другое.

Кроме того, конечно, все стремятся экономить бюджет. И если в компании есть акционеры, у которых есть возможность предоставить площадку на специальных или полностью комплементарных условиях, то мероприятие стремятся провести без посторонней помощи на своей территории.

Я оговорюсь, речь идет не о масштабах Конгресс-центра: в основном Конгресс-зале проводятся мероприятия численностью до 1500 человек. Но у нас есть и другие залы, их более 30, мы проводим мероприятия меньших форматов, и на примере именно таких заказов ощущаем изменения в запросах клиентов. Мы стараемся своевременно реагировать на эти изменения, а для этого использовать все возможности ЦМТ: проводить тимбилдинги как на территории комплекса и парковой зоне, которая к ней прилегает, – так и в самом парке «Красная Пресня», с которым мы активно сотрудничаем, наша парковка позволяет проводить тест-драйвы и презентации для автомобильных концернов и корпоративных клиентов, по формату мероприятий которых планируется проведения тест-драйва или картинга. Большое количество ресторанов, которые находятся на территории ЦМТ, позволяют нам проводить корпоративы и банкеты, правительственные и посольские приемы, а также свадебные торжества, рассчитанные на самую взыскательную публику. Сейчас мы стараемся привлечь самых разных заказчиков, это далеко не только международные тематические конференции. Кризис – не время для уныния, это время для новых идей и новых свершений, время открытых возможностей.

CONTINENT EXPRESS

Smarta – интеллектуальный конструктор отчетов от Continent Express



Continent Express представляет обновленную версию хорошо знакомого корпоративным клиентам портала, который позволяет контролировать расходы компании, управлять тревел-бюджетом и тревел-политикой, оптимизировать административную работу и повышать эффективность внутренней отчетности. Предыдущая версия портала, по данным ТМС, сэкономила до 20% рабочего времени администраторов и до 17% рабочего времени тревел-координаторов. Обновленная Smarta содержит, помимо знакомого набора инструментов, новые уникальные функции, способные улучшить эти показатели. Максимально эффективный и удобный online-конструктор содержит несколько важных нововведений, например: удобная группировка отчетов по темам и папкам, возможность добавления часто используемых отчетов в «избранное», новые фильтры, в том числе по юридическим лицам, интуитивные подсказки и многое другое. Smarta дает возможность самостоятельно загрузить в форматах Excel, PDF и XML порядка 100 основных видов тревел-отчетов, маршрутные квитанции и финансовые документы. Новая версия разрабатывалась в плотном контакте с основными пользователями портала – клиентами – и учитывает их пожелания. Официальная презентация обновленного портала состоится 2 декабря 2015 г.



Conference.ru

Мобильная версия Conference.ru

Эффективный способ подбора конференц-залов для деловых мероприятий теперь возможен и с мобильных устройств. Многие MICE-агентства и корпоративные клиенты используют маркетинговую интернет-систему Conference.ru для быстрого поиска и бронирования залов для различных мероприятий. С ее помощью можно подобрать и забронировать конференц-зал, который будет отвечать требованиям конкретного мероприятия. Ресурсная база портала www.conference.ru содержит информацию о 3000 залах различной категории и оснащенности, расположенных в 50 городах России и за рубежом. Автоматический подбор залов по заявленным критериям позволяет заказчику получить список подходящих залов с полной информацией об услугах и дополнительном оборудовании, с фотографиями и контактами арендодателя. Запросы на бронирование выбранных заказчиком залов напрямую попадают к арендодателю. Важное преимущество поисковой системы Conference.ru – непрерывное обновление и расширение базы данных, которая пополняется за счет расширения географии городов и включения в нее новых площадок. Идя в ногу со временем, портал Conference.ru в октябре этого года запустил мобильную версию своего портала. Она позволяет с любого мобильного устройства подобрать себе подходящую площадку, ознакомиться с ее возможностями и отправить запрос на конкретную дату проведения мероприятия. Удобный сервис и навигация позволяют достаточно оперативно провести процесс поиска из большой ресурсной базы портала conference.ru. Создатели портала надеются, что такие дополнительные возможности позволят пользователям наиболее полно использовать ее ресурс, а участникам проекта получать больше запросов на проведение мероприятий. www.conference.ru, тел./факс: +7(495) 684 8978, e-mail: conference@conference.ru

INCENTIVE CLUB

IC Conference Kit

В октябре в центре дизайна ARTPLAY состоялась презентация нового мобильного приложения для специальных эффективных маркетинговых, HR событий и выставок IC Conference Kit от INCENTIVE CLUB. IC Conference Kit состоит из 23 модулей, среди которых можно выбрать функционал, необходимый для конкретного мероприятия. При этом приложение занимает всего 2 Мб памяти смартфона и одинаково хорошо работает на iOS и Android. Базовый пакет IC Event Guide позволяет сформировать электронную брошюру: программа, список участников, разговорник и другие полезные модули на выбор – работает офлайн. Интерактивный пакет IC Interactive Kit открывает широкие возможности для общения: три вида чатов, возможность задать вопросы участникам и докладчикам, спланировать личное расписание и многое другое.

IC Forum Lab – профессиональный пакет мобильного приложения. В нем есть все необходимое, чтобы получить обратную связь, проанализировать итоги мероприятия, а главное, вовлечь участников игровым процессом – доступны модули геймификации. Продукт уникален еще и тем, что можно самостоятельно конфигурировать приложение. На www.incentiveclub.ru доступен онлайн-конфигуратор IC Conference Kit, где пользователю дается возможность выбрать опции и сформировать пакет, необходимый для решения поставленных задач: вовлечение участников, информирование или повышение эффективности коммуникаций.



Современный бизнес невозможно представить без постоянного обмена информацией, овладения новыми знаниями и технологиями, повышения уровня квалификации сотрудников. С этой целью большинство успешных компаний организуют конгрессы, семинары, выставки и другие деловые мероприятия. Индустрия делового туризма оказывает значительное влияние на развитие национальной экономики и способствует ее интеграции на мировой рынок. В 70–80-х годах прошлого века это явление имело место только в развитых зарубежных странах. На протяжении последних 20 лет происходит развитие этого направления в нашей стране.



Новый уровень в индустрии деловых мероприятий!

Бытует мнение, что в России полноценные конгресс-центры представлены только в Москве и Санкт-Петербурге, где сосредоточена основная деловая жизнь России. Однако существуют региональные площадки, способные составить конкуренцию столичным. Более того, крупнейшие компании федерального значения выбирают орловский Туристический многофункциональный комплекс «ГРИНН» для проведения своих деловых мероприятий. Практически все организаторы руководствуются простым принципом – найти максимально выгодное соотношение цены и качества услуг. Приемлемая стоимость высококлассного обслуживания и отличное техническое оснащение – вот залог успешного развития в сфере

делового туризма. Этим качествам соответствует ТМК «ГРИНН». Статистика работы его площадок впечатляет! Ежегодно здесь проходит более 600 деловых мероприятий, более 150 концертов исполнителей российской и мировой эстрады, более 120 спортивных соревнований всероссийского и международного уровня! Многие, приезжая в Орёл, уделяют внимание и культурному досугу. Примечательно, что Орёл является третьей литературной столицей, здесь множество интересных туристам памятных мест, связанных с великими русскими писателями. Область является родиной А.А. Фета, И.С. Тургенева, Ф.И. Тютчева, М.М. Пришвина, Н.С. Лескова, Л.Н. Андреева. Много лет жизни провел здесь И.А. Бунин.

При выборе конгрессной площадки для многих компаний важна и логистика. До Орла удобно добираться из таких городов, как Москва, Тула, Курск, Белгород, Смоленск, Калуга, Брянск, Липецк, Рязань, Тамбов, Воронеж. Город пересекает международная автомобильная трасса Москва – Симферополь. Расстояние от Москвы до Орла 350 км, дорога занимает всего 4 часа, а возможности, которые предоставляет ТМК «ГРИНН», позволяют провести мероприятия на самом высоком уровне. Конгресс-холл прекрасно оснащен технически и не имеет аналогов в России по уровню трансформации помещений. Есть возможность качественного обслуживания одновременно 2000 гостей.

