



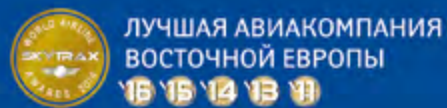
Реклама. Сертификат эксплуатанта №1 от 17.11.2011. ПАО «Аэрофлот». 119002, Москва, ул. Аудит., д. 10. ОГРН 1027700092661.



Организуете мероприятие? ОРГАНИЗУЕМ ПРЕИМУЩЕСТВА!

Успех мероприятия – вопрос его организации. Оформите перелет на специальных условиях с новой услугой Аэрофлота для организаторов мероприятий!

Получить подробную информацию можно на сайте в разделе «Специальные предложения»



По России бесплатно: 8 (800) 444-5555
+555 МТС, Билайн, Мегафон
www.aeroflot.ru

www.bt-magazine.ru

2017г. №5—6 | май—июнь

BUSINESS TRAVEL

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ
ВСТРЕЧИ ■ ИНСЕНТИВ ■ КОНФЕРЕНЦИИ ■ ВЫСТАВКИ

12



Максим КРЯЖЕВ. Невозможного нет

8-я ежегодная профессиональная награда в области бизнес-туризма и MICE

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD 2017

15 номинаций
Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

www.mice-award.ru

Церемония награждения
5 октября 2017 г.

Дополнительная информация:

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



BUSINESS TRAVEL
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ
ВСТРЕЧИ ■ ИНСЕНТИВ ■ КОНФЕРЕНЦИИ ■ ВЫСТАВКИ
МАЙ — ИЮНЬ 2017 #5 — 6 (94)

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

Бильд-редактор: Юлия Калашникова
Корреспонденты: Элеонора Арефьева
Татьяна Бутурлина
Анна Назарова
Ирина Клименко
Светлана Коновалова
Александр Попов
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.

Турбизнес
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ С 1997 г.

Учредитель: ООО «Турбизнес»
Издатель: ООО ИД «Турбизнес»
www.idtourbus.ru

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
Лариса Лаврова
L.lavrova@tourbus.ru

Отдел workshop: Людмила Сивова
L.sivova@tourbus.ru
Елена Архипова
Виктория Перова
Илья Плясунов
Кристина Сивова
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

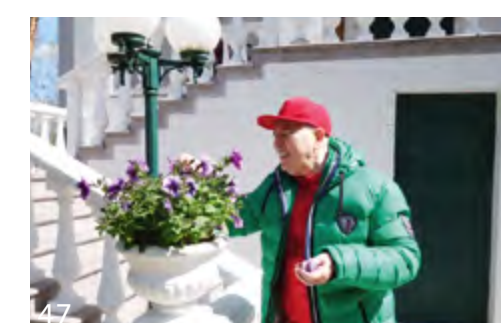
Турбизнес
на Северо-Западе

Главный редактор: Ирина Смирнова
tourbus.ru@westcall.net

© 000 ИД «Турбизнес»

СОДЕРЖАНИЕ

- 2 НОВОСТИ**
Вопрос месяца
Взлеты и падения конгрессных мегаполисов
Эффект от выставок
RBT&MA 2017: голосование началось
Комплекс Dubai Parks and Resorts
открыт для MICE
Что? Когда? Где?
- 4 ТЕМА НОМЕРА**
Работать и отдыхать
- 8 СОБЫТИЯ**
flydubai: новые программы и новые самолеты
В Анталии состоялся глобальный форум
MICE-индустрии Inventum Global Workshop
- 12 ВЕСТНИК АБТ-АСТЕ RUSSIA**
- 13 БИЗНЕС-ПАРТНЕР**
Максим КРЯЖЕВ. Невозможного нет
- 16 НОВОСТИ КОМПАНИЙ**
- 18 ТРАНСПОРТ**
Урок географии
- 21 ОТЕЛЬ**
Поговорим за ужином
Когда жить – здорово!
- 24 РЫНКИ**
Проверяй и выбирай
В безопасное путешествие с «Ингосстрахом»
«Интурист Томас Кук»: Ваш эксперт
в области делового туризма и мероприятий
- 29 ТЕХНОЛОГИИ**
Мыслительный прогресс
- 33 ВЫСТАВКА**
Китайский MICE
- 34 УГОЛ ЗРЕНИЯ**
Без права на ошибку
- 35 РЕГИОН**
В городе Сочи MICE разный очень
- 39 НАПРАВЛЕНИЕ**
Деловая Мальта. Мдина и ее окрестности
Австрийский инсентив
Ориентация на бизнес
- 47 ПАУЗА**
Вячеслав ЗАЙЦЕВ. Дресс-код делового человека



УЧРЕДИТЕЛИ



ОРГАНИЗАТОР



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ



СТРАХОВОЙ
ПАРТНЕР



ТРАНСПОРТНЫЙ
ПАРТНЕР



ВОПРОС МЕСЯЦА

Можно ли назвать bleisure трендом российского рынка MICE?

13%

Да, сейчас это становится все более распространенным явлением

12%

Это скорее тренд западных рынков, который скоро придет к нам

54%

Пока это не тренд, но его элементы на рынке присутствуют

21%

Нет, пока об этом рано говорить

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

ВЗЛЕТЫ И ПАДЕНИЯ КОНГРЕССНЫХ МЕГАПОЛИСОВ



Ежегодный рейтинг городов и стран, выпущенный Международной ассоциацией конгрессов и конференций (ICCA) в мае 2017 г., подтвердил как минимум одну константу: Москва по-прежнему входит в топ-100 конгрессных направлений мира и в топ-50 по Европе.

Какие изменения коснулись других конгрессных мегаполисов мира, рассказывает столичное Конгресс-бюро.

В 2016 г. был зафиксирован абсолютный максимум ротируемых событий международных ассоциаций за всю историю существования ICCA.

Отметим любопытный факт: США не первый год держит пальму мирового первенства по количеству ротируемых мероприятий, проходящих в стране (934). Вес крупных событий распределен между Нью-Йорком (61), Вашингтоном (57), Бостоном (48), Сан-Франциско (40) и другими американскими городами.

Далее следуют: Германия (689), Великобритания (582), Франция (545), Испания (533).

Лидеры по проведенным мероприятиям ассоциаций – по-прежнему столицы европейских государств.

Пятерка лучших не изменилась с 2015 г., произошло лишь несколько рокировок: на первую строчку вновь вернулся Париж (196), Вена заняла второе место (186). Замыкают пятерку Барселона (181), прошлогодний фаворит Берлин, опустившийся с 1 места сразу на 4 (176), а также Лондон (153).

Ситуацию на рынке индустрии встреч комментирует **Татьяна Анисимова**, генеральный директор Московского конгресс-бюро (на фото): «Ни один город планеты в 2016 г. не смог собрать больше 200 мероприятий, что говорит о дальнейшем размывании «конгрессного ландшафта». События более равномерно распределяются между городами, появляются новые экзотические направления, которые оттягивают часть мероприятий из Европы.

Азиатские мегаполисы завоевывают все большую долю конгрессного рынка. Например, Сингапур и Сеул вошли в десятку самых популярных конгрессных городов, чуть ниже – Бангкок, Пекин, Гонконг и Токио. Таким образом, более четверти городов в первой двадцатке – это азиатские направления.

Казалось бы, более половины международных ассоциаций базируется в Европе, что определяет их вкусы и территориальные предпочтения. Однако на сегодняшний день важнейшие мотивирующие факторы для ассоциаций – это новые впечатления и финансовые субвенции. И то, и другое им готовы предложить азиатские мегаполисы».

RBT&MA 2017: ГОЛОСОВАНИЕ НАЧАЛОСЬ



Номинации на главную российскую профессиональную награду в области бизнес-туризма Russian Business Travel & MICE Award завершились 15 июня. Всего за победу в 15 номинациях

решили бороться более 140 компаний и отелей. С 16 июня начался следующий этап – открытое онлайн-голосование за номинантов, которое продолжится до 15 сентября.

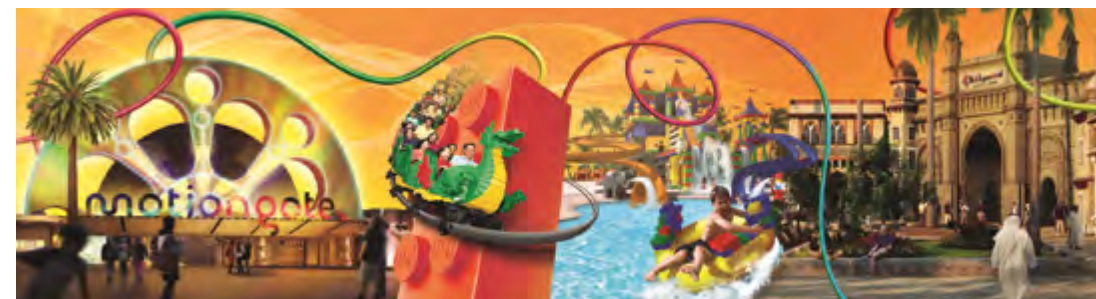
Самая высокая «конкуренция», как обычно, в номинации «Лучшая региональная конгрессная гостиница», где на победу претендует 27 отелей со всех концов страны. Это не преувеличение, география соискате-

лей простирается от Петрозаводска до Сочи, от Калининграда до Урала. Более того, среди номинантов впервые представлены конгресс-отели Крыма.

Не менее острая борьба ожидается в номинациях «Лучший онлайн-продукт в сфере MICE и делового туризма», где сейчас заявлено 15 проектов, а также в номинациях «Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 5*», «Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 4*», «Лучший организатор конференций в России», «Лучший организатор инсентив-программ в России» и «Лучшее business travel агентство». В составе номинантов наряду с постоянными участниками будут соревноваться и компании, впервые заявляющие о себе в рамках проекта.

Восьмая торжественная церемония награждения победителей и лауреатов премии традиционно пройдет в московском «Президент-Отеле» 5 октября 2017 г.

КОМПЛЕКС DUBAI PARKS AND RESORTS ОТКРЫТ ДЛЯ MICE



Комплекс Dubai Parks and Resorts представил самое большое на Ближнем Востоке пространство для конференций и мероприятий. Пространство для мероприятий включает театры мирового класса, оснащенные новейшими технологиями, традиционные конференц-залы и бальные залы, а также специальные аттракционы. Все парки комплекса, включая BOLLYWOOD™ Parks Dubai, MOTIONGATE™ Dubai, LEGOLAND® Dubai и Riverland™ Dubai, доступны для проведения корпоративных или частных мероприятий.

Помещения могут быть модифицированы по желанию клиентов и подойдут для мероприятий любого формата – от небольших встреч до масштабных событий с тысячами участников. Среди площадок для мероприятий и театры, и рестораны, и торгово-развлекательные центры. Среди них, например театр Rajmahal в тематическом парке Bollywood Parks™ Dubai на 856 мест, оснащенный по последнему слову техники, со светодиодными экранами, очень большой сценой и высокотехнологичной системой освещения, которая подходит для любых шоу и мероприятий. Уникальность MICE-предложения Dubai Parks and Resorts – в возможности трансформации парка развлечений в оригинальную площадку для делового мероприятия. «Представьте собственный свадебный прием в замке Hotel Transylvania или корпоративную встречу внутри болливудской железнодорожной станции, – комментирует **Джулиен Мунос**, вице-президент по продажам Dubai Parks and Resorts. – Мы также предоставляем собственный лицензированный кейтеринг, который включает весь спектр национальных гастрономических традиций. Наша MICE-команда может превратить любое частное или корпоративное мероприятие в уникальное событие, которое запомнится на всю жизнь».

Дубай в ближайшем времени обещает стать MICE-столицей Ближнего Востока. Туристические власти эмирата планируют к 2020 г. удвоить число туристов с 10 млн в 2012 г. до 20 млн в 2020, что приведет к буму спроса на услуги по организации мероприятий и на площадки для их проведения.

ЧТО? КОГДА? ГДЕ?



ЧТО: CIBTM

CIBTM – одна из самых важных отраслевых выставок Китая, посвященная организации мероприятий, деловым поездкам и MICE. В ней принимают участие поставщики услуг, отельеры, представители различных TMC.

ГДЕ: Китай, Пекин

КОГДА: 23–24 августа 2017 г.

WEB: www.cibtm.com



ЧТО: ОТДЫХ MICE 2017

ОТДЫХ MICE – это международная выставка и конференция по деловому туризму и корпоративным мероприятиям.

ГДЕ: Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

КОГДА: 19–21 сентября 2017 г.

WEB: www.tourismexpo.ru/mice



ЧТО: World Travel Market

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

ГДЕ: Великобритания, Лондон, ВЦ ExCel

КОГДА: 6–8 ноября 2017 г.

WEB: london.wtm.com

ЭФФЕКТ ОТ ВЫСТАВОК

Вклад московских выставок в ВВП России составляет порядка 2%.

Андрей Жуковский, руководитель выставочной программы «Сделано в Москве» столичного Департамента науки, промышленной политики и предпринимательства, рассказал об экономическом эффекте от проводимых в городе выставок. «Оценочная сумма контрактов, заключаемых по итогам работы всех московских выставок, а это около 350 мероприятий, составляет 1,65 трлн руб. в год. Таким образом, оценочный вклад московских выставок в валовый внутренний продукт РФ составляет 1,9%», – сообщил Андрей Жуковский, председатель Наблюдательного совета АНО «Технопорт», на веб-конференции Российского союза выставок и ярмарок. Конференция, прошедшая 7 июня, была посвящена празднованию в России Всемирного дня выставок.

Согласно результатам исследований, проведенных Российским союзом выставок и ярмарок совместно с компанией «Русском Ай-Ти Системс», международным выставочным аудитором, один квадратный метр экспозиции на отраслевой выставке в Москве генерирует в среднем 1,1 млн руб. заключенных контрактов. В России ежегодно застраивается порядка 2 млн кв. м выставочной площади, причем доля Москвы в общем объеме выставочной площади страны составляет около 75%, или порядка 1,5 млн кв. м.

Проведенные исследования позволяют также оценить значимость российских выставок для развития предприятий малого и среднего бизнеса.

Исходя из того, что на выставках представлены в основном малый и средний бизнес, а его доля в ВВП страны, по данным Росстата, составляет 20% (около 17 трлн руб.), можно сделать вывод, что благодаря выставкам Москвы (1,65 трлн руб.) предприятия малого и среднего бизнеса страны генерируют до 10% своей выручки.

Приведенная информация также позволяет оценить вклад московских выставок в пополнение бюджета страны. Согласно данным ФНС РФ за 2016 г., средняя суммарная налоговая нагрузка на предприятия страны составляет 9,6% от их общего оборота. Исходя из этих цифр, можно определить, что оценочные значения налоговых поступлений от контрактов, заключенных по итогам работы на московских отраслевых выставках, составляют 158 млрд руб. или 105 тыс. руб. с одного квадратного метра площади, застраиваемого в Москве.

«Если исходить из того, что средняя стоимость оборудованного квадратного метра выставочной площади в Москве равняется 20–25 тыс. руб., можно сказать, что один рубль, вложенный в выставочную деятельность, приносит бюджету страны около 5 руб. доходной части. Приведенные расчеты наглядно демонстрируют тот масштабный мультипликативный эффект, который выставки дают экономике столицы и страны», – подвел итог Андрей Жуковский.



Работать и отдыхать

Все чаще на мероприятиях, посвященных трендам business travel и MICE, возникает тема удовлетворенности путешественника. Постепенно бизнес-путешественник занимает центральное место в организации поездок, вытесняя с первых позиций еще недавно незыблемые оптимизацию бюджета и достижение цели любой ценой.

Подготовила Александра ЗАГЕР

Многие исследования, а также здравый смысл показали, что человек, которому комфортно в поездке, будет в разы эффективнее работать в командировке, чем тот, кто по дороге преодолел полосу препятствий и мечтает только об отдыхе.

Так что неудивительно, что одним из основных мировых трендов многие эксперты называют bleisure. Что, если говорить крайне обобщенно, подразумевает совмещение работы (business) и отдыха (leisure).

Согласно ряду исследований, проведенных в 2016 г., более 40% деловых поездок, совершенных за последнее время, продлевались для того, чтобы их участники смогли немного отдохнуть и развеяться.

Более того, поездки продлевали для этого практически на столько же дней, сколько длилась собственно деловая часть командировки.

Иногда сотруднику разрешают воспользоваться и корпоративными тарифами для оплаты отеля. Очевидно, что развлекательная часть командировки в данном случае чаще всего проходит там же, где и деловая. То есть если человек приехал на конгресс в Лондон на три дня и попросил продлить ему пребывание в городе на выходные, вряд ли он поедет осматривать красоты Эдинбурга.

Любопытно, что во время таких поездок люди более активно тратят деньги на развлечения, потому что за короткое время хочется успеть увидеть как можно больше.

ТЕМА НЕ НОВА

Тема bleisure для мирового рынка не нова. Еще в 2014 г. вышло исследование Bridgestreet Global Hospitality, посвященное этому явлению. Судя по цифрам, для многих такого рода путешествия стали образом жизни, при этом 78% опрошенных отмечают, что такие поездки делают их гораздо более лояльными к своей работе, однако менее чем у 14% респондентов bleisure так или иначе официально регламентировано в компании.

Согласно недавнему исследованию Booking.com, популярность bleisure продолжает расти. И это касается не только слияния работы и отдыха: возможность таких поездок способствует лояльности сотрудников. Теперь, собираясь в командировку, люди готовят не только презентации и деловые костюмы, но и планы на знакомство с тем местом, куда они едут, таких бизнес-путешественников, по данным исследования, уже 49%. А порядка 75% участников опроса планируют совершить как можно больше таких поездок в ближайшем будущем.

В свою очередь Expedia провела исследование с целью создать профиль американских бизнес-путешественников, практикующих bleisure. Оказалось, что 43% всех командировок – это bleisure trips. То есть на американском рынке это вполне распространенная практика. Судя по цифрам, решение добавить к командировке день-другой отдыха очень зависит от ее целей. Чаще всего это делают те, кто едет на конференции (43%), с небольшим отставанием идут встречи с клиентами (34%), 24% у тимбилдингов, по 9% у продаж и прочих целей.

Место, куда человек направляется в командировку, чаще всего является определяющим фактором для bleisure.

У НАС – ОСОБЕННАЯ СТАТЬ

В России к совмещению командировки с отдыхом пока отношение двоякое. Связано это и с нашим менталитетом, и с некоторыми особенностями кадрового и бухгалтерского учета, и с экономической ситуацией в стране. Более того, даже с определением этого термина у экспертов есть расхождения.

«Bleisure нет на рынке России сегодня и, на мой взгляд, эта тема не станет актуальной на практике в обозримом будущем. У меня возникает чувство, что подобно многому другому хорошему, что мы слышим от наших коллег на международных выставках, в прессе и социальных сетях, в отсутствие способности к генерации собственного контента, мы хватаем новый термин как the next Big thing и пытаемся как можно скорее запустить на рынок локальный. Притом под запусками мы понимаем не практический запуск, то есть реализацию, как запускают новые продукты или модели. У нас получаются только разговоры на заданную тему, по-

Классная идея, всем нравится, только по российскому законодательству РФ не проходит. И так далее», – считает заместитель генерального директора компании Unifest Дмитрий Марьин.

Генеральный директор компании Business Travel Management Павел Васин отмечает, что в этом вопросе мяч плотно засел на половине поля корпоративного клиента. Ведь bleisure – это в первую очередь мотивация и забота о своем сотруднике посредством совмещения деловой встречи и небольшого отпуска в другой стране. «К нашему рынку это пока не относится, если речь не идет о крупных компаниях и филиалах иностранных фирм или о самостоятельной инициативе сотрудника, который хочет совместить приятное с полезным в далекой и экзотичной стране, в которую он может никогда больше не попасть в будущем», – говорит эксперт.

Он также считает, что тренда на российском рынке пока нет. «Тренд – это понятие повсеместное. Радует уже то, что об этом стали потихоньку говорить. Это стало интересовать не только корпоративного клиента, как инструмент лояльности, но и ТМС и объекты размещения, которые хотят сделать допродажу и увеличить чек. Некоторые стали воплощать это в жизнь, но если речь идет о поездках и перелетах на очень большие расстояния. Правда, исключительно с точки зрения времени на сон сотрудника. При этом прошу не путать понятие bleisure с некой разновидностью ин센тива, когда, решая определенные задачи, – участие в недельной выставке, например, – компании параллельно организуют досуг и отдых своим сотрудникам. И исключительно в рамках групповой поездки. Это было и раньше. Мы же говорим о командировке формата два дня максимум, где компания может предложить и устроить дополнительный день отдыха», – подчеркнул Павел Васин.

«С bleisure есть ряд своих организационных сложностей. Если сотрудник останется в стране на день или более (с проживанием за свой счет), просто «передвинув» дату вылета – обойдется ли такой билет дороже или цена не изменится? Разные дни могут и стоить по-разному. Важно и согласование с отделом кадров и бухгалтерией клиента. Как проводить этот мини-отпуск в программе? Какие должны быть отчисления и должны ли они быть? Все командировочные билеты являются документами подотчетными».

скольку ни ресурсов, ни квалификации, ни потребности, что главное, в этой идее на локальном рынке нет. Bleisure предполагает изменения в практике организации процесса командирования сотрудников. Соответствующие изменения касаются перенесения поощрительных или комфорт-элементов туристической поездки в непосредственный котел командировки в том или ином виде. Простой пример: возможность добавить несколько дней отпуска к бизнес-поездке.

Генеральный директор IBC Corporate Travel Анатолий Курюмов полагает, что в условиях российского рынка bleisure рассматривается как эмоциональная составляющая деловой поездки. «Эта часть существовала всегда, так как наверняка каждый из нас, отправляясь в командировку, отмечает для себя дополнительный список мест в городе назначения (памятники, музеи, театры и прочие достопримечательности), которые интересно посетить в свободное от рабочих вопросов время.

78%

опрошенных отмечают, что bleisure делает их гораздо более лояльными к своей работе, однако менее чем у

14%

респондентов bleisure так или иначе официально регламентировано в компании

*по данным исследования Bridgestreet Global Hospitality

Однако только сейчас компании начали официально отражать это в своих трэвел-политиках, озаботившись эмоциональным состоянием своих сотрудников. Например, это может быть отражено так: если деловая поездка сотрудника заканчивается в пятницу, то у него есть возможность продлить проживание по корпоративному тарифу и улететь домой в воскресенье, обеспечив себе свободный день на изучение культурных объектов и достопримечательностей города», – рассказывает он.

«Bleisure – это альтернативный инструмент воздействия на эффективность сотрудника в разрезе командировки. Стало быть, возможная выгода – это повышение эффективности. Риск в данном случае – значительное удорожание соответствующей статьи бюджета без адекватного возврата инвестиции, и кроме того, как ни странно, деморализация сотрудников».

«Bleisure – очень распространенная практика для бизнес-путешественников, то есть клиентов, заказывающих услуги business travel. В MICE мы также наблюдаем некоторый спрос. Он пока невелик, но вполне заметен. Например, недавно мы «продлевали отдых» на Кипре для 10 участников конференц-группы из 490 человек. Bleisure не востребован для российского направления. Связано ли это с уверенной самостоятельностью в путешествиях по родным просторам, с недостаточной информированностью о привлекательности и возможностях отечественного направления или с каким-то иным фактором – непонятно. Факт остается фактом – деловые путешественники, как правило, остаются для личного отдыха после за-

Проблема в том, что в России термин bleisure используется не совсем корректно. Сейчас все трактуют это понятие как сочетание деловой командировки с отдыхом. Иными словами, когда сотрудник прибавляет к деловой поездке несколько дней на отдых.

На самом деле, bleisure – несколько иное по смыслу понятие. Прежде всего, это привнесение в повседневную деловую рутину тех элементов, к которым человек привык при оформлении своих частных поездок и в его out of office life. Приведу пример. Маша каждые

выходные ездит со своим молодым человеком в кино, используя одно из приложений вызова такси. Быстро и без проблем. А с понедельника по пятницу Маша – сотрудница крупной корпорации со своими нормами и правилами. И чтобы поехать куда-либо по работе она должна оформить на такси заявку, отнести ее, заверить, дождаться одобрения, а дальше ждать подачу машины. Сначала Маша терпит, тихонько чертыхаясь на всю эту волокиту, а потом идет к руководству и настоятельно требует использования этого самого приложения или иной аналогичной службы, соответствующей по удобству, скорости и цене, для решения служебных задач. Вот это привнесение в корпоративную жизнь из обычной удобных «фич» и есть bleisure».

«В России термин bleisure используется не совсем корректно. Сейчас все трактуют это понятие как сочетание деловой командировки с отдыхом. Иными словами, когда сотрудник прибавляет к деловой поездке несколько дней на отдых. На самом деле, bleisure – несколько иное по смыслу понятие. Прежде всего, это привнесение в повседневную деловую рутину тех элементов, к которым человек привык при оформлении своих частных поездок».

рубежного мероприятия», – рассказывает **Татьяна Мольтер**, руководитель направления стратегических программ MAXIMICE.

Несколько иначе смотрит на это генеральный директор Continent Express **Станислав Костяшкин**. «Понятие bleisure прочно вошло в индустрию бизнес-трэвела уже лет 10 тому назад, поэтому говорить о том, что это какая-то новая тенденция, не совсем верно.

ДОКУМЕНТАЛЬНОЕ ПОДТВЕРЖДЕНИЕ

В компаниях, по крайней мере крупных, процесс организации бизнес-поездок описан в трэвел-политике. Как туда вписать bleisure-поездки и надо ли это делать? «На этот вопрос нет однозначного ответа, так как требуется взвешивать подход в каждой ситуации – когда

возможно добавить дни, а когда сотрудник нужен на рабочем месте сразу после делового мероприятия. И кстати, в крупных компаниях не всегда понимают, как официально проводить по бухгалтерии командировку, если дата возврата не совпадает с приказом. Это опять же особенности нашего государства. На текущий момент мы в компании BTM (Business Travel Management) не выделяем bleisure в отдельный upsale и не предлагаем отдых или продление дней при заказе командировок. Необходимо дождаться пока это будет настолько известным трендом, чтобы наши предложения не воспринимались навязанными», – считает Павел Васин.

Дмитрий Марьин и вовсе считает это риторическим вопросом. «Те из нас, кто любит прикоснуться ко всему инновационно-прекрасному, декларируют применение bleisure у себя в компании. Но на моей практике это скорее похоже на придание нового статуса существующим процессам и правилам. Это как осознание факта того, что часть принятых в компании правил существуют «для людей», нежели осознанное изменение политики и практики применения, направленное на совмещение работы и отдыха».

Эксперт предложил перефразировать вопрос следующим образом: нужно доходчиво в деталях и на практике показывать, что трэвел-политика создана не только для контроля расходов, но и для контроля эффективности и удовлетворенности участника процесса. По крайней мере, так должно быть. Если бы мы учитывали подобный подход при составлении трэвел-политики, то внедрение подобной инициативы должно быть центральной полосой всего этого документа.

«С bleisure есть ряд организационных сложностей. Если сотрудник останется в стране на день или более (с проживанием за свой счет), просто «передвинув» дату вылета – обойдется ли такой билет дороже или цена не изменится? Разные дни могут и стоить по-разному. Тут все зависит от того, есть ли в компании система контроля бюджета. Необходимо учитывать также систему страхования в компании. У большинства крупных брендов она есть», – отмечает Татьяна Мольтер. «Важно и согласование с отделом кадров и бухгалтерией клиента. Как проводить этот мини-отпуск в программе? Какие должны быть отчисления и должны ли они быть? Все командировочные билеты являются документами подотчетными.

Сотрудник изначально уехал в командировку, а в итоге получились разные даты. С другой стороны, в некоторых компаниях, а это более всего развито в IT-сфере, возможность совмещения отдыха и командировки включена в travel policy. И это один из бонусов мотивационной схемы персонала, который озвучивается кандидатам на собеседованиях», – говорит она.

ПЛЮСЫ И МИНУСЫ BLEISURE

Знаменитая присказка «отдыхать – не работать», как нельзя лучше отражает суть плюсов и минусов bleisure. С одной стороны, это способ повысить лояльность сотрудников, с другой – командировка без дополнительных бонусов рискует стать не столь эффективной, как хотелось бы. «Выгода от включения bleisure в трэвел-политику для компании заключается в повышении лояльности сотрудников. Что касается опасности, думаю, лучше просто не увлекаться bleisure, чтобы не смещать акцент с выполнения служебного задания», – говорит Анатолий Курюмов. По мнению Дмитрия Марьина, bleisure – это альтернативный инструмент воздействия на эффективность сотрудника в разрезе командировки. Стало быть, возможная выгода – это повышение эффективности. Риск в данном случае – значительное удорожание соответствующей статьи бюджета без адекватного возврата инвестиции, и кроме того, деморализация сотрудников.

О повышении лояльности сотрудника говорит и Павел Васин. К плюсам он относит подстегивание к использованию дней отпуска, чтобы меньше пришлось компенсировать. Есть и финансовая выгода для компании, так как авиабилеты с захватом выходного дня попросту дешевле. Преимущество же для сотрудника – это экономия на перелете, отдых, новые эмоции и впечатления и, как следствие, мотивация эффективно работать в компании, где bleisure имеет место быть.

К ложке дегтя в российских реалиях можно отнести неспособность понимания бухгалтерской стороны вопроса с точки зрения закрытия командировки. И вот еще что важно – чем будет занята голова командированного специалиста: делом или предстоящими выходными?

«В любом случае, об этом говорят и об этом думают. А что случается с подчиненными при частых и длительных перелетах, подробно описано в «Бойцовском клубе» Чака Паланика», – напомнил эксперт.





flydubai: новые программы и новые самолеты

На выставке Arabian Travel Market (ATM), которая прошла в Дубае с 24 по 27 апреля 2017 г., одним из главных ньюсмейкеров стала авиакомпания flydubai. Многие нововведения перевозчика, базирующегося в столице ОАЭ, имеют отношение к России.

Джейхун ЭФЕНДИ,
старший вице-президент flydubai
по коммерческим операциям в ОАЭ,
странах Ближнего Востока, СНГ и Европы

Подготовила Элеонора АРЕФЬЕВА

На выставке **ATM flydubai** представила собственное туристическое подразделение. Новый онлайн-сервис «Holidays с flydubai» позволит клиентам выбирать, бронировать и оплачивать перелеты, отели и другие услуги, которые им понадобятся в путешествии, на одном портале. Платформа также позволит турагентам, дистрибьюторам и офисам продаж flydubai создавать и бронировать индивидуальные туристические пакеты.

За день до выставки пришла первая новость: авиакомпания flydubai была признана «Лучшей бюджетной авиакомпанией Ближнего Востока» по версии премии в сфере делового туризма Business Traveller Middle East Awards. Вслед за получением награды, почет авиакомпании оказал и Его Величество шейх Мухаммед бен Рашид Аль Мактум, правитель Дубая и премьер-министр ОАЭ: он лично посетил стенд flydubai и даже посидел в кресле смоделированного на выставочном стенде салона бизнес-класса. Внимание к этой авиакомпании вполне объяснимо: власти Эмиратов уже давно концентрируют усилия на диверсификации экономики и делают ставку на развитие туризма (как известно, весьма успешно). А в связи с падением цен на «черное золото» эта задача воспринимается в ОАЭ особенно актуально. Кроме того, на подходе – выставка ЭКСПО – 2020, с которой в Эмиратах, разумеется, связаны особые ожидания по росту турпотока, и прежде всего деловых путешествий. Такая амбициозная молодая авиакомпания, как flydubai, как нельзя лучше подходит для реализации этих планов. Компания образована лишь в 2009 г., и за восемь лет своего существования она построила маршрутную сеть, охватывающую 93 направления в 44 странах. flydubai связала столицу ОАЭ с 62 городами, ранее не имевшими прямого авиасообщения с Дубаем. Компании удалось уйти от образа традиционного лоукостера, хотя первоначально она позиционировала себя именно так. Сейчас перевозчик ставит на гибкость в обслуживании: пассажиры экономкласса действительно могут купить билет по низкой цене, а при желании – воспользоваться пакетом допуслуг, кото-

рые в изобилии предлагают на борту: от полноценного завтрака или ланча до возможности посмотреть в полете недавние кинопремьеры на английском, арабском или русском языках. В самолетах flydubai есть и бизнес-класс: полет с комфортом, полным сервисом на борту в кожаном кресле оценили прежде всего бизнес-путешественники, которым приходится много часов проводить в небе. Авиакомпания последовательно пополняет свой парк, кстати, очень молодой – средний возраст самолетов flydubai – 3,8 года. В 2013 году перевозчик заказал 75 бортов Boeing 737 MAX 8 и 11 самолетов Boeing 737-800 Next-Generation, и с мая прошлого года первые новые машиныполнили флот flydubai. 17 самолетов, включая шесть новых бортов Boeing 737 MAX 8, будут поставлены в течение двух лет. «Boeing 737 MAX 8 эффективно применять на дальние расстояния, и мы планируем их использовать на рейсах в Бангкок и, возможно, в Москву», – рассказал на встрече с журналистами из стран СНГ Джейхун Эфенди, старший вице-президент flydubai по коммерческим операциям в ОАЭ, странах Ближнего Востока, СНГ и Европы. Он отметил, что, получив новые самолеты, компания будет продолжать осваивать новые направления и делиться другими новостями авиаперевозчика. Так, на выставке ATM flydubai представила собственное туристическое подразделение. Новый онлайн-сервис «Holidays с flydubai» позволит клиентам выбирать, бронировать и оплачивать перелеты, отели и другие услуги, которые им понадобятся в путешествии, на одном портале. Платформа также позволит турагентам, дистрибьюторам и офисам продаж flydubai создавать и бронировать индивидуальные туристические пакеты.



Для клиентов будет работать круглосуточная служба поддержки. Новая услуга обеспечит не только удобство бронирования, но и выгодные цены для путешественника, обещает представитель авиакомпании. Подразделение «Holidays с flydubai» будет предлагать турпакеты по таким популярным направлениям, как Азербайджан, Грузия, Египет, Индия, Мальдивы, ОАЭ, Саудовская Аравия, Таиланд, Танзания, Турция, Чехия и Шри-Ланка. Все услуги, забронированные с помощью онлайн-сервиса, подразумевают накопление баллов по бонусной программе flydubai OPEN. Эта программа также впервые была представлена на выставке ATM, хотя дебютировала уже полгода назад. Схему накопления и использования бонусных баллов уже освоили клиенты авиакомпании в разных странах. Большинство участников – из Индии, популярна программа в Пакистане, Саудовской Аравии, ОАЭ и в России. Рост спроса на услуги flydubai в российских регионах определяет политику перевозчика, который намерен увеличить частоту рейсов и рассматривает возможность расширения полетной сети. Отмена виз в ОАЭ для граждан России дает все основания для успеха этих намерений. «Скорее всего, с сентября мы снова будем летать в Уфу, – говорит Джейхун Эфенди. – Рассматриваем в будущем и другие возможные направления в России, например, Грозный, Махачкалу, Санкт-Петербург». Представитель компании отметил, что в Екатеринбург теперь у flydubai ежедневные рейсы – еще недавно самолеты перевозчика приземлялись в столице Урала лишь четыре раза в неделю. Он также рассказал об активном развитии компании в странах Кавказа и Центральной Азии. После отмены виз в Грузию для граждан и резидентов ОАЭ трафик в эту страну вырос в пять раз.

Аналогичная мера со стороны Азербайджана отметилась резким увеличением частоты рейсов flydubai в Баку: четыре раза в день против четырех раз в неделю. Эти страны особенно популярны среди граждан и резидентов Эмиратов во время жаркого лета. Авиакомпания думает и о возможностях расширения сети в странах СНГ, например, установление авиасообщения с Минском и Ташкентом. Возвращаясь к России, Джейхун Эфенди отметил, что Россия остается важным рынком для flydubai. Сейчас на карте маршрутов flydubai обозначены такие российские города, как Екатеринбург, Казань, Краснодар, Москва, Минеральные Воды, Ростов-на-Дону, Самара.



В Анталии состоялся глобальный форум MICE-индустрии Inventum Global Workshop



Бунят ОЗПАК,
управляющий партнер Inventum Global

С 28 мая по 1 июня в Анталии (Турция) в отеле Rixos Premium Belek состоялся первый форум, посвященный вопросам глобальной MICE-индустрии, – Inventum Global Workshop. Форум объединил 200 корпоративных агентств российского, украинского и индийского рынков и более 100 представителей отелей, предоставляющих свои услуги в сегменте MICE на территории Турции.

В торжественной церемонии открытия форума приняли участие почетные гости: губернатор Анталии **Мунир Караоглу**, глава Федерации отельеров Турции (TUOFED) **Осман Собер**, председатель Совета директоров ANEX Tour **Нешет Кочкар**, президент Международной индийской киноакадемии (болливудского аналога Американской киноакадемии) и индийской ассоциации ивент-агентств ЕЕМА **Джозеф Саббас**, председатель турецкой Ассоциации туристических агентств Башаран Улусой и генеральный директор отеля Rixos Premium Belek **Озгур Чинкилич**. На Inventum Global Workshop в Анталию приехали 200 агентств из России, Украины и Индии для того, чтобы обсудить вопросы и тенденции глобального MICE-рынка и познакомиться с инфраструктурой Турции для организации корпоративных мероприятий.

«Наши российские и украинские друзья знают, насколько хорош отдых в Анталии. Курорт имеет 650-километровую береговую линию вдоль Средиземного моря, сотни прибрежных отелей с 650 тысячами мест. Курорт готов предложить не только хорошие отели, но и квалифицированный сервис. Это касается не только пляжного, MICE, свадебного, но и спортивного туризма», – сообщил в своей приветственной речи губернатор Анталии Мунир Караоглу.

Созданный для профессионалов MICE-индустрии Inventum Global Workshop объединил в себе несколько форматов – деловую и развлекательную программу, а также воркшоп, где приглашенные гости, ключевые представители MICE-агентств, встретились с поставщиками MICE-услуг. Благодаря мультимедийности мероприятия у представителей агентств была возможность всесторонне оценить конференц-возможности отелей, разнообразие программ и тематических вечеринки, экскурсии по региону, кейтеринг, транспортную инфраструктуру, площадки и оборудование, а также уровень работы принимающей стороны – INVENTUM GLOBAL.

В повестке деловой программы форума особое внимание было уделено теме эмпирического маркетинга и его применению в сегменте организации корпоративных мероприятий.

«Сочетание в работе мероприятий, направленных на обучение и развитие и клиентов, и сотрудников компании, приводит к получению эмоций и ощущений, ассоциирующихся с брендом и качеством, желанием долгосрочного сотрудничества. Это и есть основная цель эмпирического маркетинга», – сообщила в своем докладе директор по развитию компании «Демлинк» **Ирина Карнаухова**.

Большое внимание со стороны участников форума привлекла специальная сессия по развитию лидерства, которую провел всемирно известный американский коуч **Маршалл Голдсмит**.

В рамках развлекательной программы форума прошли тематические вечеринки: «Турецкая ночь», раскрывающая историю турецкой культуры и традиций, и пляжная вечеринка. Чтобы показать, что регион Анталии располагает не только премиум-курортами и пляжами, но и богатой культурой, организаторы Inventum Global Workshop предложили участникам форума экскурсии по региону, включая города Перге и Аспендос, хранящие греко-римское архитектурное наследие, путешествие в парк развлечений The Land of Legends и прогулку по сердцу Анталии – старой части города.

В рамках b2b-воркшопа участники форума смогли пообщаться с турецкими отельерами, DMC из разных стран, а также представителями туристических офисов, познакомиться с новыми площадками и программами, воочию убедиться в безопасности направления.

«Всем удается показывать продукты напрямую клиенту. Это отличная атмосфера, в которой встречаются партнеры (покупатели и поставщики), обмениваются мнениями и опытом», – прокомментировал управляющий партнер Inventum Global **Бунят Озпак**.



ТУРЦИЯ СНОВА ЖДЕТ РОССИЙСКИХ ГОСТЕЙ

После двухлетнего перерыва, связанного с обострением российско-турецких отношений, Турция вновь стремится привлечь российский деловой бизнес. Турецкие отельеры отмечают повышение интереса к направлению с начала этого года и прогнозируют растущий спрос в сегменте корпоративных мероприятий в ближайшие годы и возвращение к показателям 2014 г.

«Россия является очень важным рынком для Турции. Мы делаем многое для привлечения бизнес-сегмента, в частности организуем масштабные маркетинговые программы. У нас хороший продукт – только в Анталии более 500 пятизвездных отелей, где мы принимаем гостей из 40 российских городов», – сообщил во время пресс-конференции форума Бунят Озпак.

По словам директора по маркетингу Inventum Global и руководителя компании MarketingPoint **Екатерины Дзюбинской**, российский MICE-рынок тоже соскучился по Турции, в области организации масштабных корпоративных мероприятий этот регион практически не знает конкуренции. Это уровень и широкий выбор отелей, способных принять большие группы, и разнообразие конференц-возможностей, и тематические программы и вечеринки, и отличная техническая поддержка (оборудование). В дополнение к этому – достойный уровень сервиса, простая логистика, близость направления, транспортная доступность для всех регионов России, отсутствие виз, мягкий теплый климат и лазурное море и, что немаловажно, адекватный бюджет проекта.

За время перерыва многие отели повысили уровень сервиса, разработали новые программы, призванные увеличить турпоток. Так, во время b2b-воркшопа были представлены концепции фестиваля еды, где представлены все кухни мира, путешествующие по территории отеля на фуд-траках, и ЗОЖ-ориентированные программы, созданные исключительно для женщин.

РОССИЙСКИЙ MICE: ОЖИВЛЕНИЕ ПОСЛЕ КРИЗИСА, ТЕНДЕНЦИИ И ПРИОРИТЕТЫ

Россия сейчас даже в мировом масштабе является одной из самых важных стран на MICE-рынке. В результате кризиса отмечались негативные тенденции, когда MICE-компании становились банкротами и закрывались.

Однако уже с начала 2017 г. 80–90% агентств отмечают значительное оживление рынка.

«С начала 2017 г. число запросов на организацию мероприятий в Анталии значительно увеличилось по сравнению с аналогичным периодом прошлого года», – отметила Екатерина Дзюбинская.

Во время проведения Inventum Global Workshop профессионалы российского рынка обсудили основные тенденции MICE в России.

Одной из ключевых стала тенденция объединения и глобализации MICE-компаний. За последние годы было несколько таких примеров, когда крупные компании вливали в себя более мелкие.

Еще один тренд – расширение географии направлений корпоративного туризма. По словам спикера форума, Ирины Карнауховой, в период кризиса отмечалась концентрация на внутренний рынок и СНГ. Сейчас при сохранении объемов запросов на внутренние направления увеличивается число заявок на зарубежные страны. Важными критериями выбора локации мероприятия остаются близость региона, безвизовый режим, транспортная доступность.

«Если говорить о наших клиентах, то выбор необычного направления для инсентив-программ остается актуальным. Но нас очень радует рост запросов на Турцию, страну, где можно организовать самые разнообразные программы и сделать поездку незабываемой», – рассказала Ирина Карнаухова.

Резюмируя итоги форума Бунят Озпак рассказал о планах развития проекта на будущий год: «Мы очень довольны результатами, нам удалось привлечь важных профессионалов из сектора MICE и свадебной индустрии, мы познакомим их с местными поставщиками. В следующем году проект будет как минимум в три раза больше, мы хотим привлечь агентства из 15-ти разных стран, включая США, Англию, Францию, Италию, Германию, Россию, Украину, Индию, Пакистан, Бахрейн, Китай и другие. Как только мы закончим этот проект, мы начнем заниматься подготовкой к следующему году».

CB GROUP RUS, COMMUNICATIONS AGENCY

www.cb-group.ru

Третье ежегодное IMG Show, организатором которого выступает АБТ-АСТЕ Russia, состоится 25 и 26 октября. В этом году мероприятие пройдет сразу на нескольких площадках, а его участников ждут новые сюрпризы.



В IMG Show – 2016 приняли участие 80 российских и зарубежных экспонентов

Участники IMG Show – 2017 будут вести дневники

Первая для Москвы двухдневная MICE-выставка, программа которой предусматривает запланированные встречи поставщиков с потенциальными заказчиками, образовательную конференцию и другие активности, в 2017-м пройдет на нескольких площадках. Воркшоп будет организован в роскошном отеле The Ritz-Carlton, который находится рядом с Кремлем. А на гала-ужин гостей ждут в банкетном комплексе «Шёлк» на Саввинской набережной.

«Это решение позволит участникам IMG Show получить еще больше впечатлений, оценить еще больше столичных MICE-площадок, а это ценно не только для корпоративных клиентов из регионов, но и для московских заказчиков», – пояснила директор по работе с партнерами АБТ-АСТЕ Russia Ирина Михалькова.

В этом году IMG Show станет еще масштабнее – ожидается, что на выставке-воркшопе свои услуги представят около сотни поставщиков. Среди уже подтвердившихся экспонентов и партнеров – S7 Airlines, KLM Air France, Baltshug Kempinski Moscow, The Ritz-Carlton, Moscow, Novotel Adagio Ibis Moscow Kievskaya, Hilton Worldwide, Milan Hotel, Ukraine Hotel Radisson Royal, Bahia Principe Hotels & Resorts, Steigenberger Hotels, Barcelo Hotels, Best Western Hotels & Resorts, компания MB Prestige, Barcelona Convention Bureau, Культурный центр имени Сергея Дягилева, Управление по туризму и конгрессам Монако и другие.

«Найти зал, в котором можно разместить столько столов и еще в центре Москвы, в гостинице высокого класса и в загруженный сезон, непросто. И возможность провести мероприятие в The Ritz-Carlton для нас – большая удача! Площадь Ball Room составляет порядка 600 кв. м», – рассказала Ирина.