Если же говорить о главном преимуществе орловского ТМК перед обычными конгресс-центрами, – это инфраструктура, позволяющая в одном месте предоставить услуги высшего качества. Ведь здесь речь идет не только о проведении бизнес-мероприятий, но и о проживании, питании. А также ТМК «ГРИНН» берет на себя заботу об осуществлении спортивных корпоративных состязаний и о проведении досуга. Так, во время слета руководителей внутренних структурных подразделений Центрально-черноземного банка Сбербанка России ТМК «ГРИНН» успешно удалось поддержать традицию коллектива, организовав ежедневную зарядку для 600 участников в спортивном центре, находящемся на территории комплекса. А вечером провести караоке-батл в караоке-клубе. Для проведения 21-го Международного фестиваля актеров кино «Созвездие» в ТМК «ГРИНН» во время торжественного открытия и закрытия был задействован Конгресс-холл, а в дни кинопоказов – залы кинотеатра. В рамках 15-й Международной ярмарки молодежных инициатив «Орёл – 2014» в залах Конгресс-холла одновременно проводились совершенно разные по тематике мероприятия: семинары, выставка, фитнес-

и танцевальные программы. Вечером были захватывающие турниры по боулингу и посещение тематических ресторанов, которых в ТМК «ГРИНН» пять. После XII Международного сахарного форума в 2013 г. и Четырнадцатых молодежных Дельфийских игр России в 2015 г. стало очевидно, что есть потребность в расширении гостиничных услуг. Поэтому один из важнейших проектов ТМК «ГРИНН» – строительство единого комплекса с гостиницей на 369 номеров, рестораном и крупнейшим в России закрытым аквапарком. После завершения проекта гостиничный комплекс сможет принять одновременно до 1800 гостей. Уникальное сочетание разных составляющих делового туризма, внимание к деталям, а также искреннее гостеприимство коллектива позволили в 2014 г. получить ТМК «ГРИНН» высшую профессиональную награду в области делового туризма – Russian Business Travel & MICE Award. Президент РФ Владимир Владимирович Путин в 2011 г. поставил задачу по развитию внутреннего туризма перед регионами России. Уже сегодня очевидно, что орловский ТМК «ГРИНН» – пример успешного и яркого воплощения этой задачи.

ТМК «ГРИНН» – это более 600 деловых мероприятий, более 150 концертов исполнителей российской и мировой эстрады, более 120 спортивных соревнований всероссийского и международного уровня ежегодно!





Деловой Сибири не хватает продвижения

Желание сделать Сибирский федеральный округ (СФО) притягательным для зарубежных и внутренних бизнес-туристов на протяжении нескольких последних лет постоянно декларируется на разных уровнях, однако реальных дел по «раскрутке» этого направления ни в центре, ни на местах все еще не хватает.

Подготовил Владимир СЕРГАЧЕВ

«Нужно завлекать к нам людей деловым туризмом: в последние годы и Новосибирск, и другие регионы Сибири сделали огромный шаг в туристическом бизнесе: уверен, что мы можем принимать события любого масштаба, – констатирует ситуацию генеральный директор компании «Олимпия-Райзен-Сибирь» (Новосибирск) **Виктор Данн**. – Огромное количество заведений питания, отели с мировыми именами, крупнейший за Уралом выставочный комплекс «Новосибирск Экспоцентр», Логистический парк. А вот продвижения в качестве деловой туристической дестинации и региона, и Сибири в целом явно недостает».

Инфраструктура расширяется

Некоторые специалисты по старинке жалуются на то, что в Сибири для развития делового туризма не хватает качественной современной инфраструктуры. Но аргумент вряд ли можно признать актуальным: сейчас во многих крупных сибирских городах есть и отличные гостиницы, и выставочно-конгрессные комплексы, и весь набор необходимых сопутствующих услуг.

Возьмем, к примеру, Красноярск. В нем расположены как минимум две крупные деловые площадки – Международный выставочно-деловой центр (МВДЦ) «Сибирь» и Выставочно-деловой центр (ВДЦ) MixMax. Характеристики первого – 45 тыс. кв. м площадей, из которых 7 и 11 тыс. кв. м приходятся соответственно на открытые и закрытые выставочные павильоны. А еще в состав «Сибири» входят 5 конференц-залов вместимостью от 20 до 235 человек, гостиница на 174 номера, ресторан на 200 мест, три кафе, спортивный комплекс, салон красоты, почтовое отделение, филиалы банков, отделение турагентства, охраняемая открытая парковка большой площади и еще ряд сервисов.

В MixMax – 10 multifunctional профессионально оборудованных залов вместимостью от 8 до 2 тыс. человек, включая предназначенный для масштабных деловых мероприятий Колонный зал (на 700 мест) и Презентационный зал на 400 мест, который подходит для любых целей и располагает зоной для кофе-брейка (или фуршета) и другими необходимыми заказчику услугами. Может быть, в Красноярске ощущается нехватка качественного размещения? Тоже вряд ли. Да, гостиничных

номеров в городе не так и много: по экспертной оценке, Красноярск может принять одновременно около 4,3 тыс. гостей. Однако здесь есть вполне годные для организации и проведения мероприятий гостиничные деловые площадки. Такие как «Hilton Garden Inn Красноярск» (259 номеров, конференц-зал и бизнес-центр), «АМАКС Сити отель» (295 номеров и развитая бизнес-инфраструктура), гостиница «Красноярск» (250 номеров) или «Огни Енисея» (140 номеров). Каждый из этих отелей вполне может быть и самостоятельной площадкой для приема того или иного делового события.

«Красноярск давно славится как деловой центр, что дает возможность развивать наиболее перспективные виды бизнес-туризма, – считает президент Сибирской ассоциации гостеприимства (Красноярск) **Марина Безфамильная**. – Три года назад для решения межотраслевой задачи развития туризма была проведена инвентаризация возможностей региона, оформлен туристический паспорт. И эта работа показала, что Красноярский край имеет объективные предпосылки для ускоренного развития туристического продукта».

По оценке этого эксперта, деловой туризм уже сегодня дает Красноярску значительный экономический эффект: Красноярский экономический форум, например, уже второе десятилетие является крупнейшим за

Уралом. «Основные направления развития делового туризма связаны с организацией поездок для участия в конгрессах, выставках, торгово-экономических миссиях, проведения деловых переговоров и заключения контрактов, – констатирует Марина Безфамильная. – При этом преимуществом Красноярска является то, что восточный вектор экономики России (ориентированный на Китай, Корею, Монголию и т. д.) формируется и на территории нашего региона».

Как с точки зрения годной для приема бизнес-гостей инфраструктуры выглядит столица СФО Новосибирск? Вполне прилично. Потому что здесь есть такие отельные MICE-площадки, как Doubletree by Hilton Novosibirsk (семь конференц-залов с вместимостью до 200 человек) и Novosibirsk Marriott Hotel (семь залов с максимумом до 450 человек), гостиница «AZIMUT отель Сибирь» (9 площадок с максимальной вместимостью до 250 человек) и «Маринс Парк Отель Новосибирск» (430 номеров и нужная для дела инфраструктура). А еще «Park Inn by Radisson Новосибирск», «Скайпорт» и еще целый ряд объектов, готовых принять и на достойном уровне обслужить деловых гостей. И конечно, местный турбизнес гордится выставочным комплексом «Новосибирск Экспоцентр», имеющим сразу 7 конференц-залов с максимальной вместимостью до 460 человек.

Сетевые конгресс-отели Сибири

- ✓ «Hilton Garden Inn Красноярск»
- ✓ «АМАКС Сити отель»
- ✓ Doubletree by Hilton Novosibirsk
- ✓ Novosibirsk Marriott Hotel
- ✓ «AZIMUT Отель Сибирь»
- ✓ «Маринс Парк Отель Новосибирск»
- ✓ «Park Inn by Radisson Новосибирск»
- ✓ «Кортъярд Марриотт Иркутск Сити Центр»
- ✓ «Ibis Сибирь-Омск»

CITY TRAVEL
Business Travel Solutions

Москва, ул. Летниковская, д. 11/10; Тел.: +7 (495) 510-28-28; www.city-travel.ru

1 Система «Контроль бюджета» КОНТРОЛЬ И АНАЛИТИКА РАСХОДОВ

Подключение к уникальной системе, предоставляющей контроль и расчет центров снижения затрат на деловые поездки

2 Система Self Booking Tools ВСЕ ЗАКАЗЫ НА ОДНОМ ЭКРАНЕ

Внедрение on-line системы бронирования и автоматизации всех процессов. Электронная система обмена данными.