Изменения коснутся и программы мероприятия – воркшоп запланирован на первый день. Прежде шоу открывалось конференцией и гала-ужином. «Мы хотим начать IMG Show с деловой части, рабочих встреч, чтобы в течение следующего дня, во время других активностей, у участников была возможность общаться более продуктивно, развить полученные контакты», – отметила Екатерина Александрова, исполнительный директор Ассоциации.

Сайт IMG Show – 2017 начнет работу с 1 июля, участники смогут подавать заявки и заполнять информацию в личном кабинете. За месяц до мероприятия будет доступна система назначения встреч с экспонентами.

«Мы уверены в том, что все участники IMG Show – профессионалы, которые ценят свое и чужое время. И рассчитываем на то, что они ответственно подойдут к посещению запланированных встреч, ведь это вопрос не только их личной репутации, но и имиджа российских заказчиков в глазах экспонентов из других стран. Тем не менее мы решили мотивировать корпоративных покупателей в игровой форме, поощрять их за внимательное отношение к графику встреч», – добавила Екатерина.

Так, заказчикам выдадут дневники посещаемости, в которых поставщики будут проставлять отметки о пройденных встречах. Самые ответственные участники получат подарки.

Кроме того, во время воркшопа организаторы устроят увлекательный квест. Собрать воедино пазл поможет общение с партнерами мероприятия. Кстати, впервые на воркшопе IMG Show для отелей-партнеров будут предусмотрены не просто зоны, а отдельные стенды.

Еще одной «фишкой» IMG Show – 2017 станет Сборник MICE-цитат, который будет составлен заранее. Каждый экспонент и участник получит свой экземпляр. Если хотите попасть в цитатник, регистрируйтесь для участия в IMG Show и присылайте остроумные или серьезные высказывания о MICE-индустрии сотрудникам Ассоциации на info@abt-acte.ru.



В этом году воркшоп пройдет в отеле The Ritz-Carlton, Moscow



Максим КРЯЖЕВ. Невозможного нет

У компании «Академия приключений» очень необычный офис. Последнее, что ожидаешь увидеть за обыкновенной белой дверью офиса – эклектичную смесь средневекового замка, современного лофта и итальянской улочки. Удивительным образом все вместе выглядит гармонично и уютно и настраивает на предвкушение приключений. А размещенные повсюду слоганы и изречения не дают усомниться в главном кредо компании – невозможного нет. На чем основана эта уверенность, какие приключения ждут клиентов компании и за что здесь отвечает Александр Друзь, мы поговорили с руководителем и владельцем «Академии приключений» Максимом КРЯЖЕВЫМ.

Подготовила Александра ЗАГЕР

Почему именно «Академия приключений»? С чем связано название?

Название состоит из двух слов. Первое, «академия», появилось потому, что нам хотелось не просто организовывать какие-то поездки, а чему-то научить людей и, как оказалось в процессе, многому научиться самим. А слово «приключения» связано с тем, что все, кто был у истоков компании, сами для себя устраивали путешествия, которые без приключений не обходятся. Те эмоции, которые вызывают приключения в путешествиях, мы и доносим людям, просто за более короткие сроки. Не у всех есть возможность уйти, например, в горный поход на две недели. Обычно время есть на одноднев-

ный тимбилдинг или вовсе – только три часа и в офисе. Мы умеем сделать так, чтобы люди испытали те же эмоции, что у них были бы в горах.

Как?!

Конечно, эмоции восхождения на Эльбрус воссоздать в офисе сложно, все-таки это и определенная высота, и известные физические нагрузки. Речь идет немного о другом. Когда группа знакомых или даже не очень знакомых людей идет на восхождение в горы, они могут рассчитывать только на себя – помощи ждать неоткуда. Поэтому после любого, даже однодневного восхождения пусть даже на небольшую высоту, люди или очень сближаются, или



идет полное отторжение. Все, что мы делаем или в офисе за три часа или на нашей площадке в Подмоскovie за день – дает именно такой эффект.

Механизм проще всего раскрыть на примере одной из самых популярных наших программ – «Лесной курс». Это командообразующий тренинг, хотя мы до начала программы об этом никогда и ни в каком виде не говорим. Для участников это просто игра в лесу. А вечером на обсуждении программы участники разными словами передают одну и ту же мысль, она же – наше кредо: невозможного нет. Теперь и для них нет ничего невозможного. По большому счету это – одна из целей курса. Мы это называем «зеркало возможностей». Показываем людям, что они могут быть другими.

«Лесной курс» – это программа на целый день в лесу, где во время различных активно-спортивных упражнений развивается командное взаимодействие. Оптимальный состав группы – 8–12 человек. В одиночку задания выполнить нельзя и они выстроены по принципу от простого к сложному. Эта программа хорошо подходит для того, чтобы сплотить коллектив и наладить в нем взаимодействие. Ни пол, ни возраст, ни вес, ни рост, ни социальный статус для курса значения не имеют. Интересно наблюдать за участниками очень высокого статуса, которые приезжают с охраной и первое время держатся особняком. Как правило, через час они становятся просто членами команды и охотно слушают указания инструктора.

Команды мы стараемся собирать более-менее равномерно по возрасту, силе и полу. Иногда клиент ставит задачу включить в команды определенных людей, тогда мы совместно с заказчиком формируем группы, учитывая задачи компании и наш опыт. Внутри команды сплочение имеет максимальный эффект. По условиям игры все задания должны выполняться в тишине, разговаривать нельзя. Можно обсудить все перед испытанием, но если кто-то произнес хоть слово в процессе, испытание надо проходить заново. Это позволяет научиться понимать коллег без слов и внимательно слушать все идеи и всех, кто их высказывает, безотносительно социального статуса. Финал программы рассчитан на всех участников курса, независимо от их количества. Рассказывать подробно о финальном задании не буду, ведь среди ваших читателей могут быть те, кто скоро станет проходить этот тренинг, не будем лишать их сюрприза. Скажу только, что это испытание не просто так стоит последним. Если бы участникам курса это предложили сделать это в начале дня, они бы попросту отказались. А вечером, в финале программы, у людей уже не возникает ощущения, что можно уйти от решения задачи, они ищут и находят способ ее решить.

□ **Если продолжать научно-образовательную терминологию, то в вашей академии несколько факультетов. Чем еще вы занимаетесь, помимо тимбилдингов?**

Начинали мы исключительно с командообразующих программ. Где-то в 2003–2004 гг. наши постоянные клиенты сделали нам заказ на проведение новогоднего корпоратива. С тех пор мы стали делать и праздничнее мероприятия. Через какое-то время мы стали агентством полного цикла. Сейчас запросы от клиентов усложнились, никто уже не хочет только ивент или только тимбилдинг, теперь это все называют событийным маркетингом и, как правило, требуются комплексные услуги.

□ **Насколько я знаю, вы теперь занимаетесь организацией и деловых мероприятий.**

Мы и раньше этим занимались, но для наших постоянных клиентов по их запросам. С прошлого года мы предлагаем эти услуги для всего рынка.

□ **Вы очень давно работаете на рынке тимбилдинга в России. В чем, на ваш взгляд, принципиальное отличие нашего рынка от западного?**

Это широкий вопрос. Мне кажется, западный рынок более формализованный, там все процедуры расписаны от и до. Российский рынок оставляет больше места для импровизации, и это для всех хорошо, поскольку позволяет нам всем развиваться.

Именно таким образом появляются эксклюзивные инструменты и программы. Рынок таков, что игроки друг за другом смотрят. И идеи расходятся как круги по воде. С авторскими правами и лицензированием у нас в стране очень сложно. И это, конечно, проблема. Тем не менее в нашем багаже есть программы, которые можно назвать эксклюзивом мирового уровня. И это не голословное утверждение, это факты: ежегодно мы проводим десятки наших авторских тренингов за рубежом, как для отечественных, так и для западных компаний.

□ **Приведите пример?**

«Подводный лесной курс». Смысл его – тот же, что и в обычном «Лесном курсе», но все задания группы выполняют под водой. Умение или неумение плавать здесь, как ни странно, не имеет особого значения. Ведь плавать и погружаться – это не одно и то же. К тем, кто не умеет плавать, прикрепляются дополнительно инструкторы, с ними проводится чуть более длинный инструктаж. Под водой плыть просто, благодаря ластам, достаточно ногой шевельнуть. Там та же самая работа в команде, которая и поддержит, и подстрахует.

Да, для тех, кто не умеет плавать, это своего рода стресс. Но такие стрессы на преодоление себя идут людям только на пользу.

□ **А в воздухе вы делаете такие программы?**

Именно «Лесного курса» в воздухе нет, есть активные командообразующие программы, которые подразумевают прыжки с парашютом. Но это не очень популярно, обычно такие запросы поступают от компаний, в которых парашютным спортом занимается руководство и приобщает к этому коллег.

□ **Если говорить о чисто спортивных тимбилдингах, какой вид спорта самый популярный?**

На первом месте – футбол, на втором – волейбол, на третьем – хоккей. Предпочтения ни от чего не зависят, просто исторически сложившиеся факты внутри компаний-заказчиков. Почти всегда есть команды черлиндинга.

□ **А как вы гарантируете безопасность людей во время своих программ?**

Вопрос серьезный, но ответ на него у меня очень простой: безопасность – это профессионализм. На всех этапах подготовки и проведения мероприятия. Причем любого мероприятия, а не только активного тимбилдинга. Мало кому известно, что так называемые «зон повышенного экстрима» на большом новогоднем корпоративе ничуть не меньше, чем на активном

тренинге в лесу. В каждом конкретном случае наши менеджеры составляют четкий и точный план по обеспечению безопасности людей во время события. У нас выработаны серьезные протоколы подхода к этим вопросам, нюансов всегда очень много, работа эта кропотливая, но без нее нельзя. Рабочая группа собирается перед мероприятием несколько раз и «сканирует» его на предмет возможных опасных моментов и, выявив их, устраняет еще на этапе подготовки.

□ **Для чего вам служат базы в Подмоскovie?**

Сейчас у нас одна база. Там есть особо интересные высотные стационарные упражнения. В прошлом это был ведомственный спортивный центр, мы его много лет арендуем. Там нет жилого фонда, и, как правило, на этой базе проходят однодневные программы. Впрочем, рядом есть отличный четырехзвездочный отель, так что нередко наши гости останавливаются в нем, чтобы провести многодневный модульный тимбилдинг.

□ **Как началось ваше сотрудничество с Александром Друзем? В чем оно выражается сейчас?**

Мы с ним познакомились в 2003 г., когда пригласили его на одну из программ в качестве ведущего интеллектуальной игры. И нам, и ему сотрудничество понравилось, мы стали чаще его приглашать вести наши программы. В результате теперь Александр – наш штатный сотрудник, а количество такого рода соревнований выросло в разы. Спрос на интеллектуальные игры сейчас огромный, и это не может не радовать. Они есть даже в составе активно-спортивных программ, проходят блоком в отдельных зонах.

□ **Только он ведет ваши интеллектуальные игры?**

Нет, многие знатоки ведут. Например, Борис Бурда или Максим Поташев. Причем Борис Бурда как известный кулинар задействован у нас еще и в кулинарных мастер-классах в качестве эксперта или как участник. А Александр Друзь иногда у нас играет роль старца Фура в игре «Форт Боярд».

□ **Вы рассказываете о себе и своей компании в социальных сетях? Эффективны ли они в вашей работе?**

Социальные сети работают скорее как наша визитная карточка. Это позволяет поддерживать имидж, но прямых продаж не дает. Тем не менее руководители департаментов, или как мы их вначале называли факультетов «Академии», весьма активны в социальных сетях, внимательны и к обратной связи, и к обсуждению проблем отрасли в профильных группах.

□ **Сейчас модны технологические квесты, вы организовываете такие вещи?**

Да, это направление сильно набирает популярность. Квесты были и раньше, и в городской среде, и в природной, любой тематики и направленности. У иностранцев большим спросом пользуются квесты по московскому метро. Года три-четыре назад начался бешеный спрос на квесты с гаджетами. Мы разработали несколько программ, есть и автомобильные, и пешие. Очень популярен квест по следам романа «Мастер и Маргарита». Набирают обороты и программы с использованием виртуальной реальности.

У нас все программы авторские, и уже больше года в «Академии» есть «факультет», где специальная группа академиков придумывает и создает технологические кейсы для командообразования.

□ **У вас большая компания, от сотрудников многое зависит, репутация – в первую очередь. Как вы набираете персонал?**

Много лет подряд мы старались брать людей с психологическим образованием или студентов старших курсов профильных вузов. Однако практика показала, что профильное образование не имеет большого значения. Теперь мы идем по длинному, но самому разумному, на мой взгляд, пути. Кандидатов, которые проходят первичное собеседование, состоящее из трех этапов, мы приглашаем пройти обучение в нашей школе, оно длится

примерно полгода. Там есть и теоретическая, и практическая части. Это бесплатно для соискателя, но и мы ему в этот период никаких денег не платим. Люди находят здесь не только новую специальность, но и новый круг общения. Должен сказать, что в итоге в компании остается немного тех, кто изначально претендовал на работу у нас. Но остаются лучшие, те, кто хочет этим жить.

Что касается офисных сотрудников, для них это необязательно, но желающие тоже могут пройти эту школу. Кстати, все наши сотрудники проходят все наши программы в момент их запуска. С одной стороны, это позволяет протестировать программу еще раз и увидеть минусы, если таковые есть, с другой – сотрудникам легче потом будет рассказать клиентам о том, что им предлагается. Кроме того, это отличный тимбилдинг для нас самих.

□ **Какие три качества необходимы человеку, чтобы успешно работать в вашей компании?**

Самое главное – это честность. Что бы ни случилось, мне важно, чтобы сотрудник был честен со мной. А еще – преданность. Все вместе, наверное, можно назвать лояльностью. Мне важна и личная лояльность, и к компании в целом.

□ **Оптимизация затрат – это то, что требуют клиенты в первую очередь. Что вы им можете предложить?**

Наш девиз, как я уже сказал – невозможного нет, и на оптимизацию затрат он тоже распространяется. Выход и компромисс всегда можно найти. Но все-таки не нужно доходить до абсурда. Наша задача – донести до заказчика все плюсы и минусы того или иного решения. Это в принципе наша политика – мы общаемся с заказчиками как с нашими друзьями. Поэтому плохих советов мы не даем, как не дали бы их своим друзьям.

Как правило, сейчас поставщик определяется на тендерах. Это хорошая штука, когда есть задача отобрать лучшее креативное предложение. Но пока нет порядка на рынке в этой части и запросто могут взять твою идею и отдать кому-то на реализацию. На мой взгляд, это нечестно. Всегда же можно решить вопрос цивилизованно: попытаться вписаться в смету клиента или продать ему идею с тем, чтобы ее реализовывал кто-то другой, кто сможет это сделать за заметно меньшие деньги. Пока этой практики не существует, но надеюсь, она когда-нибудь будет. Во всяком случае, когда такое случается, мы заказчику об этом всегда говорим.

□ **Быть руководителем большой структуры тяжело. Что позволяет вам быстро восстановить силы?**

Спорт. Например, бокс – это моя отдушина. Он хорошо работает как краткосрочный способ сброса негативной энергии. За более стойким эффектом я хожу в горы. Еще я люблю поездки на квадроциклах, например в Карелии. Там есть прекрасные маршруты, рассчитанные на несколько дней. В принципе это можно делать круглый год, но если зимой слишком много снега, имеет смысл пересечь на снегоход. Смена эмоций для меня – лучший отдых.

□ **Офис у вас тоже – маленькое приключение. Когда вы его планировали и делали, вы себе что представляли, какая была идея?**

Сначала мы хотели крышу в стиле лофт, потом – итальянскую улицу. Поэтому тут у нас есть и уличные фонари, и даже скамейка (не просто скамейка, а в виде огромной таксы – прим. ред.). Жаль только, что клиенты в офис приезжают редко. Ведь наш бизнес – не просто бизнес, это выстраивание отношений. И важно видеть, как и чем живет твой партнер. Хорошее мероприятие – это совместное детское профессионалов из агентства и представителей заказчика. Если где-то взаимодействие не получилось, wow-эффекта не будет. Но если все получается правильно, вы становитесь друзьями. И тут возникает сложный момент – как разделить рабочие и личные отношения. Наверное, один из самых сложных в нашем бизнесе.

ПРИЕЗЖАЙТЕ К НАМ ЕЩЕ!



В Самаре может появиться свое конвеншн-бюро. Управляющий агентством делового туризма и мероприятий MICE Market **Сергей Рыжов** (на фото) делится опытом привлечения мероприятий в Самарскую область. Идеи по привлечению мероприятий в нашу область пришли ко мне после получения образования в области PR. Первым делом я вступил в гильдию специалистов по связям с общественностью, потому что, по сути, в MICE-туризме я и управленец своей компании, и специалист по PR в чистом виде. Войдя в гильдию, достаточно быстро вступил в координационный совет, и мы провели общее мероприятие, где рассказали о корпоративных коммуникациях и продвижении через MICE-мероприятия. Конечно, тут шла речь и о поощрительных турах. Но мы нашли нужный ракурс – территориальное совещание или профессиональный форум. Там мы объяснили, что в случае проведения у нас мероприятия все организационные вопросы, программу мы готовы взять на себя, менеджерам из других регионов не стоит воспринимать это как проблему. Профессиональные отраслевые форумы – отличный пиар для местных промышленных предприятий. Вещь очевидная, но все равно нуждающаяся в разъяснении. Такие форумы позволяют пригласить дилеров, конкурентов и «утереть им нос», а также привлечь массу СМИ, поскольку для региона это отличный информационный повод. После нескольких переговоров с правительством области, где мы объясняли, что готовы взять на себя организационную поддержку мероприятий, нас поддержали и на этом уровне. В город пришло два соревнования, три межведомственных форума, совещания. А также с нуля было придумано три тематических региональных правительственных форума. Их тематика связана с устойчивыми позициями Самары на этом направлении. Таким образом, мы все же движемся к созданию конвеншн-бюро, уже зарегистрировали домен micesamara.ru, так что в скором времени будем рады работать в новом качестве.

ЗАКОНОДАТЕЛЬ МОД – ТРЕНДСЕТТЕР ОТ ИНДУСТРИИ

Свершилось: MAXIMICE, пройдя цикл десятилетней истории, вышло на новый виток спирали своего развития и, задав вектор на усиление креатива, осуществило ребрендинг и расширение штата профессионалами от творчества. Логотип MAXIMICE претерпел некоторую трансформацию – он стал легче, современнее, но при этом сохранил определенные аутентичные черты, позволяющие оставаться узнаваемым. В новой типографике появилась динамика, а каждая буква названия приобрела определенное символическое значение. Вместе с новой миссией, которая теперь звучит, как «MAXIMICE видит свое предназначение в содействии развитию бизнеса наших клиентов путем создания продукта и технологий его реализации в новых реалиях рынка», у агентства изменился также и слоган. На смену «Управляй событиями» пришло более авторитетное «Power to change». Внутренние улучшения (кадровая политика и обучение, автоматизация процессов, формирование продукта) и новые задачи компании



(расширение географии присутствия, работа с поставщиками и выработка новых технологий, освоение инструментов смежных областей, разнообразие клиентского портфеля) нашли свое отражение в актуальной визуализации. Неизменным остался лишь профессионализм команды и все ресурсы компании, предназначенные для эффективного решения бизнес-задач клиентов.

ЗАПУЩЕН ПЕРВЫЙ В РОССИИ САЙТ-КАТАЛОГ КОМПАНИЙ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА И MICE

15 мая 2017 г. стартовала работа сайта-агрегатора Деловой туризм России – businesstravel.community. Сайт представляет собой базу данных business travel агентств всей России: общая информация, перечень услуг, контактные данные и многое другое. «В рамках работы Рабочей группы агентств делового туризма при «Турпомощи» мы давно планировали такой проект, создав полгода назад в социальной сети Facebook сообщество Business Travel Community, которое на данный момент активно развивается, – говорит главный администратор проекта **Владимир Демин**. – Мы не преследуем цель создавать всякого рода рейтинги и монетизировать проект. Основной нашей задачей является собрать компании и профессионалов отрасли «под одной крышей», чтобы законодатели увидели все масштабы рынка делового туризма в нашей стране. Дать им бесплатную площадку (блог), чтобы они смогли рассказывать свои новости, а также стать своеобразной витриной для многочисленных поставщиков и потенциальных клиентов. Причем все это абсолютно бесплатно и просто. Регистрируйтесь сами, создавайте карточку своей компании и пишите, рассказывайте и показывайте свои достижения. При этом мы не хотим ограничиваться исключительно компаниями Москвы и Санкт-Петербурга, ведь деловой туризм существует не только в этих городах. Это отличная возможность для региональных компаний заявить о себе». Помимо реестра и блогов компаний, на сайте зарегистрированные пользователи могут создавать мероприятия, размещать вакансии и искать деловые контакты. Проект уже на старте развития поддержали такие компании, как UTS, ATH American Express, «Академсервис», BTM (Business Travel Management), Hotelbook, журнал Business Travel и другие.



ДАЕШЬ РОК-Н-РОЛЛ! LET'S ROCK!



17 мая состоялся 6-й международный День Открытий с тематикой «Даешь Рок-н-Ролл!» (Let's Rock!), который ежегодно и в один день проходит в сети Renaissance Hotels по всему миру, предвещая открытие нового сезона #BusinessUnusual. Мероприятие проходило на 17-м этаже в Представительской Гостинице и на ее летних террасах. Для начала гости плотно подкрепились после длинного трудового дня, вдохновленные обильной буфетной линией, роскошным, в тематике рока, десертным столом, традиционным Ритуалом Напитка/Beverage Ritual (на этот раз представляющим авторский пунш Рок-н-Ролл), и творчеством барменов-миксологов. Приветственное слово генерального менеджера **Армина Эберхарда** стало официальным открытием вечера. А дальше по нарастающей – оживленное общение, участие в призовом конкурсе в социальных сетях «Поделись лучшим моментом!», выступление рок-группы «Центр Циклона» с дискотекой и, конечно же, рок-н-роллом. Погода тоже решила преподнести свой сюрприз в такой знаменательный вечер, подарив гостям потрясающий своими красками московский закат. Официальными партнерами мероприятия стали: Центральный Московский ипподром, Виноторговая компания Simple, Виноторговая компания Vinopolis.



© Дмитрий Петроченко, руководитель проекта Bizaviapress.ru

Рынок деловой авиации – это зеркало экономического состояния страны. Фактически частная авиация дублирует взлеты и падения, которые неизбежно сопровождают экономику. От финансового здоровья зависит и объем парка частных самолетов, а также интенсивность и даже география их полетов. Поэтому если наложить статистику рейсов деловой авиации на карту мира, то можно получить любопытное представление о том, куда любят летать VIP-путешественники, представители бизнеса и даже политические элиты.

Подготовила Анна НАЗАРОВА

Урок географии

ПУТЕШЕСТВИЕ – ЭТО ЖИЗНЬ

Аренда частного самолета – самый популярный и «массовый» формат деловой авиации в России. По разным оценкам, в год чартерными рейсами пользуются несколько тысяч соотечественников, вылетающих преимущественно из Москвы. Именно эту точку следует взять за отправную, говоря о статистике полетов «российской» бизнес-авиации. И хотя официальной информации о количестве рейсов и пассажиров бизнес-джетов, вылетающих из и в Москву нет, по экспертной оценке группы компаний Aim of Emperor, на московский регион приходится около 70% всей российской деловой авиации.

География полетов пользователей деловой авиации такая же обширная, как карта мира, и зависит от тех целей и задач, которые стоят перед пассажирами. Это может быть и долгожданный отпуск, и вопросы бизнеса, и участие в крупных мероприятиях. Кроме того, выбор в пользу того или иного города может носить сезонный характер.

Без сомнения, самые красочные направления, отражающие представления о dolce vita, приходятся на долю

путешественников и отпускников. По оценке компании LL Jets, чартерного подразделения группы компаний Aim of Emperor, самыми популярными направлениями в 2016 г. стали Ницца и Канны – на них пришлось 10% от всех рейсов «российской» бизнес-авиации. О том, что Ницца – самый курортный город бизнес-авиации, говорят и в российской брокерской компании Holiday Jet. Представители компании рассказывают, что это направление выбились в лидеры еще в 1990-х годах, когда бизнес-перевозки только формировались в России. Это объясняется в том числе элитарностью «русской» Ниццы в историческом контексте – дворяне, писатели, политики, знатные особы полюбили этот курорт еще во времена царской России. В Holiday Jet отмечают еще один интересный факт: согласно исследованию компании об азиатских рынках бизнес-авиации, Ницца (а за ней и Париж) занимают 3-е и 4-е место по интенсивности полетов среди китайских бизнес-джетов (рейтинг составлен по международным направлениям и не учитывает внутренний трафик). Брокер видит объяснение в том, что под влиянием русских Ницца стала синонимом аристократического города-клуба в достаточно широком масштабе.

Если Ницца стоит особняком и считается популярным курортом вне зависимости от времени года, то другие европейские города находятся в определенной зависимости от сезонов. Так, зимой 2016–2017 гг. топовыми маршрутами бизнес-авиации стали горнолыжные курорты – французский «перекресток альпийских дорог» Шамбери и швейцарский Самедан, где расположены старейшие в мире горнолыжные трассы – Санкт-Мориц. Как правило, пассажиропоток по этим направлениям возрастает в конце декабря вместе с наступлением новогодних праздников. В Holiday Jet добавляют, что путешественникам, летящим впервые на эти курорты, следует заблаговременно арендовать чартерный бизнес-джет, так как число слотов – разрешений на взлет-посадку – ограничено в этих горных аэропортах. Сами же курорты, в том числе престижный Куршевель, давно стали клубными тусовочными местами, в которые прилетают не столько обкатать трассы, сколько встретиться со светским и бизнес-обществом.

Зимой и ранней весной топовыми направлениями считаются как европейские, так и островные государства. По статистике компании LL Jets, с января по март 2017 г. пассажиры бизнес-авиации чаще других выбрали Женеву, Ниццу, Инсбрук и Шамбери.

Традиционно зимой пользуются спросом и дальние направления – это Мальдивы и Сейшелы.

Если говорить о том, куда модно будет летать будущим летом на отдых, то эксперты рисуют достаточно насыщенную картину. Светская, культурная, модная жизнь будет кипеть как всегда во Франции – Ницце и Каннах. Для перелетов между этими городами, как правило, арендуют реактивные вертолеты.

Шумные тусовки не обойдут стороной родину Возрождения – Италию. Колыбель эпохи Ренессанса – Флоренция, «падающая» Пиза, модный Милан, жгучий Неаполь и вечный Рим традиционно привлекают путешествующих чартерными бизнес-джетами.

На планете пива – Германии – востребованными обычно являются Мюнхен, Нюрнберг и Берлин.

Соотечественники также любят летать в Черногорию и Испанию. Правда, эти страны относятся скорее не к модным и тусовочным местам, а к территориям, где приобретается недвижимость. Такие прогнозы озвучивает брокер Holiday Jet.

В компании LL Jets фиксируют еще несколько любимых летних городов – это Олбия, расположенная на Сардинии, и Женева. В прошлом сезоне чрезвычайно популярны были греческие острова, не исключено, что этот тренд закрепится и в будущем сезоне.

ОТДЫХ МЕЖДУНАРОДНЫЙ
РОССИЙСКИЙ
ТУРИСТИЧЕСКИЙ
ФОРУМ
Home of Tourism

ОТДЫХ
MICE

**ВЫСТАВКА ПО ДЕЛОВОМУ
ТУРИЗМУ И КОРПОРАТИВНЫМ
МЕРОПРИЯТИЯМ**

**19-21 СЕНТЯБРЯ 2017
МОСКВА, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»**

WWW.TOURISMEXPO.RU/MICE



**ПРОГРАММА ДЛЯ ПРЯМЫХ ЗАКАЗЧИКОВ
„КОРПОРАТИВНЫЙ ПОСЕТИТЕЛЬ“**

ДЛЯ РЕГИСТРАЦИИ В ПРОГРАММЕ СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ: КОНТАКТНОЕ ЛИЦО – ЛЮБОВЬ МОРДВИНЦЕВА E-MAIL: MICE@EUROEXPO.RU ТЕЛ.: +7 (495) 925 65 61/62
ИЛИ ПРОЙДИТЕ ON LINE РЕГИСТРАЦИЮ НА САЙТЕ





© Дмитрий Петрович, руководитель проекта Biztravelnews.ru

По расчетам группы компаний Aim of Emperor, доля внутренних российских рейсов (в зависимости от сезона, проведения крупных экономических или спортивных мероприятий) колеблется в диапазоне **25-30%** от всего трафика, совершаемого в интересах российских пассажиров бизнес-авиации.

Отдельным направлением бизнес-авиации стоят спортивные мероприятия, которые зависят от расписания организаторов. Рост спроса на чартерные перевозки в этом случае возникает по двум причинам. Первая – это трансфер спортивных команд в города проведения чемпионатов на групповых чартерах. Для подобных корпоративных перевозок, как правило, фрахтуются не бизнес-джеты, а переоборудованные в VIP-конфигурации магистральные самолеты. Вторая причина – это посещение крупных спортивных событий VIP-персонами, арендующими чартерные самолеты. Ближайшее спортивное мероприятие, неизменно вызывающее бум на частную авиацию, пройдет в конце апреля в Сочи. Специалисты Holiday Jet обращают внимание на то, что поклонникам спортивных болидов стоит уже сейчас фрахтовать частный самолет для того, чтобы посмотреть новый этап «Формулы-1». В конце апреля интенсивность рейсов бизнес-джетов в Сочи увеличивается, и существуют риски нехватки слотов (или их неудобного времени), а также ограничено число мест стоянки. Следующий слет бизнес-джетов ожидается в июле в Баку на IV Исламских играх солидарности.

БИЗНЕС-ПЛАН

Было бы ошибочно полагать, что деловая авиация используется исключительно в развлекательных целях. Напротив, этот вид транспорта возник именно благодаря потребности предпринимателей и бизнесменов. Десятилетия спустя большинство рейсов бизнес-джетов по-прежнему подчинены бизнесу и направлены на решение деловых задач. Российская индустрия деловой авиации не исключение.

По расчетам группы компаний Aim of Emperor, доля внутренних российских рейсов (в зависимости от сезона, проведения крупных экономических или спортивных мероприятий) колеблется в диапазоне 25–30% от всего трафика, совершаемого в интересах российских пассажиров бизнес-авиации. Сочи, Казань, Краснодар, Минеральные Воды, Саранск, Екатеринбург – в России более 40 городов, в которые периодически прилетают бизнес-джеты. По оценке специалистов Aim of Emperor, в интересах реального российского бизнеса – промышленного, аграрного, сырьевого, девелоперского, банковского – по стране летает около 80% от локального трафика бизнес-авиации. Особенно ярко этот тренд стал прослеживаться за последние два года, когда ситуация в экономике изменилась. Кстати, благодаря политике импортозамещения и импульсу к дополнительному развитию отдельных секторов экономики, на российской карте бизнес-авиации ярко проступили новые города. Так, спросом стали пользоваться Белгород, где сосредоточена мясная промышленность, Нижнекамск (автомобильное производство), Краснодар (зерновые культуры).

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КАРТА МИРА

Громкие политические события также накладывают отпечаток на карту полетов бизнес-авиации. Насыщенная политическая жизнь России, Европы и Украины в последние годы дает для этого поводы. Наиболее запоминающимся примером тесной связи политики и деловой авиации стали события декабря 2014 – 2015 гг. Тогда вслед за пикированием российской экономики наблюдался определенный спад и на рынке бизнес-авиации. По данным немецкого аналитического агентства WINGX Advance, в первое полугодие 2015 г. снижение рейсов между Москвой и Европой составило 23%. Впрочем, не стоит полагать, что российский рынок переживал тогда не лучшие времена в одиночку. Спад летной активности происходил почти повсеместно в Европе, что являлось следствием затяжного кризиса, тянувшегося с 2009 г. Между тем на Украине обвал рынка составил около 40%. Примечательно, что последний и скачкообразный рост украинского трафика — на целых 20% — был зафиксирован в феврале 2014 г., когда на Украине шла смена власти.

А вот позитивные новости о росте европейского трафика бизнес-авиации в 2015 г. приходили из Греции и Испании. Две самые проблемные страны Еврозоны, с колоссальными внешними долгами, показывали уверенные темпы роста бизнес-авиации. Лидером тогда выступала Греция, в которой интенсивность трафика бизнес-джетов только в июле 2015 г. возросла на 10%.

ПОГОВОРИМ ЗА УЖИНОМ



В последнее время нередки запросы на специальные деловые ужины с холодными и горячими закусками, горячими блюдами и не менее впечатляющим столом с десертами. Зачастую за такой трапезой решаются самые важные вопросы и принимаются самые главные решения.

По словам шеф-повара отеля «Ренессанс Москва Монарх Центр» Бенджамина Жубреля, именно для успеха таких полноценных бизнес-ужинов принимаются во внимание очень многие детали. «Разрабатывая меню для делового ужина, я учитываю и гендерный состав гостей. Если компания преимущественно мужская, готовлю больше мяса, если превалирует число дам – сделаю акцент на рыбе и птице и разнообразии десертов. Бывает так, что клиентами ставится задача придумать специальное меню для ужина с учетом каких-то базовых предпочтений и пожеланий заказчика. Здесь, отмечает Бенджамин Жубрель, вступает в силу совместное творчество – объединенный гастрономический опыт. «Придумать новое меню, и даже новое блюдо, не всегда просто. Поэтому мы делаем это вместе с моим су-шефом, а также подключаем всю команду. Команда – мое все, и это важное слагаемое успеха любого шеф-повара», – говорит он. «Ужины с обилием блюд предполагают неожиданные кулинарные решения. Будучи представителем французской кухни, я часто беру за основу ее рецепты и начинаю экспериментировать. Например, в классический соус с красным вином добавляю сок манго. Мы используем много трав и очень широкий спектр приправ, отчего вкус многих блюд раскрывается, они начинают «звучать» по-новому», – рассказывает шеф Жубрель.



В последнее время Турция стремительно набирает популярность и как прекрасное направление для отдыха, и как идеальное MICE-направление. Причины тому очевидные – от приятного климата и удобной логистики до прекрасно развитой и очень разнообразной инфраструктуры. О последней и поговорим. Сеть отелей Rixos давно и хорошо известна на рынке. Как правило, отели этого бренда ассоциируются с понятием роскошь. Однако теперь к этой ассоциации может добавиться еще одна – приключения.

Подготовила Александра ЗАГЕР



Когда жить – здорово!

ВПАСТЬ В ДЕТСТВО

В каждом из нас живет ребенок, и, согласитесь, иногда бывает невероятно приятно ненадолго вернуться в детство и почувствовать себя тем самым беззаботным ребенком, которым вы были когда-то. Теперь это сделать проще простого, достаточно приехать в Белек и пойти в единственный в своем роде тематический парк развлечений **The Land of Legends Theme Park**. Он был открыт всего год назад, в июле 2016 г., но уже полюбился многим гостям. Парк был спроектирован при участии всемирно известного Франко Драгоне, поставившего самые невероятные шоу «Цирка дю Солей». Воплощать гениальные идеи команды Dragone Productions взялась компания Emaag и сеть отелей премиум-класса Rixos. The Land of Legends Theme Park – это целое королевство, населенное невероятными персонажами, образы которых разработаны специально для этого парка. Гости обязательно захотят посетить невероятный водный мир, с его головокружительными горками, а также высокотехнологичный бассейн для серфинга и водное пространство с имитацией настоящих морских волн.

После бассейна, не переодеваясь, можно отправиться в 5D кинотеатр. Причем «не переодеваясь» – ключевое словосочетание. В этом кинотеатре вы полностью включены в происходящее на экране, где частенько демонстрируют фильмы с приключениями на воде. Описать все форматы отдыха в The Land of Legends Theme Park сложно, да и не нужно, потому что счастье для каждого – свое. Кому-то по душе адреналиновые развлечения на водных горках, кому-то – тихое местечко, вдаль от шумных развлечений. Однако не стоит думать, что здесь есть только водные горки, хоть и самых разнообразных форм. Любители животных могут либо самостоятельно, под присмотром тренера, поплавать с дельфинами, либо посмотреть замечательное и очень трогательное шоу дельфинов. Можно покормить пингвинов, да-да, в парке живут пингины, полюбоваться грациозным тигром, которого от зрителей отделяет ров, а не клетка. Можно прокатиться на Turphoon Coaster – американских горках высотой 43 метра, откуда вагонетка несется со скоростью 86 км/ч и тормозит в воде. Непередаваемое ощущение и чистый адреналин, особенно, если вы сидите в первом ряду. А еще можно отправиться в увлекательное подводное путешествие, и для этого вовсе

не обязательно обладать навыками подводного плавания. Атракцион называется Mythical Journey, всем участникам на голову надевают шлем, куда поступает кислород, и предлагают спуститься под воду в специальный бассейн, погулять среди экзотических рыбок и даже покормить их практически из рук.

Сказка продолжается вечером грандиозным шоу с участием персонажей, которые развлекали гостей целый день. Прекрасный, завораживающий водный парад сказочных существ вдоль рукотворного канала The Land of Legends Theme Park на самых необычных лодках, какие только можно себе представить, мерцание огней и... мыльные пузыри – рецепт чуда в отдельно взятом месте.

В парк можно приехать, чтоб провести там прекрасный день, а можно остановиться в отеле. Отель The Land of Legends Theme Park – первый отель с детской концепцией.

Внутри он напоминает волшебный мультфильм, героем которого ты себя ощущаешь. В холле гостей встречает гигантская инсталляция из конфет, некоторые даже можно есть, по стенам развешаны кривые зеркала, которые никого не оставят равнодушным. Часть номеров отеля оформлена в девчачьем стиле – все оттенки розового, на стенах принцессы и сказочные герои, часть – мальчишковые, в голубых тонах и с рыцарями на стенах. Номер спроектирован так, чтобы маленьким гостям было удобно и безопасно. Там нет ни одного острого угла, а в ванной предусмотрены специальные подставки для того, чтобы ребенку комфортно было умываться. Все номера оснащены современными развлекательными средствами, такими как Playstation, Braso Vidiom.

Известно, что bleisure – один из актуальных мировых трендов рынка, и The Land of Legends Theme Park – одно из прекрасно подходящих для этого мест.

БИЗНЕС С УДОВОЛЬСТВИЕМ

Между тем местом, где имеет смысл провести собственно мероприятие, может стать другой отель сети – **Rixos Premium Belek**.

В Rixos Premium Belek семь залов и просторное фойе, где можно проводить деловые совещания, конференции, семинары и симпозиумы. Центр конгрессов отеля по своим параметрам (высота потолков – шесть метров, общая площадь – 2300 кв. м) способен принять весьма масштабные мероприятия. Самый большой зал Rixos Premium Belek под названием Diamond Hall имеет площадь 1500 кв. м и вмещает 1400 человек при посадке «театром».

Кроме этого, в конференц-центре есть еще несколько залов различных размеров, вместимостью от 60 до 1400 человек. А просторное фойе площадью 375 кв. м – отличное место для приветственных коктейлей. Помимо конгресс-центра в Rixos Premium Belek существует и бизнес-центр. Центр предоставляет группам, приехавшим на конгресс или семинар, а также гостям гостиницы секретарские услуги и услуги по ксерокопированию.

Совсем недавно в отеле прошла реновация, которая затронула только общественные зоны отеля. Так, на территории появилась еще одна уютная зона и новый открытый бассейн Adults Only.

Отель не чужд концепции здорового образа жизни – занятиям спортом, танцами, вопросам правильного питания. Здесь давно предлагали множество вариантов для активного отдыха, но с этого года список спортивных мероприятий пополнили новые направления и дисциплины: антигравити йога, пол-дэнс, кроссфит, табата (один из самых эффективных способов интервальной тренировки), восточные единоборства и медитация. В обновленных ресторанах Rixos Premium Belek представляет новые кулинарные творения совместно с известными шеф-поварами.

Напомним, в марте этого года группа **AccorHotels** заключила стратегическое партнерство с **Rixos Hotels**. Согласно условиям партнерства, группа будет владеть **50%** сети Rixos.

Предполагается, что AccorHotels будет участвовать в развитии сети Rixos, открытии новых объектов и в процессе управления действующими отелями. В результате в группу AccorHotels войдут **15 отелей** бренда Rixos из Турции, ОАЭ, России и Египта. Городским отелям Rixos будет присвоен один из брендов AccorHotels.

Основной ресторан отеля угощает гостей блюдами современной турецкой кухни с международным акцентом.

Превосходные гастрономические новинки ждут гостей в ресторанах A la carte: «Meat & Love Стейк Хаус», рыбный ресторан Rinna, рестораны с итальянской и турецкой кухнями.

Неизменными же остались прекрасный средиземноморский песчаный пляж протяженностью 700 м, удобные лежаки и навес, роскошные павильоны на пляже и около бассейна с индивидуальным сервисом, удобные и красивые номера как в основном корпусе, так и на виллах, а также бесподобный спа-комплекс.





Кирилл КОЗИНЕЦ,
управляющий директор
«Бизнес Тревел Бюро»

Проверяй и выбирай

Персонал и руководство компании, ответственные за обеспечение командировок и организацию корпоративных мероприятий, являются одновременно и контролирующими заказчиками, и источником персональных данных сотрудников компании. Управляющий директор «Бизнес Тревел Бюро» Кирилл КОЗИНЕЦ рассказывает о том, как сделать правильный выбор.

www.btbmoscow.ru

Важно выбрать поставщика услуг делового туризма и МІСЕ таким образом, чтобы обеспечить необходимый контроль над расходами, хранением персональных данных и получать полную систематизированную информацию.

Давайте поговорим о том, чем нужно руководствоваться, по каким параметрам выбирать агентство (ТМС), чтобы оно соответствовало самым высоким ожиданиям компании-заказчика.

Важен ли опыт работы агентства и каким он должен быть? Пять лет? Десять лет?

Справедливый ответ на этот вопрос – нет. Опыт работы агентства не важен. Важен опыт, мотивация и знания тех людей, которые работают в агентстве. На рынке делового туризма, как и в любом другом бизнесе, происходят слияния и поглощения, банкротства, появляются новые лидеры. У компаний существует определенный жизненный цикл. Крупнейшие компании с огромным опытом работы превращаются из сервисных в стандартные конвейеры, перерабатывающие большие обороты. Их целью уже не является удивить клиента своей гибкостью и скоростью.

На первое место выходит логистика, желание обработать максимальное количество заявок с минимальными затратами. Те самые люди, от которых все зависит в сервисном бизнесе, становятся совсем не важны. Им на смену приходит низкооплачиваемый персонал. Другие опытные компании находятся на стадии насыщения и живут за счет бренда, уже не давая первоклассный сервис.

Сколько сотрудников должно работать в агентстве, чтобы, например, обеспечить качественное обслуживание крупной компании с персоналом от 5000 человек и количеством транзакций от 600 в месяц? 50? Может быть 350?

На самом деле, достаточно десяти сотрудников, включая вспомогательный персонал (бухгалтерию, курьеров, ИТ-специалистов). Если в агентстве все бизнес-процессы автоматизированы, то два персональных менеджера легко обработают более 30 заявок в день, помимо информационных запросов. А с расширением штата агентства проблем нет. На рынке сложилась ситуация, при которой работу ищет большое количество опытных высококвалифицированных сотрудников.

Их прием на работу, проверка, настройка систем бронирования занимает менее двух недель.

Конечно, не стоит отдавать заказы в руки агентства, которое не имеет опыта работы и штат которого состоит из менее чем 15–20 сотрудников. Остальное – дело техники и желания агентства вас удивить. А у менее крупных и менее известных игроков желания и мотивации всегда больше.

Опыт компания может подтвердить рекомендательными письмами клиентов и поставщиков. А квалификацию персонала можно проверить по трудовым книжкам и сертификатам, дипломам.

Обороты агентства в данном случае не столь важны. А отличия компаний с оборотом 1 млрд и 1 млн проявляются только в количестве, но не в качестве.

Что касается рисков, то если мы вспомним тех, кто уходил с рынка в последние годы, то поймем, что это были очень крупные игроки, обслуживающие известные международные и государственные компании. Агентства меньших размеров – более гибкие, менее зависимые, в частности от банков.

Нужны ли агентству прямые контракты с авиакомпаниями, членство в ИАТА и ТКП?

Ответ – нет, не нужны. Это не дает абсолютно никаких преимуществ. Даже самые крупные агентства практикуют субагентскую работу через консолидаторов вместо прямых контрактов. Такая схема работы выгоднее для агентства и для его клиентов.

Так что же тогда должно уметь и иметь агентство помимо опытного штата?

Опытных бухгалтеров, которые смогут предоставить необходимый формат первичных бухгалтерских документов, а также финансовые отчеты.

Современное онлайн-решение для заказа деловых поездок. Причем вопреки сложившемуся стереотипу продукт, на котором работает агентство, должен быть не собственной разработкой агентства, а более независимым. Дело в том, что собственные разработки удорожают услуги агентства, создают дополнительные риски и, как правило, заканчиваются невозможностью поддержки разработанного продукта и необходимостью создания нового по разным объективным причинам.

Вместе с тем не стоит зацикливаться только на онлайн-работе. Зачастую дешевле и удобнее по многим заказам, особенно срочным и сложным, работать офлайн.

Безопасное и систематизированное хранение персональных данных. Агентство как минимум должно являться оператором персональных данных, что легко проверить в соответствующем реестре Минкомсвязи.

Необходимые лицензии, юридическую чистоту, грамотного юриста для оперативного утверждения договоров и дополнений к ним. **Структуру, работающую не на обороты, а на качество сервиса.** В такой структуре персонал мотивирован. Опытный менеджер позволит сэкономить бюджет, относясь к каждому заказу как к отдельному проекту. Он ведет переговоры с поставщиками, получает специальные условия, рассчитывает логистику поездки таким образом, чтобы сделать ее удобной и экономичной.