Заказы оформленные через систему

On-line

Заказы оформленные через менеджера

Off-line

При работе в системе BOOKING.CITY-TRAVEL всегда остается возможность живого общения. Помощь в бронировании, контроль сроков, соблюдение travel policy.

BOOKING.CITY-TRAVEL

Система
ON-LINE
бронирования





«AZIMUT Отель Сибирь» – это девять площадок для мероприятий с максимальной вместимостью 250 человек



Отель «Ибис Сибирь Омск» располагает тремя конференц-залами общей площадью 100 м²

«Особенных проблем ни с размещением, ни с наличием площадок, ни с транспортным обслуживанием деловых гостей в городе нет, – считает Виктор Данн. – Есть у нас и компании, способные обеспечить качественный прием бизнес-туристов: в год проходит до тысячи событий. Поэтому с точки зрения организации мероприятий, даже довольно крупных, особых сложностей мы не испытываем – при существующем турпотоке инфраструктурных мощностей хватает».

Да и во многих других региональных центрах Сибири инфраструктурные возможности для организации деловых событий есть. В Иркутске, к примеру, для таких целей вполне подходят отель «Кортъярд Марриотт Иркутск Сити Центр» (215 просторных номеров и пять конференц-залов, два из которых могут быть объединены в бальный зал площадью 306 кв. м), «Байкал бизнес-центр» (57 номеров и расположенный рядом «Сибэкспоцентр» с тремя павильонами на 4,5 тыс. кв. м) или «Бизнес-отель «Дельта» (30 номеров и три конференц-зала вместимостью до 130 человек). В последнем, к примеру, ежегодно проходит до 600 различных деловых мероприятий, а за 17 лет его существования клиентами делового комплекса стали более 525 тыс. человек.

В Омске в гостиничном комплексе «Иртыш» действует конференц-центр на 150 мест и несколько залов поменьше (30 мест в каждом), бизнес-центр и комнаты для переговоров, а «Молодежная» предлагает услуги конференц-залов вместимостью до 400 человек.

В отеле «Ibis Сибирь-Омск» есть три оборудованных конференц-зала общей площадью 100 кв. м, оснащенные всем необходимым оборудованием.

Объективно можно сказать следующее: в настоящее время в любом регионе Сибири обязательно найдется хотя бы несколько объектов современного уровня, способных принять как зарубежных, так и российских деловых туристов. Причем эти площадки будут разнообразными по формату, потенциальным объемам приема и возможностям организации события: выбор у заказчика обязательно есть. И спектр проводимых (или готовящихся к проведению) событий это подтверждает. Не стоит забывать, что Красноярский и Байкальский международные экономические форумы уже стали традиционными для округа крупными деловыми событиями, а не за горами и Всемирная Зимняя Универсиада-2019, которая состоится в Красноярске. Конечно, принять конгресс с числом участников в 3–5 тыс. человек ни один из региональных центров Сибири в настоящее время не может, но форумы средней руки (300–500 делегатов) проводить в них на взаимовыгодных условиях вполне реально уже сейчас.

Эффективность туризма как отрасли экономики подтверждают конкретные цифры. Так, по данным руководителя Агентства по туризму Иркутской области **Мари-**

ны Рожковой, за последние 3 года число российских туристов, посещающих Иркутскую область, увеличилось на 43% (до 1,3 млн человек), а иностранцев – возросло на 94% (до 147 тыс.). «За это время объем налоговых отчислений предприятий туристской отрасли в бюджет Иркутской области вырос на 49,5% и составил 386,4 млн руб., а доходы от предоставляемых услуг гостиниц и аналогичных средств размещения выросли на 12,3% и достигли 3,47 млрд руб.», – констатировала она в своем докладе. И деловые люди тоже вносят в эту «копилку» изрядную долю...

Намерения есть

Понимая выгоду от развития туризма (и бизнес-туризма в частности), власти Сибири демонстрируют желание помочь его развитию.

Недавно, к примеру, под руководством помощника Президента РФ **Игоря Левитина** и полномочного представителя Президента РФ в Сибирском федеральном округе **Николая Рогожкина** состоялось специальное рабочее совещание с участием всех глав СФО. «Сегодня перед нами стоит задача удовлетворить спрос и обеспечить условия для экономического роста регионов за счет роста внутреннего туризма, который будет способствовать развитию еще порядка 50 отраслей экономики», – заметил, открывая совещание, Игорь Левитин. А и. о. губернатора Иркутской области **Сергей Ерошенко** добавил: «Необходимо создать условия, чтобы турист сделал свое пребывание максимально продолжительным и посетил как можно больше мест в Сибири».

Главным же выводом собрания (и, надо сказать, верным) стала констатация необходимости скорректировать программы развития туризма всех сибирских регионов с той целью, чтобы «увязать» их в соответствии с общими задачами.

Разделяют желание раскрыть потенциал сибирского туризма и «наверху». В частности, заместитель руководителя Ростуризма **Сергей Корнеев** констатировал, что «сравнивая многие параметры, мы поняли, что ничем не уступаем западным странам».

«И теперь в рамках маркетинговой политики Ростуризма мы хотим сформировать спрос на путешествия по стране, который опирается на качественный турпродукт», – отметил он.

Не обходится и без анализа причин, тормозящих этот процесс. Что касается Сибири, то в их числе профессионалы без сомнений называют транспортные тарифы (в том числе на внутренние перевозки – «далеко и дорого») и слабое информирование о туристском потенциале Сибири (включая деловые туристские возможности) как внутри страны, так и за рубежом. «Проблемы системные и схожи между собой в разных регионах России», – уверена Марина Безфамильная.



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

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ КАТАЛОГ
УДОБНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ ВЕРСИЯ

РОССИЯ КОНГРЕСС-УСЛУГИ

12^й
ВЫПУСК

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

ТИРАЖ:

10 тыс. экз.

ВЫХОД ИЗДАНИЯ:

март 2016 г.

РАСПРОСТРАНЕНИЕ КАТАЛОГА:

- вместе с журналом Business Travel среди корпоративных заказчиков конгрессных услуг, TMC- и PCO-компаний (5000 адресов)
- на выставках ITB (Берлин), IMEX (Франкфурт), MITT (Москва), MIBEXPO (Москва), WTM (Лондон), EIBTM (Барселона)
- на специализированных workshop (АНТОР-MICE, MICE Forum и др.) и региональных workshop «Турбизнес» в России и странах СНГ
- на конференции WTM Vision, на деловых мероприятиях для MICE-компаний
- на церемонии вручения наград Russian Business Travel & MICE Award

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

conference.ru

BUSINESS TRAVEL

Турбизнес
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О РАЗМЕЩЕНИИ В КАТАЛОГЕ

тел./факс: (495) 723-7272

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



Все фотографии в статье ©visitdenmark.digituite.dk

Копенгаген.

Город, где оживают идеи

Дания является одним из лидеров в области создания трендов проведения мероприятий. Именно здесь родилась инновационная система meetovation, с использованием которой любая конференция, съезд или встреча пройдут и ярче, и эффективнее.

Подготовила Александра ЗАГЕР

Место встречи

Meeting Professionals International (MPI) выбрала Копенгаген как место проведения европейской конференции по организации встреч и мероприятий – European Meetings & Events Conference 2016 (EMEC16). Причины такого выбора были озвучены, в частности, на пресс-конференции, проходившей в рамках пресс-тура для журналистов из разных стран, организованного компаниями VisitDenmark и WonderfulCopenhagen. В пресс-конференции принимали участие: **Карин Крох**, президент MPI Denmark Chapter, **Стин Мюллер**, глава Business Events Denmark, **Йонас Вилструп**, директор Wonderful Copenhagen CVB, **Хелле Сванеборг**, глава выставок и конференций Lif, **Оле Соранг**, маркетинг-директор по Скандинавии Rezidor Hotel Group. Дания и, в частности, Копенгаген известны своей инновационностью, экологически-ответственным подходом к организации мероприятий, социальной ответственностью – давние традиции и масса интересных разработок в области проведения крупных мероприятий тому пример. Именно здесь появилось понятие «дизайна мероприятий», и местные эксперты знают, как это можно применять на практике. Более того, здесь приветствуется проведение «зеленых» и экологически-ответственных мероприятий и есть для этого все условия.