Автоматизированные отчеты. Для этого не нужна передовая CRM-система. Достаточно иметь опытных системных администраторов, которые смогут настроить обмен данными с системами заказчика и нужный формат отчетов. Важно понимать, что затраты на все системы и разработки ложатся на плечи клиентов. Специалистов разного профиля: по авиа- и железнодорожным перевозкам, отелям, въездному и выездному туризму, визам и страховкам, сопутствующим услугам.

Собственную службу 24. Важно иметь одного или двух персональных менеджеров, отвечающих за все ваши заказы. Так называемую систему одного окна.

Удобно будет, если акционеры компании вовлечены в оперативное управление. Это дает быстроту принятия решений и адекватную реакцию на любые проблемы.

Советуем менять агентство не реже чем раз в три года, но и не чаще чем раз в год. В последние три-пять лет появилось много компаний, предоставляющих качественный сервис. Не нужно зацикливаться на известных брендах. Это не дает экономии и не улучшает сервис. Мнимые гарантии безопасности крупных игроков только увеличивают риски заказчика. У вас никогда нет точной информации, что в данный момент происходит с агентством, его руководством и акционерами.

Выбирая поставщика, знакомьтесь лично с его руководством, будущими персональными менеджерами, бухгалтерами. Не смотрите только на сайт, выписку ЕГРЮЛ и пачку рекомендательных писем.

Обязательно помимо стандартного договора подписывайте SLA. Пропишите в нем штрафные санкции.

**BUSINESS
TRAVEL
BUREAU**

**Мы делаем
мероприятие
легендой**

**Корпоративные
события под ключ:
от презентации
до конгресса**

www.btbmoscow.ru
тел.: 7 495 380 34 38



Лариса АНТОНОВА,
заместитель начальника управления
страхования путешествующих
компании «Ингосстрах».

В безопасное путешествие с «Ингосстрахом»

Стандартный полис выезжающих за рубеж покрывает медицинские расходы и медико-транспортные расходы. Пакет включает экстренную медицинскую помощь, медико-транспортную, стоматологическую помощь, репатриацию. С декабря 2015 г. полис также включает риски обострения хронических заболеваний, которые ранее не считались страховым случаем. Стандартный полис не включает травмы, полученные при занятиях активными видами спорта, не предусматривает плановые операции, не покрывает расходы на лечение онкологических заболеваний, операции на сердце. Не покрывается и обязательная вакцинация: этот вопрос при необходимости надо решить за определенное время до поездки. Например, на въезде в Кению или Танзанию всех иностранцев проверяют на наличие сертификатов о вакцинации против желтой лихорадки.

Следует отметить, что в последнее время выросла популярность внутреннего туризма. «Ингосстрах» защищает туристов не только за рубежом, но и в путешествиях по России. Летом люди едут отдыхать на Черное или Балтийское море, на Байкал, а зимой – на горнолыжные курорты: в Сочи, Шерегеш, на Камчатку.

Дополнительно к стандартному полису турист может приобрести полис страхования от несчастных случаев, застраховать свой багаж на случай потери, отдельный полис поможет компенсировать расходы, возникшие из-за отмены поездки или изменения сроков пребывания за рубежом. Можно также застраховать свою гражданскую ответственность перед третьими лицами. Этот полис рекомендуется приобрести тем, кто выезжает на горнолыжные курорты. В случае если они нечаянно кого-то сбили на трассе, страховая компания возместит пострадавшим стоимость сломанных лыж, а также компенсирует расходы на лечение. Некоторые отели требуют такую страховую защиту, чтобы обезопасить

себя на случай повреждения имущества отдыхающими. Туристам, которые занимаются активными видами спорта, следует с особым вниманием подойти к вопросу страховой защиты и приобрести полисы, включающие расширенный список рисков. Такой продукт подороже и нужен тем, кто планирует на отдыхе заняться, к примеру, серфингом, прокатиться на гидроцикле, горных лыжах или прыгнуть с парашютом. «По полису покрывается транспортировка машиной «скорой помощи» или другим транспортом с места происшествия до ближайшего медицинского учреждения, – отмечает Лариса Антонова, заместитель начальника управления страхования путешествующих компании «Ингосстрах». – Кроме того, такой полис покрывает и транспортные расходы – в случаях, когда из-за пребывания в больнице турист не смог

вовремя вылететь домой. Если же в период лечения в стационаре у туриста остались без присмотра дети, страховая компания поможет отправить их домой: компенсирует расходы на проезд, а при необходимости выделит сопровождающего». Полис страхования выезжающих за рубеж покрывает и расходы на репатриацию в случае смерти застрахованного. «Базовых стандартных программ страхования не существует. У каждой страховой компании свои правила и свои тарифы, – поясняет Лариса Антонова. – К примеру, у «Ингосстраха» нет отдельных программ, где одна включает стоматологию, другая – нет, и т. д. Наш полис покрывает все страховые случаи в преде-

лах суммы покрытия рисков. Если клиент хочет увеличить для себя сумму покрытия рисков, он должен заплатить за полис чуть дороже. То же самое, если риски заведомо высокие: к примеру, мы страхуем путешественников по высокогорному Непалу по более высокому тарифу – 5 у.е. в сутки, потому что многие люди страдают в горах от кислородного голодания». Полис можно купить в офисе страховой компании или онлайн. Причем второй вариант быстрее, удобнее и может оказаться даже выгоднее. «Ингосстрах» максимально упростил процедуру покупки полиса еще несколько лет назад, все можно оформить на сайте страховой компании буквально за пару минут и получить готовый документ по электронной почте. При оформлении догово-

навстречу и возместит ваши расходы на медицинскую помощь, оплаченную наличными средствами или банковской картой, при предъявлении чеков и квитанций. Важно помнить, что страховая защита не распространяется на несчастные случаи, произошедшие с туристом в состоянии алкогольного опьянения. Факт опьянения достаточно просто установить, поэтому будьте бдительны и не подвергайте свое здоровье опасности. Следует отметить, что в последнее время выросла популярность внутреннего туризма. «Ингосстрах» защищает туристов не только за рубежом, но и в путешествиях по России. Летом люди едут отдыхать на Черное или Балтийское море, на Байкал, а зимой – на горнолыжные курорты: в Сочи, Шерегеш, на Камчатку.

«Базовых стандартных программ страхования не существует. У каждой страховой компании свои правила и свои тарифы, – поясняет Лариса Антонова. – К примеру, у «Ингосстраха» нет отдельных программ, где одна включает стоматологию, другая – нет, и т. д. Наш полис покрывает все страховые случаи в пределах суммы покрытия рисков. Если клиент хочет увеличить для себя сумму покрытия рисков, он должен заплатить за полис чуть дороже. То же самое, если риски заведомо высокие: к примеру, мы страхуем путешественников по высокогорному Непалу по более высокому тарифу – 5 у.е. в сутки, потому что многие люди страдают в горах от кислородного голодания».

ра страхования следует обратить внимание на то, какие случаи являются страховыми, а какие – нет. И решить, требуется ли вам включение дополнительных рисков, которые несколько увеличат стоимость полиса в зависимости от конкретного повышающего коэффициента. Также необходимо обратить внимание на лимит ответственности страховщика. «Ингосстрах» рекомендует программы с покрытием не менее 40–50 тысяч долларов/евро. Такого лимита, как правило, достаточно на оплату всех расходов даже в случае госпитализации. В полисе обязательно будет указан телефон компании-партнера, работающего по всему миру или в стране, куда вы отправляетесь, доступный 24 часа в сутки, с русскоговорящими операторами. Турист обязан сразу же оповестить сервисный центр страховой компании о любом происшествии, повлекшем вред здоровью, и строго выполнять инструкции оператора. Имея полис, не нужно искать медицинскую помощь самостоятельно и оплачивать какие-либо медицинские услуги, сначала нужно получить подтверждение от специалиста сервисного центра: он сам организует лечение в стране пребывания для своего клиента в случаях, которые предусмотрены договором. Однако если имел место страховой случай, требующий экстренной помощи, а дозвониться по горячей линии не было возможности (например, это случилось в местности, где нет покрытия сети), то «Ингосстрах» пойдет

Пока, правда, доля застрахованных туристов, выезжающих на российские курорты, невелика – всего 3–5%. Это связано с тем, что еще многие просто не понимают, для чего это нужно, кто-то рассчитывает на русский авось, другие полагают, что в случае болезни им будет достаточно покрытия по полису ОМС. Однако следует учитывать, что полис ОМС не покрывает расходы на срочную эвакуацию и транспортировку, сложную дорогостоящую операцию или репатриацию. К примеру, при наличии только полиса ОМС, чтобы вызвать врача для своего внезапно заболевшего ребенка, человеку нужно будет пойти в поликлинику, отстоять очередь; в то же время при наличии полиса страхования «внутреннего» туриста, позвонив на указанный в договоре номер контактного центра, человек гораздо быстрее получит качественную помощь. Основными приобретателями данных программ являются люди, которые выезжают на российские горнолыжные курорты, а также корпоративные клиенты, часто выезжающие в командировки. «Следует знать, что с полисом «Ингосстраха» вам не придется часами сидеть в незнакомом городе в очереди в поликлинике или травмпункте: позвонив по телефону службы поддержки, вы получите медицинские услуги бесплатно и без очереди у специалиста, с которым у «Ингосстраха» заключен договор», – резюмирует Лариса Антонова.

- ♥ Деловые поездки
- ♥ Корпоративные мероприятия
- ♥ Экспертные консультации
- ♥ Современный подход
и качество обслуживания
- ♥ Зарубежные IT-технологии
- ♥ Индивидуальная статистическая
отчетность под запрос
- ♥ Персональный travel-менеджмент
- ♥ Круглосуточная поддержка
- ♥ Безопасность

Авиа и ж/д билеты • Трансферы
Визы • Экскурсии



Форумы • Конгрессы • Конференции
Семинары • VIP-обслуживание



119334, Москва, 5-й Донской проезд, д. 15/5
Тел: +7 (495) 956-41-65
Corp@intourist.ru
corp.intourist.ru

«Интурист Томас Кук»: Ваш эксперт в области делового туризма и мероприятий

«Интурист Томас Кук» как одна из ведущих компаний отрасли запускает новый образовательный проект, целью которого является формирование цивилизованного рынка делового туризма и корпоративных мероприятий в России. Для этого эксперты нашей компании будут рассказывать об особенностях туристического рынка в России и за рубежом, об интересных фактах и новинках, которые появляются в индустрии, делиться секретами бизнеса, а также поднимать насущные проблемы и показывать пути их решения. Каждый выпуск будет посвящен нескольким темам, которые вызывают наибольший интерес с вашей стороны. При этом мы предлагаем и вам участвовать в проекте и задавать интересующие вопросы, на которые мы постараемся ответить в следующих выпусках.

Диана ЕЛИСЕЕВА, руководитель направления
по продажам и развитию бизнеса департамента корпоративного
обслуживания ООО «Интурист»



В сегодняшнем выпуске рассмотрим базовые вопросы, без которых дальнейшее обсуждение будет осложнено, а именно: что из себя представляют деловой туризм и корпоративные мероприятия, чем отличаются агентства делового туризма от ТМС, какие услуги востребованы на рынке и, самое главное, можно ли обойтись без компаний, которые оказывают такую поддержку. Казалось бы, очень легко найти ответ на вопрос, что такое агентство делового туризма, а что ТМС? Последние встречи среди коллег бизнеса показывают, что нет единого мнения. Как же разобраться, в чем разница? Определим основные признаки делового туризма: во-первых, поездки сотрудников компаний с деловыми целями, во-вторых, организация корпоративных мероприятий, в-третьих, решение о командировке принимается, как правило, не деловыми туристами, а выделенными сотрудниками компании. Компании, которые осуществляют поддержку корпоративных клиентов в организации поездки и проведении мероприятий в части бронирования и выписки авиабилетов и ж/д билетов, оформления виз, бронирования отелей, трансферов и т.п., относят к агентствам делового туризма. Последние несколько лет происходит изменение требований со стороны клиентов, в первую очередь со стороны крупного бизнеса. Агентства делового туризма трансформируются в ТМС: оказывают помощь клиенту при разработке трэвел-политики, по оптимизации бюджета на деловые поездки, предоставляют подробную статистику о командировках и мероприятиях клиентов, сводную бухгалтерскую документацию, отчеты по имплементации нововведений. А также предлагают такие услуги, которые ранее сложно было представить: экскурсии, гала-ужины, программы для сплочения сотрудников компании, VIP-проходы, корпоративные мероприятия и т.д. Можно, конечно, обойтись и без услуг ТМС, но это будет сложнее и дороже. Приведу в пример историю одного из наших клиентов, который решил пройти весь путь самостоятельно для сокращения расходов. Уже на этапе подписания договора с авиакомпанией оказалось, что вносить туда изменения нельзя, а сервисный сбор за выписку был в несколько раз выше, чем по контракту с агентством. Далее, при выписке билета через сайт-консолидатор он не учел, что билет невозвратный и изменить в нем ничего нельзя. А изменения, разумеется, потребовались. Новые билеты пришлось выкупать по другой цене, к тому же и без должных документов для бухгалтерии. История дальше не продолжилась, вопрос такой «оптимизации» прекратился. Отметим, что рынок делового туризма в РФ находится в процессе становления. На рынке присутствуют разные по уровню и качеству оказания услуг компании, поэтому наша задача сделать его профессиональным и цивилизованным. Решение о работе с компаниями в сфере делового туризма принимается, как правило, с позиции «издержки-выгоды», поэтому необходимо знать не только об оказываемых услугах, их стоимости, но и опыте агентства/ТМС и наличии квалифицированных сотрудников. В следующих выпусках мы рассмотрим и другие интересные вопросы, например, как выбирать трэвел-компанию, зачем некоторые агентства работают в «ноль» и другие.

По всем вопросам просим обращаться в Корпоративный департамент ООО «Интурист»
по тел. +7 (495) 956-8935, e-mail: expert@intourist.ru



Мыслительный прогресс

НЕМНОГО ИСТОРИИ, НЕМНОГО ФИЛОСОФИИ

Прежде всего, стоит определиться с понятием, что же такое «искусственный интеллект». По мнению Джона Маккарти, американского информатика и автора этого термина, это – «наука и технология создания интеллектуальных машин, особенно интеллектуальных компьютерных программ». Немного другое определение искусственного интеллекта дано в «Толковом словаре по искусственному интеллекту» (авторы-составители: А.Н.Аверкин, М.Г. Гаазе-Ранопорт, Д.А. Поспелов). Там это «свойство интеллектуальных систем выполнять творческие функции, которые традиционно считаются прерогативой человека».

Другими словами, речь идет о некоем думающем механизме, способном не только выдавать заложенные в нем алгоритмы, но и генерировать собственные, а стало быть, готовом к обучению.

Звучит, конечно, фантастически, но вспомните автокорректор в вашем смартфоне, разве он в конце концов не запоминает изначально новое для него слово? То же самое касается поисковых запросов, в широком смысле – контекстной рекламы, онлайн-словарей. Голосовые электронные помощники вроде Apple Siri или Microsoft Cortana – тоже пока

еще не полноценный искусственный интеллект, однако еще недавно любимым развлечением многих было вести диалоги с Siri, скрины которых потом разлетались мемами по всем социальным сетям. Диалоги выглядели вполне осмысленно, кое-где программа умудрялась не просто понять шутку, но и пошутить в ответ. Понятно, что она использует только заложенные разработчиком ответы, но кто знает, как разовьется эта технология в будущем.

Недавно программа AlphaGo победила человека в игре в го. Это настольная игра на логику. Здесь, в отличие от шахмат, логически просчитать все ходы невозможно. В AlphaGo была заложена только самая элементарная теория игры в го с тем, чтобы в дальнейшем программа обучалась сама.

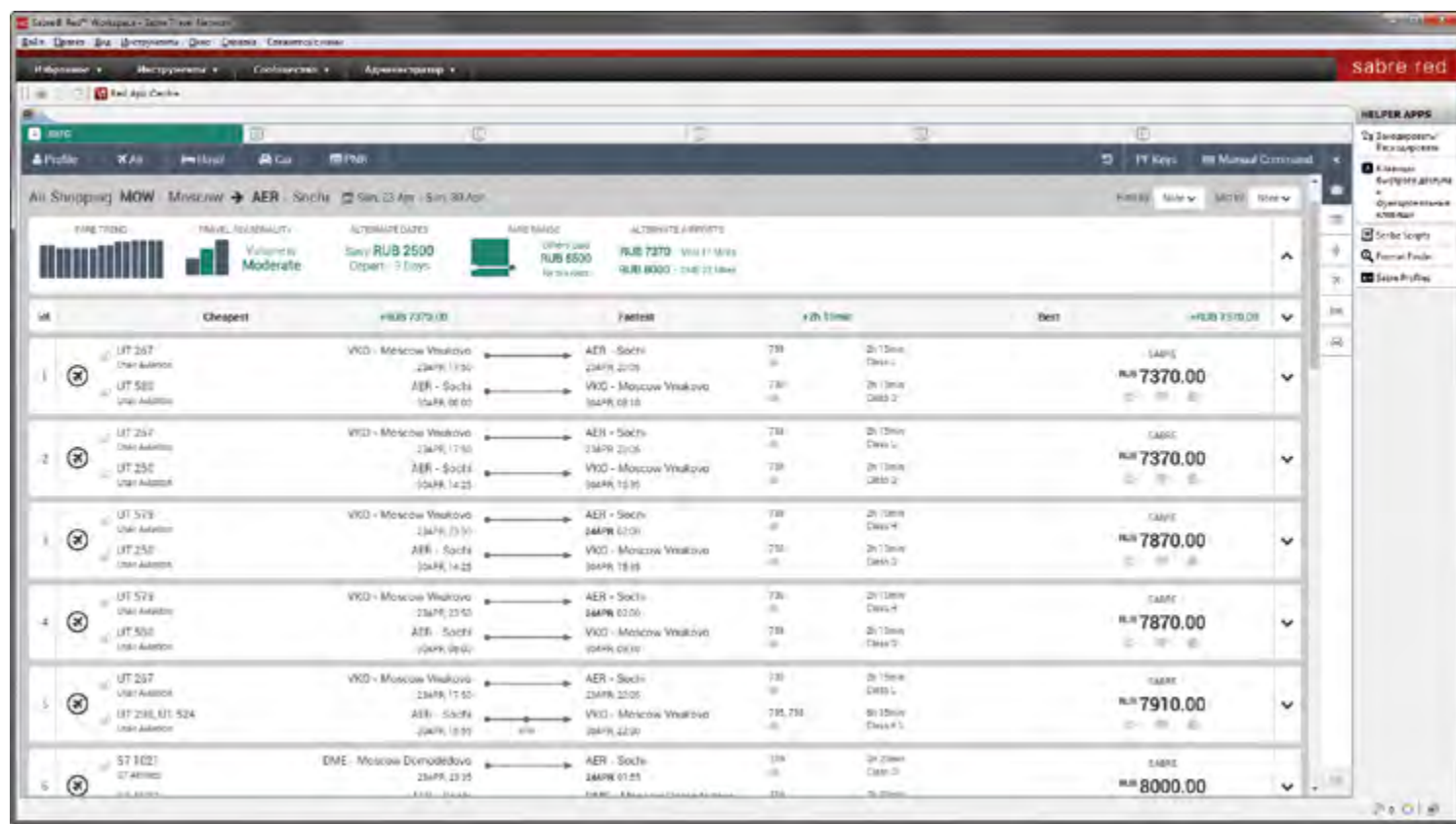
Еще одна разновидность, так сказать, бытового искусственного интеллекта – боты. Своим названием они обязаны всем знакомому слову «робот», потерявшему первый слог.

Боты – это управляемые интернет-программы, созданные под конкретные задачи. Чаще всего – рутинные и объемные, которые человек делал бы долго и не очень качественно. Например, боты занимаются рассылками, регистрациями, бота можно настроить на автоматический ответ. Есть и более продвинутые варианты программ, которые могут, скажем, играть

Еще сравнительно недавно понятие «искусственный интеллект» чаще встречалось в фантастических романах и фильмах. Чуть реже о нем говорили на научных симпозиумах как о чем-то теоретически возможном в необозримом будущем.

Однако искусственный интеллект – уже часть нашей жизни, пусть и не в том виде, в котором его представляли писатели-фантасты и голливудские сценаристы. Смартфоны, продвинутая бытовая техника, приложения и чат-боты – что это как не искусственный интеллект или, по крайней мере, его зачатки.

Подготовила Александра ЗАГЕР



Панель поддержки принятия решений с аналитическими данными в новом Sabre Red Workspace

на бирже. Чат-боты способны разговаривать с человеком (устно или письменно), выполнять его запросы, до определенного этапа консультировать по разным вопросам. Все вышеописанное нельзя назвать интеллектом в полной мере, но это вполне внятные шаги в нужную сторону.

А что будет, когда машины действительно научатся думать, предугадывать наши поступки надолго вперед, просчитывать миллионы вариантов развития событий (это, кстати, они умеют делать уже сейчас, к счастью, пока по указке человека)? Варианта два: или техногенная катастрофа, или рай для человечества.

Надо сказать, что ряд современных ученых, в числе которых и выдающийся физик Стивен Хокинг, с опаской смотрят в наше техногенное будущее. В интервью BBC он отметил, что попытки создания искусственного интеллекта, то есть думающих машин, представляют собой угрозу для человечества.

В одной из своих статей Стивен Хокинг писал, что «успехи в создании искусственного интеллекта могут стать огромным событием в истории человечества. И, к сожалению, – последним, во всяком случае пока мы не найдем способ обойти все возможные риски».

Солидарны с ним и бизнесмен, инженер, изобретатель, владелец компаний SpaceX и X.com Илон Маск и Билл Гейтс.

Такая неопределенность называется «технологической сингулярностью». То есть это некое время в будущем, точка невозврата, после которой технический

прогресс станет настолько быстрым и сложным, что окажется недоступным пониманию. Джон Мартин считал, что «проблема состоит в том, что пока мы не можем в целом определить, какие вычислительные процедуры мы хотим называть интеллектуальными. Мы понимаем некоторые механизмы интеллекта и не понимаем остальные. Поэтому под интеллектом в пределах этой науки понимается только вычислительная составляющая способности достигать целей в мире».

В принципе, если посмотреть немного назад, то для наших даже не таких далеких предков мы, получаемся, живем в этом самом моменте. Представьте, что людям, жившим, скажем, лет 250 назад, открылся наш нынешний мир. Они смогут осознать, что делает человек, держащий в руках странную штуку и тыкающий в нее пальцами? А человек, вслух разговаривающий с такой штукой и следующий ее указаниям. Они смогут осознать, что такое интернет? Телевидение? Зачем нужна социальная сеть? Как можно заплатить одним касанием телефона? Да что там – пролетающие по небу самолеты ввергнут их в панику. Так что, может быть, там, впереди, все не так уж и страшно.