Практика показывает, что применение концепции meetovation позволяет участникам лучше достигать своих целей, больше получать от мероприятия и значительно повышает отдачу вложенных средств (ROI). Среди множества отелей и конгрессных площадок организаторы EMEC16 остановили свой выбор на Radisson Blu Scandinavia Hotel. В отеле 544 номера, то есть он одновременно сможет принять всех делегатов конгресса. В отеле целый этаж отдан под конгрессные залы разной вместимости, залы легко трансформируются и в целом могут принять до 1750 гостей. Помимо стандартных конференц-залов здесь оборудован и зал brain-box, где удобно проводить мозговые штурмы в соответствии с концепцией meetovation. Гости и участники мероприятий могут пользоваться беспроводным интернетом на всей территории отеля. В отеле есть три ресторана, в том числе один из лучших тайских ресторанов города «Синий слон». Отель удобно расположен недалеко от центра, всего в 15 минутах езды от аэропорта, и имеет прекрасный панорамный вид на город. До отеля удобно добираться как на такси – в Копенгагене почти не бывает пробок, так и на метро – остановка в нескольких минутах ходьбы от отеля. Через дорогу расположен парк, чуть дальше – исторические кварталы города, а также легендарный район Христиания. До знаменитой гавани и Ратушной



площади можно дойти пешком или доехать на велосипеде. Арендовать велосипед можно прямо в отеле.

Практические занятия

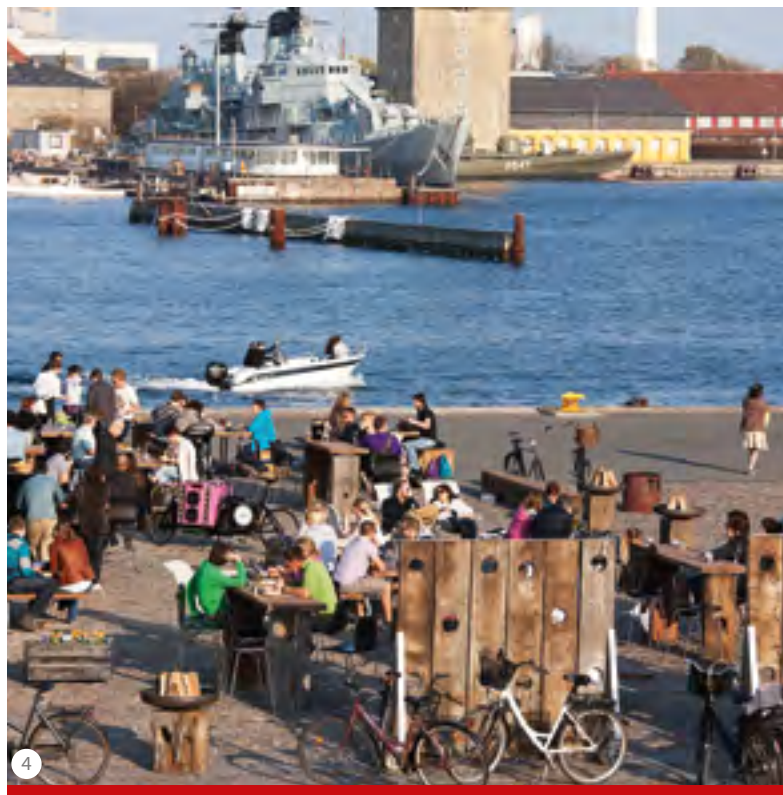
Основная идея meetovation состоит в том, что участники заседаний должны не сидеть и бесконечно слушать доклады, а делиться мыслями и идеями непосредственно во время заседания. Главное уйти от привычной схемы односторонней коммуникации. Согласно правилам проекта все участники встречи должны быть полностью вовлечены в процесс, на каждом его этапе. Любому практику известно, как иногда непросто бывает применить теорию, пусть даже самую интересную и хорошо продуманную, в деле. Руководствуясь принципом «не попробуешь – не узнаешь», компании VisitDenmark и WonderfulCopenhagen пригласили журналистов из разных стран мира посмотреть, как применяется датская концепция организации мероприятий – meetovation на примере EMEC16. Креативное мышление, нестандартный подход к организации, здоровая, стимулирующая мозговую деятельность еда, экологически ответственный подход – это все meetovation (от слов meeting и innovation). Журналисты не только смотрели, но и принимали деятельное участие в подготовке, пусть условной, мероприятия. Организаторы поставили задачу: в течение трех дней сделать презентацию Копенгагена как самого лучшего города для проведения EMEC16.

Сделать это нужно было с применением концепции meetovation. Поэтому решать задачу начали с небольшой вводной лекции и тренинга, которые провели **Энн Хансен** и **Бо Крюгер** – эксперты в области этой концепции.

Очевидно, что для того чтобы быть успешными, любые мероприятия должны быть интересны участникам. То есть, с одной стороны, должны быть грамотно ориентированы на целевую аудиторию, а с другой – иметь релевантную ее интересам программу. При этом должны быть очевидны цели, которые участие в том или ином мероприятии помогает достичь. Длинные доклады уходят в прошлое. Исключение – сугубо научные конференции. В среднем взрослые люди эффективно держат внимание в течение пятнадцати минут. Дальше оно неизменно ослабевает, а следующий пик внимания наступает примерно через полчаса. Поэтому строить активность участников мероприятия нужно с таким расчетом, чтобы каждые двадцать минут менять или вид деятельности (с доклада на обсуждение, например), или по крайней мере ориентировать спикеров не затягивать выступления или включать в них интерактивные элементы. Вовлеченность в процесс также является одним из важных элементов концепции meetovation. С одной стороны, мобильные устройства сильно ослабляют внимание аудитории, а с другой – позволяют вовлечь их в процесс, при условии, что у мероприятия есть интернет-трансляция, и участники могут оставлять комментарии и вопросы для спикеров,



Meeting Professionals International (MPI) – одна из крупнейших отраслевых ассоциаций, в которой состоит **18 500** членов, принадлежащих к **70** отделениям практически по всему миру.



4



5

1,3. Каналы Копенгагена – не только достопримечательность города, но и хорошая «площадка» для тимбилдингов

2. Русалочка – символ датской столицы

4–5. Датчане знают толк во вкусной и полезной еде. И здесь уличная еда вовсе не синоним вредной

делать фотографии с соответствующими хештегами и участвовать в онлайн-дискуссиях.

Интересно, что, согласно последним исследованиям, обещание награды за какую-либо активность... убивает мотивацию. Людям становится неинтересен процесс, поскольку важен результат – награда. Следовательно, научиться чему-то интересному в процессе бизнес-игры, например, у них не получится.

«Дизайн мероприятий сравним с постройкой здания с последующим его превращением в уютный дом», – отметил Бо Крюгер в своей лекции.

Энн Хансен предложила участникам пресс-тура разделить на три группы, с тем чтобы выяснить путем мини-опроса, кто что умеет, может и знает. Такие знания позволяют в будущем более эффективно распределять этапы работы над общим проектом.

В концепции meetovation большое внимание уделяется физической активности участников. Есть, например, такое упражнение, как walk and talk, в ходе которого участники, снова разделившись на группы, обсуждают какую-либо проблему на ходу. В случае с участниками пресс-тура это было обсуждение вопросов для предстоящей пресс-конференции по дороге на ужин.

Иногда несколько принципов концепции можно совместить. Так, например, вдохновение для идей можно черпать из прогулки по городу, совершая ее на велосипеде, чтобы еще больше стимулировать работу мозга. А потом еще полюбоваться Копенгагеном с воды, прокатившись на прогулочном катере по центральному каналу.

Перед тем как отправиться на велосипедную и водную прогулку по городу, участники пресс-тура были озадачены шестью пунктами, которые должны были входить в презентацию. Это песня, слоган, символ, постер, мультфильм и промо-ролик для радио. Если сначала задание казалось невыполнимым, ведь на все про все было всего несколько часов, после тура по городу оказалось, что идей хоть отбавляй.

С песней определились сразу, ею стала Гарри Фаррелла Уильямса. Ничего, кроме счастья от езды по солнечному и красивому Копенгагену, испытать невозможно.