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ НА СЛУЖБЕ TMC

Глава российского представительства Sabre **Анастасия Лавренюк** считает, что внедрение искусственного интеллекта – это постепенный процесс, а не еди-

норазовая установка программного обеспечения. Решения, появившиеся на заре этой технологии, эффективно применяются в агентском бизнесе, в первую очередь в виде автоматизированных алгоритмов поиска. Кроме того, за счет постоянного обучения работе с большими данными они позволяют получать комплексные аналитические выкладки и «инсайты». Благодаря этому трэвел-консультанты имеют под рукой необходимую информацию для более качественного обслуживания клиентов с меньшими трудозатратами. Сегодня такой автоматический анализ все еще более эффективен для конкретных ситуаций, подразумевающих использование специфического сценария, однако способность технологии к обучению с каждым днем расширяет ее возможности.

«При разработке решений для агентств и TMC Sabre делает ставку на автоматизацию, чтобы таким образом взять на себя выполнение некоторой доли рутинных операций по созданию бронирования и фильтрации найденных вариантов поездки, освобождая время агента на работу непосредственно с заказчиком и удовлетворение его индивидуальных потребностей. В частности, это актуально для сегмента деловых поездок, где особое внимание уделяется построению долгосрочных отношений с клиентами», – говорит она.

Анастасия Лавренюк также подчеркнула, что трэвел-менеджерам и агентам нужны решения, которые упростят их работу и могут быть легко интегрированы в привычный операционный процесс. Исходя из этого, Sabre стремится избавить трэвел-консультантов от ненужных затрат и освободить их от выполнения той части работы, которая не приносит дохода. Одним из примеров использования продвинутых аналитических технологий и автоматизации станет новое рабочее пространство Sabre Red Workspace.

В исследовании компании Phocuswright, созданном в сотрудничестве с Egenica под названием The Emerging Tech-Driven Corporate Travel Revolution отмечается, что мы стоим на пороге радикальных перемен, которые принесут программы с использованием искусственного интеллекта в процесс организации командировок. Это касается как новых интерфейсов, таких как помощники чат-боты, например, так и большей персонализации сервиса за счет способности машин быстро анализировать огромные объемы данных и предлагать людям нужные им сервисы в нужный момент.

Мобильные приложения – необходимый инструмент для современного бизнес-путешественника, причем как в дороге, так и на месте назначения. Внедрение таких технологий в компании позволит оказывать поддержку сотруднику в любой момент и практически в любом месте. Таким образом проще всего передать нужную в каждый конкретный момент информацию. Ключевое слово тут – «нужную». Глупо слать уведомление о рейсе и гейте, если человек уже сидит в самолете.



Анастасия ЛАВРЕНЮК, глава российского представительства Sabre

Мобильные технологии не просто должны быть в компании «для галочки», они имеют смысл только в том случае, если работают проактивно, максимально превосходя запросы человека. В исследовании дано максимально емкое определение качественного современного мобильного приложения для бизнес-путешественника. Оно должно быть: релевантным, территориально-ориентированным, проактивным, имеющим практическую ценность, а также своевременным. В начале статьи уже шла речь о самообучающихся механизмах. В английском языке для них есть термин deep learning. Вернее, deep learning – один из видов машинного обучения, работающий с абстрактными структурами и сам выбирающий параметры, по которым можно анализировать полученные непонятные данные. К организации командировок это тоже применимо. Тот же самый нужным образом настроенный бот может подобрать человеку рейс и отель в строгом соответствии с трэвел-политикой и учетом ряда других факторов. А в случае форс-мажоров или изменения планов быстро переиграть программу. Deep learning (DL) можно использовать и для аналитики. По мнению авторов упомянутого выше исследования, DL может помочь по-новому взглянуть на анализ данных и найти баланс между оптимизацией расходов, удобством путешественника и эффективностью командировок.

Чат-боты здесь уже неоднократно упоминались. Точно так же, как они используются в повседневной жизни, они могут быть полезны и в работе. Чат-бот может напомнить о рейсе, бронировать отель, помочь выбрать ресторан, найти что-то в незнакомом месте, напомнить о встрече, переслать документы и т.д.

«Сфера применения роботов в сегменте корпоративного туризма – это чат-боты и другие формы диалоговых интерфейсов. В их основе лежит существенный прогресс, которого удалось достичь в области обработки естественного языка (способность компьютера распознавать слова и смысл беседы) и в искусственном интеллекте (способность машины моделировать разумное поведение). Сочетание этих передовых технологий позволяет компьютеру понимать разговорную речь и отвечать пользователю, предоставляя необходимую информацию в зависимости от запроса и контекста. Например, в деловом туризме эти технологии могут быть внедрены в корпоративный инструмент бронирования, чтобы упростить процесс выбора услуг и управления поездками. В недалеком будущем, как прогнозируют эксперты, путешественники смогут использовать для бронирования поездок устройства Amazon Alexa и Google Home или такие приложения, как Skype и Slack. Например, если бизнес-турист регулярно летает «Аэрофлотом» по маршруту Москва – Сочи, технология с внедренным искусственным интеллектом сможет автоматически предложить ему наиболее подходящий рейс и даже свериться с его онлайн-календарем, чтобы пользователь успел на все запланированные встречи.

Диалоговые интерфейсы несут в себе большие возможности для построения долгосрочных доверительных отношений с заказчиками и ускорения взаимодействий между бизнесом и потребителями. Это как раз то, что особенно актуально для корпоративного туризма. Sabre активно изучает перспективные инновации, включая искусственный интеллект, которые могут найти эффективное применение в сфере туризма. Этим занимается специальное подразделение Sabre Labs – исследовательская лаборатория, которая оценивает, как новые технологии могут повлиять на развитие туристической индустрии в следующие 10 лет», – рассказывает Анастасия Лавренюк. Виртуальная и дополненная реальность – реалии, простите за каламбур, нашей жизни. Вспомните прошлое лето и толпы людей, увлеченных ловлей покемонов. Это, конечно, вполне себе тимбилдинг, однако возможности дополненной реальности этим не ограничиваются. Ее можно использовать, например, для помощи в навигации в незнакомом месте. Что касается виртуальной реальности, то с ее помощью можно познакомиться с новым местом, площадью, отелем, не выходя из собственного кабинета, экономя таким образом время и деньги.



Олег КРЮЧКОВ, генеральный директор компании EventPlatform

MICE-индустрия – это по определению работа с людьми. Участники мероприятия, удовлетворенные гибкостью и персональным подходом, – свидетельство успеха, а умение организовать такой подход – безусловное конкурентное преимущество на нашем рынке.

Но для квалифицированной работы с людьми нужны люди. Дорогой, непростой в использовании ресурс. Поэтому идея научить робота общаться с человеком столь же качественно уже не один год витает в воздухе.

Нет, это совсем не тот робот, который катается по сцене в качестве «фишечки» гала-ужина. Это персональный помощник, который понимает обращенные к нему вопросы, а еще лучше – предугадывает их. Это машина, которая способна анализировать действия пользователя, сравнивать их с действиями других пользователей, составлять персональные портреты участников и выстраивать, если позволите, «линию поведения» в соответствии с этими портретами.

Пока это выглядит фантастикой, более того, первые шаги индустрии чат-ботов (есть ведь уже многочисленные примеры построения коммуникации с участниками), как часто бывает, даже слегка охладили пыл энтузиастов. Но чат-бот – это еще далеко не искусственный интеллект, даже не первый шаг к нему. Это еще набор «безусловных рефлексов», а не мозг. Эффект и всеобщее признание подобных механизмов наступят, когда мы шаг за шагом научимся строить адаптивные коммуникационные системы, сделаем их самообучающимися и способными хотя бы к базовым приемам анализа.

Безусловно, прогресс в любой области таит в себе и опасности. Вспомните, как вас порою раздражает контентная реклама, нерелевантная или не успевающая за вашими потребностями. Как пугает само ощущение «большого брата», который отслеживает ваши действия. Путь нам предстоит долгий, но и исследования не стоят на месте. И я говорю уже совсем не про информационные технологии, которые в данном случае лишь инструмент, не более чем «нервная ткань» организма, который мы строим, а скорее про психологию и когнитологию. Но где-то там, в конце этого пути – дружелюбные, хорошо обученные и вызывающие симпатию «виртуальные помощники», настроенные на максимизацию эффекта от мероприятия, на поддержание позитивного настроения и удержание внимания участника. И которые вследствие этого значительно изменят облик самой индустрии.

Китайский MICE

Привлекая более 5500 профессионалов индустрии встреч со всего мира, выставка *ibtm china*, которая пройдет в Пекине с 23 по 24 августа 2017 г., станет событием номер один для растущей индустрии MICE в регионе. ВТ публикует интервью с Керри ПРИНС, директором по составу участников *ibtm events*, которая знает, какой сейчас рынок MICE в Китае, что ждет посетителей и участников выставки и зачем участвовать в программе *Hosted Buyers*.



Керри ПРИНС
директор по составу участников *ibtm events*

□ Каким вы видите сейчас рынок MICE в Китае?

Западные компании ищут что-то новое для себя на Востоке, Китай откликнулся на этот интерес, увидел в нем огромный потенциал и предложил себя в качестве MICE-направления. Китай по-прежнему привлекает ведущие международные гостиничные и выставочные бренды для открытия новых объектов в основных городах страны и на курортах. Новые проекты выходят на рынок с завидной регулярностью, целый ряд международных гостиничных брендов постоянно увеличивает свое присутствие здесь.

□ Какое отражение такое положение дел находит на выставке *ibtm china*?

Следуя отмеченной тенденции, площадь для экспонентов из Китая на *ibtm china* в этом году возрастет более чем на 19% по сравнению с 2016 г. Мы ожидаем, что в этом году также увеличится и число зарубежных *Hosted Buyers*.

При большом числе экспонентов со всего Китая гости выставки смогут познакомиться со многими ключевыми направлениями страны, приняв участие в презентациях, проходящих на коммуникативной площадке в *Destination Pavilion*. Для того чтобы посетителям выставки проще было открыть для себя этот рынок, разработана обширная программа по установлению контактов и образовательные сессии, нацеленные на рассказ о том, как вести бизнес в Китае.

Мы продолжаем наблюдать рост числа участников со всего Китая и в 2017 г. мы предложим посетителям выставки расширенную экспозицию по стране. В связи с этим очень важно, что мы даем нашей международной аудитории ноу-хау, необходимое для лучшего ведения бизнеса в регионе. В нашей *Knowledge Programme* представлено целое расписание сессий, также мы позаботились о мероприятиях, призванных обеспечить установление деловых контактов и принести всем посетителя выставки максимальную отдачу от участия в ней.

Мы рады представить такую динамичную и яркую страну, как Китай, целому ряду новых международных гостей выставки в этом году.

□ Можете ли вы рассказать, кто участвует в *ibtm china*?

Это китайские и международные площадки для мероприятий, отели, курорты, технологические компании, организаторы деловых поездок и поставщики услуг для мероприятий. Выставка привлекает *Hosted Buyers*, профессиональных заказчиков, организаторов мероприятий и всех тех, кто участвует в процессе принятия решений в индустрии проведения встреч, организации мероприятий, конференций, поощрительных поездок как на внутреннем рынке, так и на международном уровне. На выставке также присутствуют турагенты, бронирующие деловые и групповые поездки.

□ Расскажите о программе *Hosted Buyers*

Мы используем специальные технологии, чтобы свести вместе экспонентов и участников программы *Hosted Buyers*. Мы помогаем организовывать для них индивидуальные встречи один на один. Наши технологии обеспечивают налаживание наиболее эффективных деловых связей. Сервис по организации встреч один на один в сочетании с информацией, предназначенной снабдить участников выставки передовыми знаниями о новейших тенденциях в области технологий организации событий, планирования, устойчивого развития и многого другого дает нашим *Hosted Buyers* эффективную отдачу от посещения выставки и гарантирует, что их время потрачено с большой пользой.

Программа мероприятий на выставке специально разработана так, чтобы гарантировать, что будет предложена наилучшая среда для ведения бизнеса. Участники этой программы получают персональное расписание встреч, приглашения на образовательные сессии и мероприятия по налаживанию контактов, доступ в VIP-лаунж. А также – бесплатную поездку на выставку, трансферы и проживание в отеле категории 4 или 5 звезд. Претенденты на статус *Hosted Buyers* должны подтвердить свои полномочия на организацию мероприятий с участием ведущих международных поставщиков.

□ А что представляет собой ваша *Knowledge Programme*?

Привлекая более 5500 высокопоставленных международных и китайских участников рынка MICE каждый год, эта программа является одной из основных привлекательных черт выставки.

Число участников образовательных сессий в 2016 г. возросло по сравнению с предыдущим годом на 40%.

Учитывая, что рынок MICE в Китае все еще находится в относительной стадии становления и растет по экспоненте каждый год, у участников нашей выставки огромный спрос на знания. Свидетельством чему является растущая популярность *Knowledge Programme*. С помощью этой программы мы стремимся предложить нашим участникам возможность получить новые знания, мотивации и вдохновение.

Образовательные сессии в прошлом году были столь успешны, что в этом году на *ibtm china 2017* мы расширяем программу.

Будут проведены мероприятия на злободневные и актуальные темы, представляющие живой интерес для индустрии MICE. Вскоре мы сообщим о программе более подробно.

Для получения дополнительной информации посетите сайт
www.ibtmchina.com.



Без права на ошибку

Любое предложение услуги бизнес-путешественнику – как река, куда нельзя войти дважды; следует быть уверенным на 100%, что предложенное понравится. Москва остается одной из крупнейших деловых столиц мира, и изрядную долю въездного турпотока составляют гости, посещающие город с деловыми целями.

Андрей ФЕДОРЕНКО
начальник службы консьержей отеля «Балчуг Кемпински Москва»,
казначей РОО «Золотые Ключи Консьержей»

Время, как известно, деньги. Для деловых людей это особенно актуально, поэтому в работе с ними важно быть пунктуальным. Если заказано такси – автомобиль подавать заранее. И точно к дверям отеля, а не оставлять его в 20 метрах. Кофе должен быть идеальной температуры; завтрак, который клиент попросил принести в номер в 7.05 утра, – доставить ровно в 7.05! А не в 6.50 или в 7.15. Разбудить в 6.30 – значит, в 6.30, а не в 6.32. Здесь нет мелочей, на которые турист может не обратить внимания: в отпуске люди более расслаблены. У бизнесменов же каждая минута на счету: в деловых визитах они следуют заранее распланированному графику и не готовы отвлекаться на бытовые вопросы.

УДИВИ МЕНЯ!

Поскольку персональных ассистентов деловые постояльцы на время поездок за рубеж зачастую оставляют в своей стране, часть их функций берет на себя персонал принимающего отеля, в том числе и служба консьержей. В данном случае очень важно предвосхищать пожелания: деловым людям некогда заниматься мелочами, они мыслят другими масштабами. Так что приходится догадываться, что именно им потребуется. На основании лаконичных пожеланий, жестов, настроения, или вообще – по одному лишь вопросу гостя. Попросили заказать столик в ресторане? Консьержу стоит определить: для деловой или конфиденциальной встречи, неформальной беседы с давно знакомыми коллегами или же отдыха с друзьями? Если не угадаешь – людям будет некомфортно в неподходящей обстановке. Причем «не угадать» можно не только с выбором ресторана, но даже с положением столика в зале. Похожая ситуация с подбором спектаклей для вечернего досуга: авангард не каждый бизнесмен оценит. Для ценителей классики беспроигрышными вариантами остаются опера и балет. Если заказывают гида, чтобы показать деловым партнерам город, – значит, одежда экскурсовода должна соответствовать дресс-коду. И рассказывать он должен сжато и емко, но интересно и желательно коротко. Деловые гости отелей очень ценят, когда им предлагают и организуют что-то, о чем они сами не слышали. Например, открылся не относящийся к определенной авиакомпании VIP-lounge в международном аэропорту, куда консьерж способен организовать доступ. Если отель ориентируется на деловых путешественников, запасные зарядные устройства для телефонов и ноутбуков всех видов в отделе работы с гостями должны быть в широком ассортименте. Планшеты в аренду, желательно, тоже.

В отеле «Балчуг Кемпински Москва» мы предлагаем все перечисленное, при необходимости выдаем ноутбук.

НИКОГДА НЕ ГОВОРИ «НЕТ»

Деловые гости не любят, когда им отказывают. Вернее, всегда можно объяснить, что предоставить то или иное не представляется возможным, но именно объяснить и предложить альтернативное решение. Бизнесмены прекрасно понимают, что консьерж как гражданин этой конкретной страны способен сделать практически все, что в его силах, при этом законно и этично. Но луну с неба достать – нереально, и это гости тоже поймут. Только вот категоричное «нет» будет восприниматься отрицательно. Также подчеркну, что, в отличие от общения с туристами, скорость отклика на запрос делового путешественника должна быть моментальной. То есть, если запрошен столик в ресторане на завтрашний вечер, – звонить в ресторан нужно в ту же минуту. И немедленно оповестить клиента, что заявка выполнена. Повторюсь, у бизнесменов в их плотном графике нет ни времени, ни желания напоминать об этом самим, лишний раз подходить на стойку консьержей за уточнениями и т.д. Тогда как туристы не имеют ничего против, оставив пожелания консьержу утром, отправиться на экскурсию и получить ответ чуть позднее.

НА ЧТО СПОСОБНЫ КОНСЬЕРЖИ?

Многие думают, что наша работа сводится к заказу билетов и экскурсий. Отнюдь. Консьержи порой делают, казалось бы, невозможное. Причем в деловой сфере – в том числе. У нас был случай, когда мою коллегу, также представителя ассоциации «Золотые Ключи», иностранные гости попросили позвонить в одну из крупнейших российских государственных компаний и запросить беседу с кем-нибудь из руководящего состава: мол, мы бы хотели кое-что предложить компании. Консьерж сделал гораздо больше: «вышел» на ответственное лицо и организовал личную встречу. Встреча успешно состоялась, и более того, стороны заключили серьезный контракт. В результате в головной офис группы отелей «Кемпински» пришло благодарственное письмо. Настолько восторженное, что оно дошло до президента компании, который, в свою очередь, лично поблагодарил консьержа за прекрасную работу. Самое показательное в этой ситуации – то, что профессиональный консьерж всегда делает все возможное, чтобы помочь вне зависимости от масштаба поставленной перед ним задачи. Даже той, которая кажется невыполнимой.



Регата – один из самых популярных видов тимбилдинга в Сочи



Безопасные, но захватывающие дух приключения на Орлиных скалах

© Все фотографии предоставлены компанией «Фордевинд»

В городе **Сочи** MICE разный очень

Каждая российская компания хоть раз выбирала Сочи как MICE-направление. Хорошо, почти каждая. На прошедшем недавно форуме Travel into the future среди трендов рынка был и такой: «В Сочи, потому что больше некуда». О привлекательности площадок Сочи и окрестностей, как морских, так и горных, мы писали не раз. Но площадка – только половина дела, самое главное – варианты ее использования. «Фордевинд» – сочинская DMC- и event-компания – любезно согласилась рассказать о некоторых своих программах в регионе.

Подготовила Александра ЗАГЕР

ТИМБИЛДИНГИ, ПРИКЛЮЧЕНИЯ И ОТДЫХ НА ПРИРОДЕ

Как известно, пережитые вместе яркие эмоции сплавляют коллектив куда лучше иных тренингов. А для их получения отлично подходят приключенческие и «экстремальные» тимбилдинги компании «Фордевинд». Слово «экстремальные» неслучайно взято в кавычки, несмотря на захватывающие дух переживания, все испытания абсолютно безопасны для участников, даже самых неподготовленных.

Сочи прекрасен не только своими горами и морем, но и тем, что дикая девственная природа располагается здесь совсем рядом с цивилизацией. Если хочется посмотреть на Сочи сверху, совершенно необязательно подниматься для этого в воздух. Достаточно зайти (или захватить) на **гору Большой Ахун**, что находится сравнительно недалеко от центра города, в междуречье рек Агуры и Хосты, и любоваться открывающимися видами. На самой высшей точке горы (663 м над уровнем моря) расположилась дивной красоты смотровая башня. Башню построили в 30-е годы XX в., но смотрится она так, словно стоит тут не первую сотню лет. Однако просто так идти на гору – скучно, гораздо интереснее сделать из этого приключение. Например, такое: подняться на автобусе до высшей точки, попить на горе вкусного травяного чая с вареньем из грецких орехов, а потом отправиться вниз по тропинке к подножию горы сквозь колхидский лес к Агурским водопадам. Затем, налюбовавшись водопадами и искупавшись, пройти по Агурскому ущелью к его началу у ресторана «Кавказский аул». Это культовое место еще с советских времен. Говорят, что идею создания ресторана подал Юрий Гагарин, а проект нарисовал Алексей Леонов.

При желании маршрут можно пройти наоборот – начать подъем от «Кавказского аула» и закончить чаепитием на горе Ахун.

«Фордевинд» предлагает и более крутой маршрут – идеальный тренинг для сплочения коллектива. Старт от «Кавказского аула», вверх по реке и чуть не доходя водопадов, подъем вверх по правой отвесной стене Агурского ущелья – **Виа Феррата на Орлиных скалах**. Это 125 м над уровнем реки и 379 м над уровнем моря. Маршрут оборудован стационарно закрепленными страховочными тросами, скобами-ступенями, переправами и мостиками. Для подъема по скале не требуется специальной физической и технической подготовки. Разумеется, участников сопровождают профессиональные гиды-скалолазы. Как правило, наверху всех участников похода ждет прекрасный пикник с видом на гору и покоренное ущелье.

Другой вид приятного экстрима – **регата**. Во-первых, это красиво. Во-вторых, помимо острых ощущений (при хорошем ветре) дает некоторые

базовые навыки управления яхтой. В зависимости от целей мероприятия регата может проходить как на спортивных парусных яхтах, вместимостью 4–5 человек, так и на крейсерских парусно-моторных яхтах вместимостью до 10 человек. Соревнования проводятся в открытом море, где устанавливается специальная трасса с маркировочными буйками. В ходе гонки профессиональные шкиперы контролируют процесс управления яхтой и соблюдение правил.

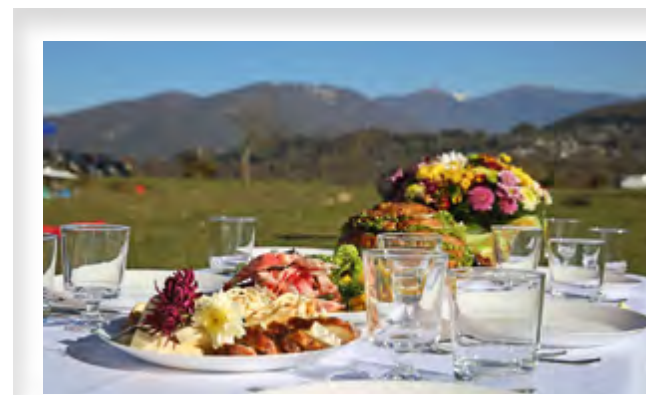
Для тех, кому просто регата уже наскучила, компания «Фордевинд» предлагает **«Морской квест на яхтах»** с ориентированием по древним картам и поиском пиратских сокровищ. Здесь придется не только управлять парусным судном, но и много плавать и глубоко нырять, ведь пираты всегда хорошо прятали свои клады.