Дальше стало понятно, что слоган и символ должны быть в единой связке. Поэтому начали с символа и практически единогласно выбрали пчелу. Тут есть несколько причин. Во-первых, пчела – существо трудолюбивое и эффективное в своем труде, а во-вторых, она и так уже ассоциируется с датской столицей благодаря проекту Bee Sustain. В его рамках более 4,5 млн пчел живут в столице Дании, ульи стоят в Ботаническом саду. Проект по разведению пчел поддерживали лидеры индустрии встреч Дании. Помимо всего прочего, VuVi является социальным проектом, позволяющим бездомным, безработным, беженцам и детям получить навыки пасечников и освоить таким образом новую профессию.

Следом за символом родился и слоган: «Beelong EMEC16». Он основан на игре слов и смыслов, вовлечение и принадлежность участников к мероприятию – один из основополагающих принципов концепции

meetovation, belong по-английски означает «принадлежать», а написание этого слова с двумя e отсылает к символу – пчеле (bee – пчела (англ.)).

Дальше журналисты снова разделились на группы, чтобы придумать и нарисовать мультфильм, сделать постер и записать ролик для радио.

Постер представлял собой слово Копенгаген, написанное вертикально, где на каждую букву в названии города было дано понятие, так или иначе связанное с концепцией meetovation.

Главной героиней мультфильма стала пчела Белла (Bella Bee), которая прилетела в столицу Дании организовывать EMEC16. Передвигалась по городу она на велосипеде, да, в Копенгагене даже пчелы умеют ездить на велосипеде, в корзинке у нее были все необходимые элементы для организации мероприятия в стиле meetovation. Заканчивался мультфильм тем, что пчела Белла была окружена воодушевленными, заинтересованными, полными идей участниками EMEC16.

Аудиоролик для радио был записан с помощью обыкновенного планшета.

Следующим утром, после небольшой репетиции, команда журналистов с блеском представила свою презентацию комиссии, в которую вошли: **Метте Фискер**, глава Conference Care, **Ларс Бличер Хансен**, главный редактор журнала Møder & Events Magazine и **Инга Мерет Энгборг**, главный консультант по выставкам и конференциям – Radisson Blu Scandinavia Hotel Copenhagen. Заявка получила полное одобрение и была принята.

Пища для ума

Brain food, то есть еда, позволяющая мозгу работать эффективнее, также является одним из важных элементов концепции meetovation. Блюда только из натуральных местных продуктов, приготовленные так, чтобы их можно было съесть быстро и быть сытым долго, шоколадные кексы, батончики с орехами, фермерские фрукты, ягоды и овощи – это все brain food.

Как правило, мероприятия, организованные в соответствии с концепцией meetovation, предлагают участникам именно такую форму питания.

Однако вечером стоит уделить внимание нескольким интересным датским ресторанам.

Строго говоря, **Copenhagen Street Food** – не совсем ресторан. Вернее, даже совсем не ресторан... Copenhagen Street Food располагается в одном из старых доков в порту, в районе Paper Island. Здесь соеди-

нились сразу две идеи – повторного использования материалов в оформлении помещения и фургонов с едой и экологически чистых, фермерских продуктов. В нем стоят несколько десятков фургонок с самой разной и очень вкусной едой – кубинской, мексиканской, итальянской, японской, китайской, датской и других кухонь мира. Вся еда экологическая чистая, сделанная из натуральных продуктов. Участникам проекта важно, чтобы все готовилось из местных продуктов, чтобы ингредиенты для блюд не подвергались долгой транспортировке. «Натурально, честно и эстетично» – вот девиз этого проекта. Еда есть на любой кошелек: и совсем дешевая, и подороже. Здесь можно расплатиться как наличными и картой, так и специальными фишками, номиналом по 25 датских крон. Это удобно, если пришла большая группа, и каждый хочет выбрать что-то по вкусу. Кофе-бар открывается обычно в 10 утра, а вагончики с едой – в 12, а закрываются в 21 или 22 часа. После 22 часов открыты только бары, но – до последнего клиента.

Это очень хорошее место для того, чтобы почувствовать атмосферу «зеленой столицы», пообщаться и вкусно поесть. Кроме того, здесь периодически проходят разного рода мероприятия. Так, именно здесь состоится приветственный гала-ужин для делегатов EMEC16.

Другое, не менее интересное место в городе, – ресторан **Toldboden**. Он был открыт шесть лет назад как экологически чистая площадка, где практически все – от мебели до светильников – сделано из переработанных материалов, а на стол подают только натуральные продукты. Это место очень популярно и как площадка для мероприятий, и как ночной клуб. Ресторан расположен в живописном месте, на берегу канала, иногда из его окон бывает видна королевская яхта. А летом каждый вторник здесь проходит выставка старинных автомобилей. Ресторан Toldboden станет местом встреч делегатов EMEC16.

Другое, не менее интересное место в городе, – ресторан **Toldboden**.

Он был открыт шесть лет назад как экологически чистая площадка, где практически все – от мебели до светильников – сделано из переработанных материалов, а на стол подают только натуральные продукты. Это место очень популярно и как площадка для мероприятий, и как ночной клуб. Ресторан расположен в живописном месте, на берегу канала, иногда из его окон бывает видна королевская яхта. А летом каждый вторник здесь проходит выставка старинных автомобилей. Ресторан Toldboden станет местом встреч делегатов EMEC16.



Рекомендация от специалистов по meetovation

Длинные доклады уходят в прошлое. Исключение – сугубо научные конференции. В среднем взрослые люди эффективно держат внимание в течение пятнадцати минут.

Дальше оно неизменно ослабевает, а следующий пик внимания наступает примерно через полчаса.

Поэтому строить активность участников мероприятия нужно с таким расчетом, чтобы каждые двадцать минут менять вид деятельности (с доклада на обсуждение, например).



© Dana Friedlander/www.goisrael.ru

Встреча прошлого и будущего

В Израиль ездят отдыхать, лечиться, молиться, уезжают навсегда. Однако страна может быть и прекрасным MICE-направлением. Сюда просто долететь, со многими странами, в том числе и с Россией, действует безвизовый режим, но самое главное – в Израиле отличная и очень разноплановая инфраструктура для встреч и инсентивов.

Подготовила Александра ЗАГЕР

Делу – время

Тель-Авив очень эклектичный город, во многом это связано с историей его создания. С одной стороны – старый Яффо, древний порт, для которого древние финикийцы – такие же прохожие, как толпы современных туристов. В его узких каменных улочках живет история, которая иногда, будто дразнясь, показывает то одним своим пластом, то другим.

А с другой стороны, буквально в нескольких минутах езды от него – огромный современный город, с небоскребами, массой музеев современного искусства, Алмазной биржей и современными отелями. И где-то между ними – несколько кварталов с домами в стиле баухаус, память о волне репатриации 30–40-х годов прошлого века, которая принесла в Израиль выходцев из Германии и Австрии, а вместе с ними и этот архитектурный стиль.

Музей скульптора и интерьерного дизайнера Иланы Гур расположен в самом сердце старого Яффо на улице Мазаль Дагим в старом здании XVIII в. Когда-то это был первый еврейский постоянный двор Яффо. Теперь там постоянная экспозиция дизайнерских работ Иланы Гур, которые она периодически меняет и дополняет. Есть там и работы ее коллег, причем каждая такая работа не только подписана, но и снабжена фотографией автора. Музей часто служит площадкой для мероприятий. Их можно провести на большой открытой веранде, откуда открывается отличный вид на море, а также на крыше здания, где расположен парк скульптур. Это место прекрасно подойдет для камерных приемов, презентаций, приветственных коктейлей.

Для того чтобы получить более цельное представление о Тель-Авиве, стоит посмотреть на него сверху. Для этого вовсе необязательно арендовать самолет или армию воздушных шаров. Достаточно посетить **Azrieli Observatory**, что находится в комплексе из трех небоскребов под названием Башни Азриели в центре Тель-Авива. Смотровая площадка Azrieli Observatory расположена на 49 этаже Круглой башни и позволяет смотреть на город с высоты 182 м. И не только смотреть, здесь расположен ресторан, где можно устроить гала-ужин или прием для 350 человек и совместить приятное – панораму Тель-Авива – с полезным. Отсюда прекрасно виден и старый Яффо, и квартал баухаус, и бульвар Ротшильда – одна из центральных улиц города, и даже парк Яркон – зеленые «легкие» города. И, разумеется, море со знаменитой многокилометровой набережной.

Новая жизнь бывает не только у старых вещей, но и, например, у вокзалов. Жила-была железнодорожная станция на границе между Яффо и Тель-Авивом, на самом берегу моря, строилась, развивалась, работала, пока однажды по разным причинам не закрылась. А через много лет, в 2010 г., это место превратилось в площадку для мероприятий под открытым небом с множеством кафе, магазинов с дизайнерской одеждой и украшениями и как дань прошлому – вагоном старого поезда, рельсами, кассой для билетов. Теперь это место называется **HaTachana**, что и значит «Станция». Здесь часто проводятся музыкальные, театральные фестивали, выставки, фермерские ярмарки, вечеринки. В одном из старых вагонов оборудован маленький кинотеатр, где можно посмотреть 3D фильм об истории станции, фильм есть даже на русском языке.



2



3

Другим местом, получившим вторую жизнь, можно назвать **Hangar 11** в порту Тель-Авива. Когда-то это действительно был ангар, а теперь превратился в огромную и прекрасно технически оснащенную площадку для мероприятий. Концерт или конференция, гала-ужин или свадьба на тысячу человек – здесь можно организовать любое крупное мероприятие. Пространство легко трансформируется под нужный формат, поэтому дизайн у события может быть любой. Перед входом в Hangar 11 есть место для приветственного коктейля или, если речь идет о свадьбе, собственно церемонии бракосочетания.

Вероятно, последнее, что ожидаешь от кибуца – отличные конференц-возможности. Тем не менее в кибуце Ein Gedi все именно так и есть. Кибуц Ein Gedi был основан в 1956 г. в самой нижней точке Земли (417 м ниже уровня моря), недалеко от Мертвого моря, фактически в пустыне. Тем удивительнее, что сегодня территория кибуца утопает в зелени, на его территории раскинулся настоящий ботанический сад с растениями со всего мира, которые цветут и растут так, будто вокруг благодатные почвы Черноземья. В состав кибуца входит отель и спа. А также два конференц-зала: один на 500 мест в административном корпусе и один, поменьше, в виде отдельного здания, стоящего прямо в ботаническом саду. Кибуц находится примерно в часе езды как от Тель-Авива, так и от Иерусалима, до Мертвого моря гостей возит специальный шаттл.

В Израиле история невероятно тесно переплетена с современностью. То, что сейчас называется национальным парком **Масада**, помнит иудейского царя Ирода молодым. В I в. до н.э. он построил здесь крепость, ставшую впоследствии его зимней резиденцией, а потом, уже в I в. н.э., крепость стала последним убежищем еврейских повстанцев, боровшихся против римского владычества. Героизм, с которым они держали оборону

и погибли, убив себя, но не сдавшись в плен, превратили Масаду в символ борьбы за независимость.

Масада – это гора с крепостью на вершине. Со всех сторон ее окружают отвесные скалы. С востока наверх ведет узкая, так называемая Змеиная тропа, с запада есть пешеходная тропа, проложенная по насыпи, сделанной когда-то римскими легионерами. Однако пешком подниматься лучше всего зимой, когда не так жарко. В остальные времена года стоит воспользоваться фуникулером.

Масаду нужно посетить даже просто ради того, чтобы прикоснуться к истории, удивительно, но некоторые постройки времен царя Ирода живы до сих пор: остатки дворцов, бань, хозяйственных и складских построек, лестницы, дозорные башни, древняя мозаика, здесь можно увидеть ядра римских легионеров, которыми они прорывали осаду крепости. Сохранилась и синагога, которую устроили здесь те самые героические повстанцы. Отдельного упоминания заслуживает система водоснабжения крепости, сохранившаяся с древних времен. Масада часто служит местом проведения мероприятий, самое популярное из которых – оперный фестиваль у ее подножия. Однако здесь можно проводить и менее масштабные мероприятия. Например, на западном склоне, в амфитеатре под открытым небом, с марта по октябрь проходят аудиовизуальные представления, посвященные истории Масады.

Оказавшись в **Иерусалиме**, можно и нужно посетить Старый город, пройти путем Христа, войти в Храм Гроба Господня, побывать в Гефсиманском саду и помолиться у Стены Плача. В Старом городе можно гулять бесконечно, однако современный Иерусалим заслуживает не меньшего внимания.

Музей Израиля в Иерусалиме интересен и своими экспонатами – здесь масса предметов современного искусства, и как место для проведения мероприятий.



4

Масада часто служит местом проведения мероприятий, самое популярное из которых – оперный фестиваль у ее подножия. Однако здесь можно проводить и менее масштабные мероприятия. Например, на западном склоне, в амфитеатре под открытым небом, с марта по октябрь проходят аудиовизуальные представления, посвященные истории Масады.

© www.goisrael.ru



Международный конвеншн-центр Иерусалима ICC Jerusalem

площадью **12** тыс. кв. м работает уже 60 лет и ежегодно принимает более **400 000** посетителей в **27** залах.

Мероприятия могут проходить в разных частях музея, например – под открытым небом у макета Иерусалима времен Второго храма, и сопровождаться историческим экскурсом и экскурсией по музею. Также мероприятие можно провести в одной из галерей или установив шатер на территории музея. Еще одной неочевидной, но интересной площадкой для мероприятий в Иерусалиме может служить **Payis Arena** – мультифункциональный комплекс, где можно проводить спортивные, культурные и развлекательные мероприятия. Главный зал вмещает 11 тыс. человек. Основное назначение Payis Arena – спортивные состязания разного вида, однако зал можно использовать и для концертов, танцевальных марафонов, ледовых шоу, различных фестивалей и праздников. Для конгрессов и конференций в городе есть специально созданное здание – международный конвеншн-центр Иерусалима **ICC Jerusalem**. Центр площадью 12 тыс. кв. м работает уже 60 лет и ежегодно принимает более 400 000 посетителей в 27 залах. Центр расположен на двух уровнях. На верхнем уровне находятся: зал-амфитеатр Ussishkin на 3000 человек, большой и маленький холлы Dulzin на 500 и 250 человек соответственно, три зала для семинаров вместимостью от 20 до 230 человек, фойе размером 1140 кв. м и Hadarim патио размером 320 кв. м, вокруг которого расположены комнаты для семинаров. На нижнем уровне – три зала Eshkol на 119, 225 и 127 человек соответственно, зал Schwartz (бывший кинотеатр) вместимостью 30 человек и шесть крупных холлов, также пригодных для разного рода мероприятий. Для гостей на машинах предусмотрена парковка на 900 мест. ICC Jerusalem подходит как для масштабных комплексных проектов, таких, например, как International

Astronautical Congress, состоявший из выставки и множества конференций и собравший делегатов со всего света, так и для небольших камерных мероприятий. Количество и разнообразие залов позволяют выбрать нужный и удобный в зависимости от типа мероприятия. Говоря о MICE в Израиле, нельзя обойти тему безопасности. Израиль, как, пожалуй, ни одна страна в мире, знает, что такое безопасность и как ее нужно обеспечивать. При этом никаких неудобств, связанных с повышенным уровнем охраны, не чувствуется, внешне это те же меры, что принимаются во всем мире.

Потехе – час

Все чаще конференции и семинары организаторы стараются совмещать с элементами инсентива или тимбилдинга. Найти всему время, не ущемив ни один из пунктов программы, непросто, но можно, особенно если некоторые вещи делать, отойдя буквально на пару шагов от отеля.

Можно, например, устроить корпоративный выезд на сигвеях, благо их прокат расположен прямо на набережной Тель-Авива, а гиды компании Zuzu вежливы, внимательны и терпеливы и способны за пять минут научить езде на сигвее любого, даже самого опасливого члена команды. Да, в первую секунду он будет в панике искать баланс и проситься обратно на твердую землю, зато потом радостно поедет в потоке своих коллег по набережной, ловя на себе завистливые взгляды велосипедистов и прохожих. Полтора часовая прогулка по набережной Тель-Авива в парк Яркон способна взбодрить любую команду и доставить массу удовольствия всем участникам.

Точно так же прогуляться на сигвее можно и в Иерусалиме. Кроме того, компания организует велосипедные туры, в том числе и ночные выезды, по Тель-Авиву и Иерусалиму.