Горный кластер Сочи – неисчерпаем с точки зрения проведения разного рода тимбилдингов. В горах «Фордевинд» проводит **«Гонку победителей»** – это тимбилдинг с несколькими этапами, на которых команды зарабатывают очки, участвуя как в спортивных, так и в интеллектуальных сражениях. Для любителей зимних видов спорта здесь устраивают **«Соревнования по биатлону»** на Олимпийском биатлонном стадионе. Программа максимально приближена к настоящим соревнованиям! Стреляют участники из аналогов биатлонных винтовок, только лазерных. Безопасность прежде всего! Длина и сложность трассы адаптирована под уровень подготовки группы.

Также зимой пользуются популярностью **«Неолимпийские игры»**. И действительно, сложно представить себе в официальной олимпийской программе бег на снегоступах, мини-хоккей в валенках на снегу, забеги на командных лыжах или патрульную гонку (бег внутри гусеницы). В программе много веселья и смеха, но спортивного азарта и вовлеченности не меньше, чем на настоящих Олимпийских играх.

Летом в горах есть другая интересная программа – **«Школа спасателя»**. Несмотря на то что она рассчитана на один день, участники успевают получить базовые навыки выживания в горах: учатся наводить переправу, ориентироваться на местности и по компасу, ставить палатки, разводить костер, когда сыро и мало дров, оказывать первую медицинскую помощь. Это программа бывает разных уровней сложности в зависимости от физической подготовки и желания участников.

Любители острых ощущений по достоинству оценят **«Скайпарк»** – парк приключений на высоте. Здесь можно пройти по самому длинному в мире пешеходному подвесному мосту Скайбридж (439 м), прыгнуть с высоты 207 или 69 м, пролететь над ущельем на зиплайне, пощекотать себе нервы на высотных качелях SochiSwing. «Скайпарк» является прекрасной площадкой для приключенческого квеста. «Фордевинд» проводит здесь



Одной из специализаций компании «Фордевинд» является организация пикников. Провести пикник практически где угодно и как угодно – для них не проблема. Весь инвентарь – от столов, шатров и мангалов до фразе и мелкой кухонной утвари у компании собственный. А мобильная игротка – стильные наборы игр и головоломок для тимбилдингов и активных развлечений – прекрасно дополняют пикниковые программы.

квест «Четыре стихии», включающий в себя рафтинг, джиппинг, подъем по Виа Феррата и развлечения в парке. Впечатления – незабываемые, вера в свои силы – практически безграничная.

КВЕСТЫ. АКТИВНЫЕ, КУЛИНАРНЫЕ, ТВОРЧЕСКИЕ, РАЗНЫЕ

Кулинарные мастер-классы с каждым годом набирают популярность, а местные кулинарные традиции ее никогда и не теряли. Неудивительно, что такого рода мероприятия интересны очень многим корпоративным заказчикам. Однако просто так учиться готовить шашлык или запекать рыбу не очень интересно. А вот сначала добыть себе еду и инвентарь для готовки, а уж потом готовить – куда лучше. «Фордевинд» предлагает своим гостям и такой формат. Участники делятся на команды, получают определенные задания, а за их выполнение – «деньги-кулинарики». Их можно потратить на специально созданном рынке, где продаются и продукты, и оборудование для готовки, и приправы. В зависимости от количества «кулинариков» блюда у команд получаются разными, но неизменно вкусными.

По тому же принципу проводится и другой интересный квест – **«Кавказская пленница»**. Обычно его проводят на территории курорта «Роза Хутор». Все задания квеста взяты из одноименного фильма: участники стреляют по мишеням огурцами из рогатки, участвуют в гонках на осликах. Каждый конкурс приносит им деньги, которые можно потратить на «Колхозном рынке», также специально созданном для программы. Там продаются сувениры: чай, мед, чурчхела, сухофрукты, фигурки из дерева. Квест **«Тайна курорта»** – поиск сокровища, скрытого где-то в горах, согласно старой легенде. Выполнение заданий на свежем горном воздухе помогает участникам развеяться и оздоровиться. За каждое выполненное задание они получают в награду «молодость», «долголетие», «позитив», «энергию», «здоровье», то есть составляющие здорового образа жизни. В финале они должны найти тайник, находящийся на вершине горы.

Для тех, кто не расстается с гаджетами или просто любит фотографию, подойдет **«Фотоквест»**. Он может проходить в разных локациях – и в Сочи, и в Красной Поляне, и в Олимпийском парке. Команды посещают различные достопримечательности, с помощью подсказок находят секретные места, делают там креативные необычные фотографии на заданные темы. Команда-победитель определяется путем голосования. Причем это может быть как интернет-голосование на специально созданном инстаграм-аккаунте, так и обычное. Для последнего фотографии распечатываются и выставляются, а участники голосуют, стикерами обозначая свой выбор. Для фотоквестов прекрасно подходит этнографический комплекс **«Моя Россия»**, расположенный на курорте «Роза Хутор». На его территории в 3,3 га

находятся 11 тематических павильонов, посвященных таким регионам России, как: Кавказ, Суздаль, Центральная Россия, Москва, Краснодарский край, Санкт-Петербург, Русский Север, Казань, Урал, Сибирь и Бурятия. В каждом павильоне можно узнать о культуре и традициях региона.

Для MICE-групп здесь интересно проводить творческие мастер-классы, концептуальные тимбилдинги, например по мотивам фильма «Иван Васильевич меняет профессию», а также кулинарные квесты и тематические вечеринки.

«ЗЕЛЕНЫЙ» И СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННЫЙ MICE

В одном из районов Сочи в Хосте находится знаменитая **«Тисо-самшитовая роща»**. Это часть Кавказского государственного заповедника, живой музей с древней реликтовой растительностью доледникового периода, возраст которой более 30 млн лет. Здесь вместе с другими редкими краснокнижными видами произрастает и самшит колхидский – вечнозеленое, суперпрочное дерево, древесина которого тонет в воде. Его называют железным деревом. Несколько лет назад здесь случилась экологическая катастрофа – почти весь самшит погиб из-за завезенного в Сочи чужеродного вредителя – самшитовой огневки. Компания «Фордевинд» совместно с Кавказским государственным заповедником запустили социальный проект по восстановлению самшита, в рамках которого корпоративные группы смогут посадить на территории заповедника саженцы настоящего реликтового самшита и взять над ними шефство. Это интересное, необычное и полезное мероприятие, которое поможет не только сплотить коллектив, но и почувствовать себя причастным к большому и важному делу.



«Приключение «Путь к вершине» способствует укреплению командного духа»

Джиппинг позволяет не только получить острые ощущения, но и полюбоваться природой

Игровой инвентарь для развлечений на пикниках



Аллея в тисо-самшитовой роще

РЕЖИМ ПЕРЕЗАГРУЗКИ В УНИКАЛЬНЫХ МЕСТАХ

Иногда времени на перезагрузку и инсентив совсем мало, а сил на активные программы уже не осталось. Тогда имеет смысл поехать в комплекс «Рыбино», что находится недалеко от Красной Поляны, у подножия горы Ачишхо, в самом сердце заповедных кавказских лесов. Ощущение, что вы попали в сказку, начнется ровно с той минуты, как вы войдете в ворота комплекса. Сочная зеленая трава, пруды, полные речной форели, родники, из которых течет в буквальном смысле слова живая вода из горных ледников, полное отсутствие показной роскоши, с тем чтобы подчеркнуть природные красоты этого места – чем не сказка? Комплекс работает круглый год, здесь есть гостевой дом, летние беседки для отдыха, открытые террасы, уютный бар с большим камином, а также настоящая пацха, выполненная в стиле лучших кавказских традиций.

В комплексе есть живой уголок и фазанарий, где можно познакомиться с различными представителями фауны Кавказского заповедника. Сюда приезжают порыбачить, попробовать фирменной ухи и запеченной в фольге форели, проехать на лошадях в горы. При желании можно устроить турнир по горной рыбалке, а потом кулинарный мастер-класс по приготовлению улова. В «Фордевинд» это называют активным пикником.

Новая площадка в Сочи – агротуристический комплекс «Ферма Экзархо» – находится в районе Мацесты на высоте 450 м над уровнем моря. Агротуризм в последнее время набирает обороты, а соприкосновение с живой (во всех смыслах этого слова) природой «перезагружает» порой лучше иных спа-процедур. На ферме можно полюбоваться выводкой лошадей, научиться самостоятельно их седлать и расседлывать, более того, можно даже устроить такое соревнование. Гостей здесь учат ездить верхом и в этот же день устраивают небольшие заезды на скорость. Можно уйти в поход на лошадях в горы, это всегда приключение.

Всегда весело проходит тимбилдинг, где участникам надо загнать в стойло козлят. А потом их можно покормить молоком из бутылочки, это занятие невероятно умиротворяет.

На «Ферме Экзархо» можно и нужно попробовать ее продукцию. Поэтому без дегустации фермерских продуктов – сыров и молока – гости не уезжают почти никогда. Здесь, кстати, можно организовать пикник, совместив его с любым упомянутым выше видом активности.

ПО СЛЕДАМ ОЛИМПИАДЫ

Инфраструктура **Олимпийского парка** позволяет проводить события действительно любого масштаба, причем иногда площадкой служит непосредственно Олимпийский парк. Так, здесь можно провести мастер-класс с участием олимпийского чемпиона, соревнование, флэш-моб или квест, в ходе которого участники прикоснутся к истории зимних Олимпийских игр, выполняя интерактивные задания на олимпийскую тематику.

Для проведения делового или торжественного мероприятия вполне может подойти «Ледяной куб», арена для керлинга. Это сравнительно небольшая площадка по меркам Олимпийского парка, однако вместимость трибун составляет порядка 3000 человек, а площадь керлингового центра занимает территорию размером 30х60 м.

Для торжественных мероприятий лед закрывают специальным покрытием или, если речь идет о лете, снимают. При желании здесь можно провести корпоративный турнир по керлингу.

«Адлер-Арена» – идеальная площадка для организации больших конференций и гала-ужинов, а также для проведения крупных ивентов и тимбилдингов для больших групп.

Почувствовать себя крутым гонщиком, выплеснуть адреналин и удовлетворить свою тягу к скорости можно на сочинском автодроме, покатавшись на спорткарах по трассе «Формулы-1». Это могут быть как гонки, так и тест-драйв, для самостоятельного вождения понадобятся права и медицинское освидетельствование. Прокатиться можно на машинах марок Porsche, Ferrari, Mitjet, BMW, Mercedes. Здесь проходят автотимбилдинги. Участники в настоящих гоночных боксах строят свои «спортивные болиды», а затем на гоночной трассе используют их в тестовых заездах и соревнованиях на скорость и дальность.



Мероприятия в Олимпийском парке и на автодроме

Соревнования по биатлону



Мы откроем для Вас любые двери на Мальте!

Вы получите «Полный доступ (статус AAA)» от «Конвеншенс Мальта» – официального MICE бюро Мальты, Гозо и Комино. Потому что все, что возможно нам, возможно и для Вас. Мы сделаем ВСЕ, чтобы сделать Ваше мероприятие успешным. Ужин во дворце? Коктейль в форте? Семинар во время круиза вокруг островов? Мы найдем именно то, что нужно Вам здесь на Мальте, всего в нескольких часах перелета от Москвы.

Welcome
Aboard

www.conventionsmalta.com | mice@malta.ru | +7 495 2231506



Средневековый город-крепость Мдина

ИНТЕРНЕТ
 XARA PALACE 5*:
WWW.XARAPALACE.COM.MT
 XARA LODGE:
WWW.XARAPALACE.COM.MT/EN/THE-XARA-LODGE
 PALAZZO DE PIRO:
WWW.PALAZZODEPIRO.COM
 MALTA FAIRS AND CONVENTION CENTRE/MFCC:
WWW.MFCC.COM.MT
 CORINTHIA PALACE HOTEL AND SPA 5*:
WWW.CORINTHIA.COM
 PALAZZO PARISIO:
WWW.PALAZZOPARISIO.COM

Деловая Мальта. Мдина и ее окрестности

Одно из важных преимуществ Мальты в том, что в силу небольших размеров этого островного государства при размещении участников мероприятий они в любом случае окажутся недалеко от мест их проведения. Время в пути до них составит максимум полчаса, а в центральной части Мальты и того меньше.

Подготовил Александр ПОПОВ

Столицей центральной Мальты можно условно назвать средневековый город-крепость Мдину, стоящий вдали от суеты главного города страны, Валлетты, и основных курортных зон. Это бывшая столица Мальты. Город входит в список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО. От аэропорта сюда ехать 20 минут.

Кажется, что время замерло на узких улочках Мдины. Ее называют городом тишины. Только ее жителям разрешено здесь ездить на автомобилях, да и то не везде. История Мдины прослеживается в глубину истории примерно на 800 лет, а еще раньше, по преданию, поблизости три месяца прожил в гроте апостол Павел. Он оказался здесь после кораблекрушения у берегов Мальты, по пути в Рим, куда его везли на суд. В этом гроте можно побывать.

Мдина – один из лучших примеров древнего города-крепости. В его облике гармонично сочетаются мотивы средневековой и барочной архитектуры. Представители древнейших аристократических семей Мальты живут в городе и сейчас. История старейшего из них семейства Игуанес начинается в XIV в. Мдина очень интересна как место для экскурсий. По-

бродить по ее тихим узким улочкам – одно удовольствие. Замечательная панорама острова открывается с Бастионной площади, на которую выходит главная улица города – Villegaignon street.

Один из немногих в Мдине – «Шара Палас» 5* (Xara Palace 5*) – небольшой элегантный отель класса «люкс», входящий в престижную гостиничную ассоциацию Relais et Chateaux. В историческом палаццо обычно размещаются туристы-индивидуалы, мини-группы и корпоративные клиенты. Все 17 номеров индивидуально обставлены антикварной мебелью. Здесь возможно проведение камерных деловых встреч, для чего предназначены две переговорные комнаты, где могут разместиться до 18 человек. «Шара Палас» – обладатель нескольких престижных наград и призов в области гостиничного бизнеса.

На окраине Рабата, пригорода Мдины, стоит филиал отеля – просторная бутик-усадьба «Шара Лодж» (Xara Lodge), выстроенная в традиции мальтийских загородных домов. Здесь можно одновременно принять до 320 делегатов. «Шара Лодж» хорошо подходит для мероприятий разных масштабов и видов: от корпоративов до конференций, презентаций, показов мод и многого



© viewingmalta.com

Роскошные палаццо служат прекрасными площадками для торжественных мероприятий



Палаццо де Пиро

© viewingmalta.com Anna Runefelt



Палаццо Паризио

© viewingmalta.com

другого. Проведение мероприятий с питанием возможно как внутри помещения, так и на открытом воздухе. Замечательная панорама острова открывается с веранды ресторана. Роскошный бассейн можно использовать для программ тимбилдинга.

Дворец Палаццо де Пиро (Palazzo de Piro) XVII в. – еще один культурно-деловой центр в Мдине. Внутреннее пространство дворца можно трансформировать. Здесь проводятся самые разные корпоративные мероприятия: от деловых встреч и семинаров до приемов и банкетов. Рабочие помещения оборудованы новейшей звуковой техникой и обладают прекрасной акустикой, при этом колонки искусно вмонтированы в интерьеры и не бросаются в глаза.

Недалеко от Мдины расположен многофункциональный Мальтийский центр выставок и конференций/МЦВК (Malta Fairs and Convention Centre / MFCC). Это крупнейшее в островном государстве место проведения конференций, выставок, гала-ужинов, концертов, ярмарок, автомобильных шоу, показов мод и многого другого. Павильон площадью около 6500 кв. м похож на огромный шатер с крышей-тентом. Раньше она использовалась для укрытия временной Уэмбли-арены вместимостью до 7500 мест в Лондоне. МЦВК имеет необходимое оснащение и сценическое оборудование для проведения мероприятий самых разных форматов благодаря возможности трансформации его внутреннего пространства, будь то выставка, ярмарка, церемония награждения или частный концерт. Максимально здесь могут разместиться до 10 тыс. человек. Рядом – Национальный парк, Национальный стадион, овощной рынок «Питкалия».

В 10 минутах езды от Мдины, в тихом городке Аттард (Attard), недалеко от дворца Сан-Антон, где находится резиденция президента Мальты, стоит элегантная гостиница Corinthia Palace Hotel and Spa 5* примерно на 300 мест. Изначально это была роскошная вилла XIX в. с импозантным дизайном и прекрасным садом. За истекшее время здесь побывало немало высокопоставленных гостей. Сегодня это роскошный отель-дворец международного бренда Corinthia, где есть семь рабочих помещений для проведения деловых мероприятий. К услугам постояльцев бесплатный Wi-Fi, номера повышенной категории для организаторов групп без доплаты.

На сайте corinthia.com можно создать специальную страницу под конкретное мероприятие.

Одно из самых лучших мест на Мальте для проведения торжественных ужинов, приемов и других престижных мероприятий – роскошное палаццо Паризио (Palazzo Parisio) XVIII в. в городе Нашшар (Naħħar). Это своего рода мини-Версаль. Очень красивы золоченый Большой бальный зал, лестницы из каррарского мрамора, семейная часовня... Дворец окружают сады и оранжереи. Палаццо Паризио находится в семейном владении, здесь есть несколько отличных ресторанов и собственная служба кейтеринга. В Большом бальном зале могут разместиться 120 человек для гала-ужина или до 500 человек на приеме с использованием всех общих помещений на первом этаже. В особых случаях может быть задействован прекрасный дворцовый сад.



Отель «Шара Палас» 5* (Мдина)

© viewingmalta.com Rene Rossignaud



© viewingmalta.com Anna Runefelt



© Österreich Werbung, Photographer: Popp Hackner

Вена сама по себе может стать отличной площадкой для инсентива

Австрийский инсентив

Австрия может стать отличным направлением для разного рода инсентивов и тимбилдингов. Судите сами. Страна удобно расположена в центре Европы: из любой точки европейского континента до Австрии не более четырех часов полета. В австрийских городах есть шесть аэропортов. Очень разнообразная и чистая природа сочетается с отлично развитой отельной базой и транспортной инфраструктурой. А хорошее соотношение цены и качества услуг неизменно подкрепляется гостеприимством и доброжелательностью жителей. Австрия хороша для инсентивных туров и тимбилдинга как зимой, так и летом. В каждой из девяти федеральных земель Австрии есть свои конгрессные бюро, которые бесплатно консультируют компании и туроператоров и помогают организовать подобные программы.

Подготовила Ирина КЛИМЕНЧО

ВЕНА И ВОКРУГ СТОЛИЦЫ

Столица Австрии – **Вена** – и ее окрестности предлагают большое разнообразие для инсентивных программ. Так, это может быть командная игра типа «поиска сокровищ», но с применением современных GPS-систем и с различными заданиями для отдельных групп участников. Такая командная игра заканчивается осмотром винодельческого хозяйства, которыми так славится Вена, дегустацией местных вин, общением с виноделами и совместным ужином.

Или вот еще один пример подобных программ: выезд из Вены на прогулочном пароходе по Дунаю вдоль красивейших ландшафтов Нижней Австрии, прибытие в один из самых значимых памятников в стиле барокко – комплекс бывшего епископства **Мельк (Stift Melk)** и знакомство с его культурно-историческими сокровищами. Затем прогулка по виноградникам с дегустацией региональных вин и отличным обедом.

Для заинтересованных групп есть возможность организовать пешие походы по одному из участков паломнического пути **Св. Иакова (Jakobsweg)**, который проходит по живописным берегам Дуная. Например, один из отрезков этого пути протяженностью 49 км соединяет две выдающиеся культурные достопримечательности Австрии – бывшие епископства **Fömmel (Stift Goettwaig)** и Мельк.

В зимнее время, с декабря по февраль, в **Земмеринге (Semmering)**, который находится совсем недалеко от Вены, предлагают веселые заезды по трехкилометровой природной санной трассе. После нескольких спусков и наслаждения зимним днем группа подкрепляет свои силы в ресторанчике прямо на склоне.

ЗАЛЬЦБУРГ И ЗАЛЬЦБУРГЕРЛАНД

Отличные возможности для инсентива и тимбилдинга есть в городе Моцарта **Зальцбурге** и в окрестном регионе **Зальцбургерланд**. Так, на красивом озере **Фушльзее** группы отправляются в путешествие на лодках по озеру и пешком по его окрестностям, чтобы выполнить самые различные задания: спортивное ориентирование на местности, взаимопомощь, спасение «пострадавшего» товарища и т. д.

Большой популярностью пользуются также курсы скалолазания по подготовленным трассам (такой вид спорта называется Klettersteigen), которые позволяют практически всем желающим без специальной предварительной подготовки взобраться на гору и завершить такой спортивный подъем в одном из уютных горных ресторанов. Перед подъемом группа проходит специальный инструктаж и ее сопровождают опытные инструкторы.



© Österreich Werbung, Photographer: Weinhaeupl W.

На озере Фушльзее в Зальцбурге можно организовать интересные водные квесты

НА САМОМ ЮГЕ АВСТРИИ

Самая южная федеральная земля Австрии – **Каринтия** – предлагает инсентивные программы буквально «между водной гладью и горами», ведь здесь около 200 чистых озер, большинство из которых пригодны для купания летом. Каринтия совсем недавно получила статус направления для путешествий под девизом «медленной еды» Slow Food (Slow Food Travel Destination), поэтому гастрономическая составляющая здесь присутствует в каждой программе. Так, здесь можно взять в аренду прогулочный пароход для увлекательной водной экскурсии по самому большому каринтийскому озеру – **Вёртерзее**.

Во время такой поездки можно провести на борту презентацию продукции, пресс-конференцию, деловое совещание или обучающий семинар. Экипаж парохода в это время позаботится об изысканном ужине и музыкальной программе. Теперь такие прогулки предлагаются не только в летнее время, но и на Рождество.

На чистых озерах Каринтии можно провести целую регату для сотрудников компании в качестве незабываемой тимбилдинговой программы. Для такой регаты на легких катамаранах категории Smartkats не требуется удостоверение об обучении и специальная подготовка. Опытный шкипер обучает азам навигации, вязанию узлов и прочим премудростям, которые позволят одной из групп выиграть регату и завершить насыщенный день совместным коктейлем на берегу озера.