Многokrатно упоминавшаяся тель-авивская набережная расположена между двумя портами, и странно было бы, находясь в портовом городе, не выйти в море хотя бы ненадолго. Это можно сделать на небольшой прогулочной яхте, которая вмещает порядка 14 пассажиров, маршруты могут быть разными, но самый популярный – вдоль берега, чтобы полюбоваться городом с воды. Такая прогулка занимает порядка двух часов. Конгресс-отели есть не только в крупных городах, но и в регионе Мертвого моря. Будучи там, грех не попробовать на себе его целебные свойства, правда, следует быть аккуратными, не допускать попадания воды в глаза и не сидеть в море больше 20 минут подряд. Ощущение лежания на воде, как на диване – удивительно, и его стоит испытать хотя бы раз в жизни. Для групповых же тимбилдингов прекрасно подойдет джип-тур по Иудейской пустыне, которые организует компания Desert Trails. В Иудейской пустыне нет бар-

ханов, да и песка в общем-то нет, есть соль, жесткие кустарники, безжалостное солнце и рассохшаяся, твердая, мертвая земля. Говорят, именно здесь были упомянутые в Библии Содом и Гоморра, где-то в этой пустыне стоит превращенная в соляной столб жена Лота. Во всяком случае, в соляных столбах, горах и пещерах здесь недостатка точно нет. Джип-тур может продолжаться как несколько часов, так и целый день, и может быть скомбинированным с экскурсией, например, в Масаду, при желании в пустыне можно организовать пикник.

Южное гостеприимство

Выбрать отель в Израиле одновременно и просто, и сложно – выбор уж очень большой. Более того, многие отели имеют блестящие конференц-возможности, позволяющие совместить проживание группы, даже большой, и проведение мероприятия.

Таков, например, **Dan Panorama Tel Aviv & Convention Center**. В отеле 476 номеров разных категорий, а для групп есть специальный вход и отдельная стойка ресепшен. В состав конвеншн-центра входит балльный зал – трансформер максимальной вместимостью 1300 человек, это не включая фойе, в котором может разместиться 450 человек, и зал Judeah, рассчитанный на 250 человек. А также три конференц-зала: Tamar на 60 человек, зал-трансформер Dekel на 250 человек и зал Alop на 90 человек. Кроме того, отель располагает пятью переговорными комнатами, максимальная вместимость каждой из которых – 60 человек.

Другой отель этой же сети **Dan Jerusalem** тоже обладает внушительными конференц-возможностями в виде двух крупных залов-трансформеров, а также большой открытой террасой с панорамным видом на Старый город.

В обоих отелях гостям предоставляет бесплатный Wi-Fi, можно воспользоваться услугами консьержа. В отелях прекрасные спа-зоны и хорошо оснащенные тренажерные залы.

Carlton Tel-Aviv Hotel расположен на первой линии, практически на тель-авивской набережной. Он сравнительно небольшой и за счет этого кажется очень камерным, хотя здесь 274 номера. Одна из его изюминок – завтрак, вернее, ресторан для завтрака, который стоит на берегу моря, а его терраса напоминает палубу корабля. К вкусной и разнообразной еде здесь прибавляется вид на Средиземное море. Впрочем, конгрессные возможности у отеля тоже есть, отель может принять мероприятие, рассчитанное на 300 гостей, кроме того, есть небольшие переговорные комнаты и бизнес-лаундж.

Royal Beach Hotel – самый новый крупный отель в городе, он был открыт два года назад. В нем 230 номеров.

Два конференц-холла отеля общей площадью 460 кв. м прекрасно подходят для разного рода мероприятий: от больших гала-ужинов до камерных встреч. Все залы оборудованы по последнему слову техники, везде на территории отеля предоставляется бесплатный Wi-Fi. Отели под брендом Waldorf Astoria можно описать одним словом – роскошь. **Waldorf Astoria Jerusalem** не исключение, шикарный отель стоит недалеко от Яффских ворот Старого города, в центре Иерусалима. Его дизайн выполнен в светлых тонах, и изнутри кажется, что все парит в воздухе. Здесь 226 номеров, а для мероприятий есть огромный балльный зал, который можно разделить на несколько зон, большой холл, удобный для проведения и обслуживания приемов и деловых мероприятий. Над лобби отеля – стеклянная крыша, которую при необходимости можно убрать и наслаждаться свежим воздухом, не выходя за пределы отеля.

На Мертвом море разнообразие отелей также очень велико, и в этом регионе они в большей степени ориентированы на спа-процедуры. Среди таких отелей можно выделить, например, **Herods Hotel**, стоящий на самом берегу Мертвого моря, где гости могут воспользоваться бесплатным спа-центром с крытым и серным бассейнами, турецкой баней и гидромассажной ванной. В отеле также есть небольшой зал «Библиотека», где можно провести встречу или семинар, и бизнес-лаундж.

Пожалуй, так вкусно, разнообразно и необычно, как в Израиле, мало где готовят. И неважно, едите вы ужин в дорогом ресторане или перекусываете лепешкой с фалафелем из закусочной на рынке.

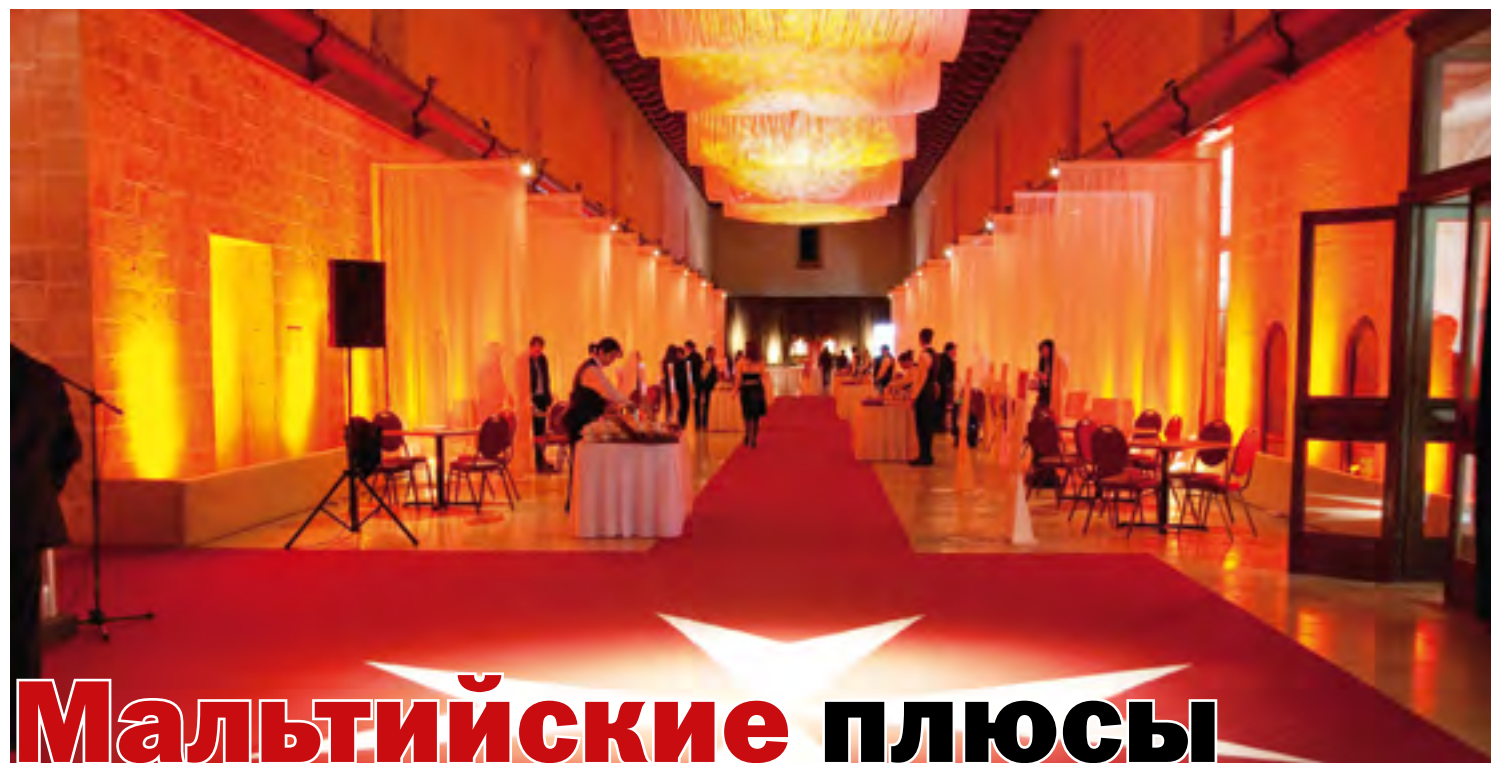
Если хочется поужинать в исторических декорациях в окрестностях старого Яффо, имеет смысл заглянуть в ресторан **Abrage**, который находится на площади практически перед музеем Иланы Гур. Если предстоит вечер с партнерами и хочется изысканной кухни – подойдет ресторан **Blue Rooster**, что в центре современного Тель-Авива. Для ланча стоит заглянуть в кафе **Vicky Cristina**, что в районе HaTachana, здесь преимущественно испанская кухня, много легких закусок. Ужин с видом на море можно устроить в ресторане **Yulia**, который находится на набережной, недалеко от старого порта Тель-Авива. Здесь преимущественно средиземноморская кухня, простая, но вкусная и сытная.