СРЕДИ ХОЛМОВ ШТИРИИ

Штирия, которая славится своими горами на севере и виноградниками на юге региона, также готова предложить свои программы для инсентива, тимбилдинга и корпоративных мероприятий. Так называемая «Крестьянская олимпиада» позволяет горожанам вспомнить, каким трудом получают качественные продукты питания. Как подоить корову или козу, наколоть дров, перевезти кучу земли или приготовить вкусную и полезную еду в печи. Неизменным успехом пользуется программа, в ходе которой участники пытаются приготовить свой собственный шнапс. Благо, что Штирия богата садовыми культурами и виноградом для дистилляции. Каждый новоиспе-



© Austrian National Tourist Office, Österreich Werbung, Photographer: Homberger

Комплекс бывшего епископства Мельк. Здесь можно познакомиться с его культурно-историческими сокровищами, продегустировать местные вина и пообедать

ченный мастер шнапсоварения увозит с собой на память небольшую бутылочку шнапса собственного приготовления. Живописные, покрытые дивными виноградниками холмы южной Штирии словно специально созданы для длительных пеших походов. Такие прогулки здесь также комбинируют с веселыми поездками на тракторе по виноградникам с последующей дегустацией вин и региональных специалитетов. А для небольших групп туристический офис **Граца** – столицы Штирии – предлагает увлекательное знакомство с этим красивым компактным городом на сигвеях.

ТИРОЛЬСКИЕ ШТУЧКИ

Величественные горы Тироля привлекательны не только для увлеченных лыжников и сноубордистов зимой, но и для корпоративных групп в течение всего года. В парке Area 47 на площади 9 га создан уникальный ареал для активных видов спорта и развлечений под открытым небом. Здесь можно заняться 35 видами спорта, есть два озера для купания и водных программ, созданы возможности для ночевки, находятся два ресторана и конференц-зал. Тироль предлагает летом забыть на время о современных конференц-отелях и залах и проводить деловые заседания или презентации в окружении прекрасной природы этого края. Например, в горных ресторанчиках, которые здесь называются Huetten.

В Тироле очень популярен совместный рафтинг на реке Инн или еще более неожиданный вид для тимбилдинга – каньонинг, т.е. преодоление вброд горной речки.

В зимнее время можно забронировать программу на целый день, состоящую из активной прогулки в снегоступах по горам. Затем, вооружившись пилами и лопатами, группа строит иглу. После чего день завершается заездом на собачьих упряжках.

Очень популярные в последнее время биатлонные соревнования в Тироле можно легко модифицировать: команды могут соревноваться или на беговых лыжах или же в снегоступах. Стрелять, правда, придется всем участникам из традиционной винтовки.

Креативная вечерняя программа после насыщенного делового дня – создание скульптур из снега и льда с последующей презентацией своих творений.



Братислава – один из наиболее быстрорастущих в области конгрессов и деловых встреч мегаполисов Европы

Ориентация на бизнес

Словакия переживает настоящий бум в сфере туризма. В прошлом году на каждого местного жителя пришлось по одному путешественнику. В цифрах – это более 5 млн туристов, новый рекорд для страны. Что касается индустрии встреч, то эта ниша в Словакии только начала развиваться. Но, несмотря на «молодозелено», показатели здесь весьма солидные. Согласно данным Словацкого статистического бюро, в 2016 г. страну с деловыми целями посетили более 500 тысяч путешественников. Туристические власти Словакии уверены, что в этом году число бизнес-туристов лишь возрастет.

Подготовила Светлана КОНОВАЛОВА

У такого оптимистичного настроения есть основания. До страны легко добраться: почти во всех крупных городах Словакии есть собственные аэропорты. Статус международных имеют воздушные гавани в городах Братислава и Кошице. В стране богатый выбор разнообразных площадок для проведения мероприятий и первоклассных отелей, в том числе и принадлежащих международным гостиничным сетям. Достопримечательностями усеян каждый уголок Словакии, поэтому скучать после деловой программы не придется. Природные богатства дарят массу идей для тимбилдинга, а небольшие расстояния позволяют экономить драгоценное время. Все это делает Словакию привлекательным местом для бизнес-туристов.

Какой регион страны выбрать для деловой поездки – дело личного вкуса. Однако представитель Словацкого конгресс-бюро Линда Шимекова отмечает: «Наибольшим потенциалом в области делового туризма обладают три региона Словакии. Это регион Братиславы – инновационный центр с университетским городом, Высокие и Низкие Татры, которые прекрасно подходят для инсентив-программ, и Кошицкий край с IT-долиной и развитыми народными промыслами».

СО СТОЛИЧНЫМ РАЗМАХОМ

Главный город Словакии – Братислава – один из наиболее быстрорастущих в области конгрессов и деловых встреч мегаполисов Европы. Здесь регулярно проводятся международные ярмарки и выставки. В городе разрабатывается множество технологических новинок, производится оптоэлектроника и робототехника, пишется новый «софт».

Стартап Slido, отмеченный престижными наградами, тоже «родился» в Братиславе. Специальная платформа позволяет участникам мероприятия задавать вопросы, воспользовавшись любым портативным устройством, и голосовать за наиболее понравившиеся. Таким образом можно проводить опросы и оглашать результаты в режиме реального времени. Slido – это еще и специфический файлообменник. Сюда можно загрузить презентацию в формате PDF, и все участники встречи получат к ней доступ. Платформа также позволяет проводить онлайн-конференции.

В словацкой столице расположен самый крупный центр конгрессов в стране – выставочный комплекс *Incheba Expo Bratislava*, вмещающий до 4500 участников. Он подходит для выставок, общественных акций, раз-

личных культурных и спортивных мероприятий, а также конференций на высшем уровне.

Необычное место для деловых встреч – гибрид спортивного объекта и конференц-центра – впечатляющий *x-bionic sphere*. В 2016 г. он стал официальным центром олимпийской подготовки в Словакии. Эта вселенная спорта и инноваций площадью более миллиона квадратных метров предлагает бизнес-туристам 12 различных площадок, в числе которых самый большой холл для конгрессов в регионе, рассчитанный на 600 гостей, залы для встреч, открытые террасы, кинотеатр и отель на 282 номера. Несомненный плюс *x-bionic* – возможность совместить совещание или конгресс со спортивными состязаниями, отдыхом в одном из ресторанов, баров или роскошном оздоровительном центре.

Для мероприятия на открытом воздухе отлично подойдет живописный сад Янко Краля, где часто проводятся концерты. Это самый старый общественный парк Европы с красивыми ухоженными лужайками и многовековыми платанами.

Если зависеть от погоды не хочется и нужно провести камерное мероприятие, стоит обратить внимание на ресторан в телебашне Камзик. Захватывающие дух виды лежащей под ногами Братиславы – десерт после высококлассных блюд местной кухни. Насладиться панорамами столицы можно и в ресторане и коктейль-баре UFO, ставшими символом города. Найти их не составит труда: не заметить зависшую над опорой моста через Дунай летающую тарелку просто невозможно. За особой атмосферой следует отправиться на «корабль» «Дунайский пивовар». В построенном на воде в форме плавучего средства здании разместились пивоварня, ресторан и небольшой трехзвездочный отель на 15 номеров. Местный ресторан, оформленный в промышленном стиле, способен вместить до 500 гостей на трех этажах, в том числе на «верхней палубе», где также можно понежиться в джакузи. А настроиться на романтический лад помогут виды «исторической» Братиславы. Отсюда как на ладони виден Братиславский замок – пожалуй, самая известная достопримечательность столицы.

Сегодня здесь располагаются Археологический и Исторический музеи. От склонов горы, на которой находится величественная постройка, начинается Старый город с многочисленными архитектурными памятниками, музеями и галереями. Здесь же стоит самый большой храм города – собор Святого Мартина.

Словакия известна на мировой арене как крупный производитель автомобилей и гордо носит звание «европейского Детройта». Машиностроение занимает 43% от всей промышленности страны. Это самый высокий показатель производства средств передвижения в мире на душу населения. Помимо автомобилей Kia здесь собирают Volkswagen, Peugeot и Citroen, а в городе Нитра недавно началось строительство заводов Jaguar и Land Rover. Именно поэтому Словакия – прекрасное место для инсентива с технологической составляющей.

В Братиславе на заводе Volkswagen, где производится флагманский внедорожник SUV Volkswagen Touareg, деловым путешественникам предлагается обуздать фирменного «железного коня» на бездорожье. Прохождение маршрута длиной полторы тысячи метров с 26 «препятствиями» подарит небывалый всплеск адреналина и возможность протестировать инновационную «начинку» Touareg в экстремальных ситуациях.

«Продолжение банкета» стоит искать на автодроме *Slovakia Ring*, принимающем местные и международные спортивные мероприятия. Здесь, на одном из самых протяженных треков Европы, отважные гонщики-любители могут проверить свои силы в управлении суперкарами. Не хватит сильных эмоций? Не беда. На спортивном курорте «Белая вода», распо-

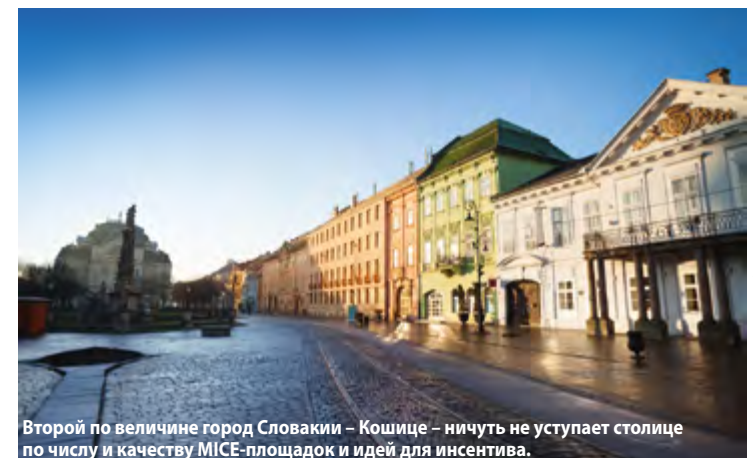
СЛОВАКИЯ В ЦИФРАХ И ФАКТАХ:

- 9 НАЦИОНАЛЬНЫХ ПАРКОВ
- 12 ПОДЗЕМНЫХ ПЕЩЕР, ОТКРЫТЫХ ДЛЯ ПОСЕЩЕНИЯ
- 7 ОБЪЕКТОВ, ВКЛЮЧЕННЫХ В СПИСОК ВСЕМИРНОГО КУЛЬТУРНОГО И ПРИРОДНОГО НАСЛЕДИЯ ЮНЕСКО
- 180 ЗАМКОВ
- 559 ЗАГОРОДНЫХ РЕЗИДЕНЦИЙ И УСАДЕБ
- 10 МУЗЕЕВ ПОД ОТКРЫТЫМ НЕБОМ
- 45 СОХРАНИВШИХСЯ ДЕРЕВЯННЫХ ЦЕРКВЕЙ
- 1400 ТЕРМАЛЬНЫХ И МИНЕРАЛЬНЫХ ИСТОЧНИКОВ
- 22 СПА-КУРОРТА
- БОЛЕЕ 40 ГОРНОЛЫЖНЫХ КУРОРТОВ,
- 7 ИЗ КОТОРЫХ ПРИЗНАНЫ 5*
- 12 ГОЛЬФ-КУРОРТОВ

ложенном в 20 км от центра Братиславы, желающих пощекотать нервы ждут гидроспид, водные скутеры и пейнтбол. Если и этого недостаточно, рядом с курортом на offroad-трассе можно покататься на багги и четырехколесных велосипедах.

НОВЫЕ МЕСТА ДЛЯ ВСТРЕЧ

Второй по величине город Словакии – Кошице – ничуть не уступает столице по числу и качеству MICE-площадок и идей для инсентива. Здесь можно провести мероприятие как в обычном конференц-центре, так и на нестандартной «сцене». Например, в Исторической ратуше или Государственном театре. С ролью особого места отлично справится Восточно-Словацкий музей, прославившийся благодаря своему сокровищу – кладу из 2910 отчеканенных по всему миру монет, обнаруженному во время реконструкции города в 1935 г. Современный конференц-зал музея вмещает до 100 гостей. В 2013 г. Кошице был избран Культурной столицей Европы, многие здания города были реновированы. Самым крупным инвестиционным проектом стало преобразование казарм, построенных в 1939 г., в огромный культурный центр Kulturpark. От военных объектов оставили три основные постройки и возвели восемь новых павильонов.



Второй по величине город Словакии – Кошице – ничуть не уступает столице по числу и качеству MICE-площадок и идей для инсентива.

В получившемся пространстве были организованы студии, мастерские, галереи и многофункциональные залы для концертов, спектаклей, конференций и деловых встреч. Обновление коснулось и заброшенного бассейна, спроектированного в стиле ар-нуво. Сегодня это универсальная выставочная площадка **Kunsthalle**.

Конференц-отели сосредоточены в центре Кошице, практически все они расположились в нескольких минутах ходьбы друг от друга. **Yasmin** – один из самых популярных у бизнес-туристов отелей в городе. Он был отреставрирован в 2009 г. Здесь есть дизайнерские номера и удобный конгресс-центр. Гостиницу Yasmin особенно ценят за просторный сад, который прекрасно подходит для мероприятия в теплые месяцы. **Doubletree by Hilton** – единственный отель в Кошице, который является частью международной сети, – предлагает 170 номеров и крупнейший конференц-зал в городе, рассчитанный на 400 человек. Для выставок и конференций отлично подойдет гостиница Centrum с многофункциональным пространством площадью 2200 кв. м и несколькими небольшими залами. Закончив с делами, стоит непременно прогуляться по городу, улицы которого хранят много интересного. Веретенообразная Главная площадь Кошице по праву считается одной из красивейших в Словакии. Здесь расположены собор Святой Эльжбеты, Урбанова башня, построенная в XIV в., и часовня Святого Михаила, некогда служившая склепом. Эти исторические памятники образуют уникальный для Словакии комплекс готических сооружений. Рядом расположены средневековые городские укрепления и Нижняя башня, где часто проходят выставки и концерты.

В жаркий день хорошо заглянуть в парк с поющим фонтаном. Есть в Кошице и необычные достопримечательности: бетонный бункер времен «холодной войны», заброшенное предприятие по производству магнетита, железнодорожные туннели, пивоваренный завод в казарме. Осматривать их удобнее всего во время тура на легендарных автомобилях Skoda 120 и Skoda 105, произведенных в Чехословакии.

ТАТРИЧЕСКИЙ MICE

Горный массив Татры – главное природное сокровище Словакии. Величественные отроги, живописные пейзажи и чистейший воздух привлекают сюда тысячи туристов. Здесь отличная инфраструктура со множеством гостиниц, горнолыжных и спа-курортов, большим выбором пешеходных и велосипедных маршрутов. Развлечения в Татрах найдет для себя даже взыскательный путешественник. Параглайдинг, теннис, сквош, канатные парки, гольф, боулинг, верховая езда, катание на лодках на высокогорном озере Скалнате, рафтинг на реке Дунаец – чего тут только нет! На местных курортах всегда многолюдно, поэтому проводить мероприятие в этом регионе лучше весной или осенью, когда потоки путешественников заметно редуют.

Одним из наиболее популярных мест у бизнес-туристов в Татрах является самый крупный в стране центр водных развлечений Tatralandia. В конференц-зале отеля **Holiday Village Tatralandia**, вмещающем до 420 человек (при желании его можно разделить на три отдельных помещения), можно провести конгресс или совещание, а после трудового дня – отдохнуть в 14 бассейнах с морской и термальной водой, покататься на 26 водных горках и аттракционах, расслабиться в спа-центре или «Кельтском мире саун». Активных путешественников также порадуют полеты в аэротрубе и специальный бассейн для серфинга, где можно попробовать поймать волну.

Не менее интересен круглогодичный аквапарк Aqua City Poprad. На территории «водного города» разместилось пять отелей категорий три и четыре звезды и несколько конгресс-площадок: от совсем крошечных (например, оригинальная «Обзорная башня» с панорамным видом Высоких Татр, способная вместить до 10 человек) до масштабных конференц-залов на 350 гостей. Особым спросом пользуются гостиница Kempinski на горнолыжном курорте Штрбске Плесо, исторический гранд-отель Bellevue с 141 номером и многофункциональным конгресс-центром на 600 человек и Grand Hotel Praha в Татранской Ломнице – настоящие находки для мероприятия, требующего особого подхода в организации.

Отправляясь в корпоративную поездку в Татры, в программу стоит включить покорение высоких пиков этих гор. Зимой сделать это можно на горных лыжах на курорте Татранская Ломница, а летом – на канатной дороге. Став ближе к небу почти на два километра, туристы смогут полюбоваться потрясающими видами горных вершин и пищу духовную разбавить гастрономическими шедеврами местного ресторана **Panorama Skalnaté Pleso**.

Татры удивят и с культурной точки зрения. В регионе расположилось несколько исторических городков, среди которых – Кежмарок и Попрад. Гордость первого – деревянная евангелическая церковь с органом, чьи трубы тоже выполнены из этого природного материала. В Кежмароке также интересно заглянуть в ратушу, стоящую на Главной площади, замок и базилику Святого Креста, а завершить экскурсию по городу можно на Иерусалимской горе, откуда открываются потрясающие панорамы. Основные достопримечательности Попрада сосредоточились вокруг площади Святого Эгидия с одноименной церковью XIII в. Жемчужиной архитектурной коллекции города является Спишска Собота – градостроительный заповедник со средневековыми зданиями.



Один из многочисленных замков Словакии



© Все фотографии предоставлены Московским Домом моды «Slava Zaitsev»

Вячеслав ЗАЙЦЕВ. Дресс-код делового человека

Художник-модельер, народный художник России, директор Московского Дома моды «Slava Zaitsev» Вячеслав ЗАЙЦЕВ уверен, что мода всегда, практически во все времена, была социальным маркером, определяющим положение человека в обществе. И сегодня, на его взгляд, эталоном делового стиля для российских бизнесменов являются чиновники высшего звена. Но классика, которую они предпочитают, претерпевает ныне большие изменения.

Подготовила Татьяна БУТУРЛИНА



Пьер Карден и Слава Зайцев, 1983 г.

Джанни Версаче и Слава Зайцев, Нью-Йорк, 1991 г.



❑ **Можно ли вывести некий алгоритм выбора одежды для делового человека?**

В зависимости от сферы деятельности бизнесменов можно говорить о разных вариантах одежды, но существует основное правило дресс-кода: чем выше представительский уровень, тем строже и дороже должна быть одежда.

❑ **Дресс-код и возраст: как должен меняться гардероб делового человека в зависимости от возраста, если должен?**

Думаю, что все зависит от самого человека, его статуса и уровня восприятия окружающего мира. Я, как «творчески-деловой» человек, могу позволить себе многое. Конечно, с возрастом многие бизнесмены уже не решаются на рискованные сочетания цветов или неожиданные аксессуары, предпочитая проверенный временем классический стиль.

❑ **На ваш взгляд, от чего зависит приверженность или неприверженность правилам дресс-кода: от психологических особенностей, возраста или социального статуса?**

Думаю, что в первую очередь от психологических моментов, также важную роль играет воспитание. Если с детства человеку не привили понимание, что в обществе действуют законы, которые нельзя нарушать, то человек будет нигилистом как в отношении правил дорожного движения, делового дресс-кода, так и всех остальных установленных договоренностей.

❑ **Какие элементы могут или должны присутствовать в летнем гардеробе делового человека? Какие цветовые решения, крой допустимы, а какие – нежелательны в летнем гардеробе делового человека?**

Я хотел бы отметить, что современная текстильная промышленность предлагает удивительные ткани. Это и комфортная «летняя» шерсть для дневных костюмов или прочный шелк, который подойдет для нарядных костюмов. Также актуален летом темно-синий клубный пиджак с голубой



сорочкой, дополненный голубым галстуком в синюю полоску или розовым галстуком. Очень красивы серые костюмы с голубой сорочкой и галстуком в тон костюма.

На менее официальных переговорах можно ослабить галстук, расстегнуть верхнюю пуговицу на воротнике или снять пиджак, поэтому особое внимание надо уделять выбору сорочки. Лучше остановиться на светлой гладкокрашеной рубашке с коротким рукавом. Молодежь может себе позволить модные приталенные модели сорочек.

□ А каковы принципы выбора одежды для светского мероприятия?

Основным руководством к действию должен быть дресс-код, установленный организаторами мероприятия. Когда заранее не оговорено, как должны выглядеть гости, то могу посоветовать мое любимое черно-белое сочетание цветов. Всегда привлекает внимание белый пиджак с темными брюками. Такой костюм можно скомпоновать с цветной или черно-белой клетчатой сорочкой, но наиболее торжественно выглядят черные костюмы с белой сорочкой.

□ Каковы, на ваш взгляд, самые распространенные ошибки, допускаемые публичными людьми в одежде? Есть ли абсолютные табу для делового человека в одежде?

Пожалуй, самые распространенные ошибки, допускаемые публичными людьми в одежде, – это бесформенные пиджаки и брюки. Брюки должны быть прямыми. Очень важен правильный выбор обуви.

Я категорически против мужских сандалий, летом возможны мягкие мокасины. Носки должны быть «продолжением» обуви или брюк, контрастные носки не приветствуются, особенно в деловом костюме. Также недопустима небрежность в причёске, в маникюре, помятость и неопрятность.

Присутствие непозволительных аксессуаров разрушает целостность образа, но самое неприятное впечатление производит не расхлябанность в костюме, а в манере поведения.

□ Как, следуя правилам дресс-кода, можно сделать деловой образ индивидуальным, привнести легкую неофициальную ноту? И стоит ли это делать?

Все зависит от ситуации. Если вы находитесь в составе официальной делегации, то проявление яркого индивидуализма будет неуместно, а если встречаетесь с давними деловыми партнерами, то можно разнообразить

свой гардероб ярким платком в нагрудном кармане или значком на лацкане. Также с пиджаком можно надеть темно-синие классические джинсы с подчеркнута дорогой обувью.

Если говорить о стиле, то я, конечно, выделил бы Италию, где даже деловые люди одеваются романтично. Во многом за счет использования тканей в одежде: шелк с рисунком, жаккарды – они очень колоритны.

□ Что позволено рядовому сотруднику и недопустимо для топ-менеджера или собственника бизнеса?

Сегодня уже никого не удивит смешением узнаваемых дизайнерских моделей с масс-маркетом. Думаю, что и в среде бизнесменов умелое сочетание статусных вещей и демократичных марок находит понимание. Но если рядовые сотрудники могут себе позволить выглядеть немного более расслабленными в одежде направления casual, то это непозволительно руководителю компании, он должен быть всегда собранным. Важными элементами костюма топ-менеджера являются статусные аксессуары: запонки, часы и так далее. Руководитель должен производить впечатление человека, всегда готового к активным действиям.



1211 БИЗНЕС
МЕРОПРИЯТИЙ
НА **5** КОНТИНЕНТАХ
В **60** СТРАНАХ МИРА
С 1992 г.
БОЛЕЕ **50** БИЗНЕС
МЕРОПРИЯТИЙ В ГОД



ФОРУМЫ
КОНГРЕССЫ
ВЫСТАВКИ
КОНФЕРЕНЦИИ
КОРПОРАТИВНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

МЫ ЗНАЕМ ГДЕ И КОГДА!

WWW.CONCORDGROUP.RU
WWW.CONCORDSPB.RU