Любителям мяса стоит обратить внимание на два ресторана в Иерусалиме – **HaHatzar** и **Adom**. Оба места славятся мясным меню, основное их различие в том, что HaHatzar – кошерный ресторан, и ничего, что сделано на основе или с добавлением молока, здесь не будет.

Об Израиле можно рассказывать бесконечно и не сказать ничего. Здесь есть все для того, чтобы снабдить любое мероприятие грандиозным wow-эффектом.



1. Тель-Авив сочетает в себе древнюю историю и энергетику современного мегаполиса
- 2-3. Уникальная площадка для мероприятий в старом порту Тель-Авива – Hangar 11
4. Масада – неприступная крепость царя Ирода и символ борьбы евреев за независимость
5. HaTachana – новая жизнь старой железнодорожной станции. Теперь здесь организуют мероприятия
6. Комплекс башен Азриели, где находится смотровая площадка Azrieli Observatory
7. Музей Израиля в Иерусалиме часто служит площадкой для мероприятий



Мальтийские плюсы

Мальта и Гозо – два основных острова мальтийского архипелага – занимают достойное место на европейской карте MICE-мероприятий. Притом что традициям приема VIP-персон на Мальте, как иногда говорят, около двух тысяч лет, если отсчитывать этот срок с того времени, как здесь побывал апостол Павел.

Подготовил Александр ПОПОВ

Все под рукой

По площади все острова архипелага вместе взятые втрое меньше территории Москвы. Размер острова Мальта – 27 x 14 км, Гозо – вдвое меньше. Между отелями, местами проведения мероприятий, ресторанами, достопримечательностями расстояния небольшие, в пути из конца в конец от силы полчаса. Это обеспечивает экономию времени на переездах – одно из важнейших преимуществ Мальты при проведении MICE-мероприятий. Поэтому вопросы логистики, важные в других городах Европы, на Мальте снимаются сами собой.

Высокое качество

Короткие расстояния – это объективный фактор, обеспечивающий Мальте важное конкурентное преимущество по сравнению с другими европейскими странами. Но субъективно мировой авторитет мальтийской MICE-индустрии обусловлен высоким профессионализмом местных ДМС-компаний, которые успешно участвуют в конкурентной борьбе на мировом рынке. Этому вопросу огромное внимание уделяет Мальтийское управление по туризму (MTA). Оно разработало специальную программу контроля качества работы для фирм, принимающих MICE-туристов. Компании, соответствующие критериям программы, имеют право включать в свою рекламу красно-белый знак качества от MTA.

Средиземноморский конгресс-центр. Зал Sacra Infermeria

В этом программном документе приведены основные критерии качества в этой области: достаточный опыт работы, динамика развития компании, наличие финансовых гарантий на сумму не менее 1 млн евро для туроператоров, членство в соответствующей профессиональной ассоциации, гарантии ответа на запрос в течение 24 часов, выделение на время проведения мероприятия сотрудника, с которым обеспечена круглосуточная связь, оценка заказчиком уровня организации мероприятия, отзывы в прессе и электронных СМИ на деятельность принимающего оператора, рекомендации предыдущих клиентов, а также другие параметры, позволяющие судить о его профессионализме.

One-stop shop

Многие мальтийские компании работают по принципу one-stop shop, предлагая услуги в комплексе: начиная от трансфера и заканчивая культурной программой с выполнением особых пожеланий клиента. Если для проведения мероприятия достаточно оказания каких-то единичных услуг, можно обратиться к фирмам, специализирующимся на отдельных видах обслуживания: тимбилдинг и развлечения, ресторанное обслуживание, предоставление аудио- и видеоборудования, организация полетов на самолетах или вертолетах над островами или морских круизов.



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.meetmalta.ru

mice@malta.ru





На уровне 4 – 5 звезд

На Мальте достаточно отелей уровня 4 – 5 звезд, располагающих конгрессными возможностями. В 14-ти пятизвездных гостиницах могут разместиться более пяти тысяч гостей. Плюс к этому около 40 отелей категории «четыре звезды» на 14 тыс. мест.



Кое-что особенное

Сейчас очень популярен такой оригинальный вид колесного транспорта, как сигвей. Поездка на нем становится веселым и экологически безопасным приключением. На Мальте такие экскурсии предлагает компания Malta Segway Tours. На сигвеях удобно ездить по проселочным дорогам страны, можно подъехать практически к любому месту. Надо только иметь в виду, что на Мальте левостороннее движение. Сигвеи бесшумны и оттого очень удобны для поездок по «городу тишины», так называют Мдину, бывшую столицу Мальты. Поездки на сигвеях – это предложение для тех, кто ищет что-то особенное.

Ведущие мальтийские поставщики MICE-услуг*

Casapinta Design Group Ltd.	Naxxar	+ 356 21413893	info@casapinta.com
Celebrity Events and Communications Ltd.	Mdina	+ 356 21453205	reservations@celebrity.com.mt
Creative Design Branding and Production	Rabat	+ 356 99433215	nick@creativedesign.com
DJS Professional Audio and Video Ministry of Music	Birkirkara	+ 356 21449951	marvic.spiteri@djstrading.net
Entertainment Solutions Malta	Hal Qormi	+ 356 21411388	info@esmusic.biz
European Institute of Education (EIE)	Ta' Xbiex	+ 356 21332804	info@eieonline.com
Genaudio	Rabat	+ 356 21459966	joe@genaudiomalta.com
Inspire	Marsaskala	+356 21890000	events@inspire.org.mt
Island Caterers Ltd	St. Julian's	+356 23751930	info@islandcaterers.com.mt
ITC	Hamrun	+ 356 21249889	mcitc@go.net.mt
Jos. Vincenti & Co 1911 Ltd	Valletta	+ 356 21239849	events@vincentimalta.com
Jugs @ Malta Ltd.	San Ġwann	+ 356 21383825	info@jugsmalta.com
Merill Eco Tours	Hal Qormi	+ 356 21411388	info@merillecotours.com
Nexos Lighting Technology	Fgura	+ 356 21800144	silvio@nexoslighting.com
Outdoor Living	Birkirkara	+ 356 21381102	info@outdoorlivingmalta.com
PowerHouse Audio-Visuals	Birkirkara	+ 356 21380488	info@powerhousemalta.com
Sign It Ltd.	H'Attard	+ 356 21414445	info@signit.com.mt
Sound System Audiovisuals Ltd	Msida	+ 356 2155500	info@soundsystem.com.mt
Studio Seven Audio Visual Co Ltd.	Birkirkara	+ 356 21486301	sales@studioseven.com.mt
Synergix Events	Birkirkara	+ 356 21380488	info@synergix.com.mt
Team Adventures	Tal-Pietà	+ 356 21230149	teamadve@maltanet.net
The AV Warehouse	Haż-Żebbuġ	+ 356 27429200	paul@theavwarehouse.com
Villa Arrigo Ltd. & Osborne Caterers	Naxxar	+ 356 21423214	info@osbornecateres.com
Zaffarese Visual and Display Ltd.	Birkirkara	+ 356 21484305	info@zaffarese.com

* Источник: www.visitmalta.com/ru/service-providers

★★★★★
**БРЫЗГИ
СЧАСТЬЯ!**
МОСКОВСКИЙ
БРОДВЕЙ



МЮЗИКЛ
**ПОЮЩИЕ
ПОД
ДОЖДЕМ**

ЕЖЕДНЕВНО НА СЦЕНЕ ТЕАТРА РОССИЯ

12+

495 739 3737 rain-musical.ru

partier.ru