


BUSINESS TRAVEL

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ
ВСТРЕЧИ ■ ИНСЕНТИВ ■ КОНФЕРЕНЦИИ ■ ВЫСТАВКИ

12+



Ирина Ермакова
и Роман Михайлин:
«БЫВАЕТ ТОЛЬКО
ОДИН ТРАНСФЕР —
ИДЕАЛЬНЫЙ»

ВСЕРОССИЙСКИЙ ДЕНЬ MICE 2019

НА РЕГИОНАЛЬНЫХ ПЛОЩАДКАХ РОССИИ

МЕСТО ВСТРЕЧИ ЛИДЕРОВ ИНДУСТРИИ MICE

WWW.MICEDAY.RU  @MICEDAY2019 WWW.MICE-AWARD.RU

на Дону

Ростов-на-Дону
31 мая

на Урале

Екатеринбург
28 июня

на Северо-Западе

Санкт-Петербург
13 сентября

в Москве

Москва
10 октября

в Сочи

Сочи
14 ноября

- Всероссийский День MICE'2019 — профессиональная площадка встреч лидеров и новичков отрасли, заказчиков и поставщиков, креаторов и коммуникаторов.
- В 2019 году запланирован цикл мероприятий в рамках проекта в 5 городах России: Ростов-на-Дону (31 мая), Екатеринбург (28 июня), Санкт-Петербург (13 сентября), Москва (10 октября), Сочи (14 ноября).
- Развитие MICE-индустрии имеет большое значение для экономики страны: в увеличении доли несырьевого экспорта, в перспективе дальнейшего использования инфраструктуры ЧМ-2018, в продвижении регионами России своего турпродукта для деловых гостей. MICE-потенциал регионов России подразумевает синергию локальных отраслевых и гастрономических брендов и оригинального турпродукта.
- Концепция проведения мероприятий на региональных площадках заключается в демонстрации потенциала российских регионов как дестинаций делового туризма профильным потенциальным заказчикам и агентствам.
- По результатам проведения цикла региональных мероприятий будут формироваться «MICE-паспорта регионов России» для продвижения, в том числе, на зарубежных рынках. Проект предполагает создание единого информационного портала «MICE-паспорт России», выпуск каталогов, информационных буклетов.

ОРГАНИЗАТОРЫ



ПАРТНЕРЫ



Выпускающий редактор: Иван Калашников
Редактор: Лариса Манн
Корреспонденты: Владимир Сергачев
Мария Акунова
Геннадий Габриэлян
Художник: Владислав Суворевгин

Отпечатано в России
Тираж: 9000 экз.

Редакция журнала «Business Travel/
Международный деловой туризм»

Адрес редакции: Тихвинский пер., д. 11, стр. 2
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 № ФЦ77-18985

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

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

Турбизнес
МЕДИАХОЛДИНГ • с 1997 г.

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

Менеджер по рекламе: Татьяна Башарина
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
Виктория Перова
Илья Плясунов
Илья Плясунов
workshop@tourbus.ru

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

Турбизнес
Travel Times Russia

Выпускающий редактор: Лариса Манн
l.martynova@tourbus.ru

destinations
ТУРБИЗНЕС

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

Турбизнес
на Северо-Западе

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

СОДЕРЖАНИЕ

2 СОБЫТИЯ

Ничего неожиданного
Есть повод для гордости
Вопрос месяца
RBT&MA: Все на старт!
На плечах амбассадоров
Что? Когда? Где?

5 ТЕМА НОМЕРА

Лицо дестинации
Великолепная семерка

10 ВСЕРОССИЙСКИЙ ДЕНЬ MICE

Лидеры MICE – индустрии юга России

14 НОВОСТИ КОМПАНИЙ

Amadeus готовит профессионалов
завтрашнего дня
«Демлинк». Искать необычное в обычном
Взгляд в будущее «Интуриста»
Будущее начинается сегодня

18 БИЗНЕС-ПАРТНЕР

Very Good Transfer. Бывает только один
трансфер – идеальный

22 НОВОСТИ КОМПАНИЙ

MAXIMICE и 27Names установили
«Правила игры»
BE IN RUSSIA – год будет динамичным
Raketa: движение по ориентирам
«Демлинк» приглашает в свой клуб

24 ФОКУС: ОТКРЫТИЕ

26 ТРАНСПОРТ

Расширяем географию

27 РЕГИОН

Калининградская область. Маловато будет

31 НАПРАВЛЕНИЕ

Франция. Проверенная временем классика

35 БИЗНЕС-ПАУЗА

Франкфурт. Между биржей и оперой



Ничего неожиданного

Эксперты сервиса ostrovok.ru назвали самые популярные города для деловых поездок: лидируют Москва и Санкт-Петербург.

В целом поездки с деловой целью совершили только 16% российских туристов в 2018 году.

Москва и Санкт-Петербург стали главными направлениями для деловых визитов, со значительным отрывом опередив остальные города рейтинга – такой результат ожидаем, ведь именно они являются деловыми центрами страны. Почти половина опрошенных туристов посещают столицу по работе (48%), еще 28% признались, что бывают в деловых поездках в Санкт-Петербурге.

Борьба за третье и четвертое место развернулась между Нижним Новгородом и Казанью – эти города с деловым визитом посещают 8% и 7% соответственно.

В Екатеринбург совершают деловые поездки 6% туристов. Почти столько же (5%) бывают в командировке в наукограде Новосибирске.

По 3% туристов отметили, что отправляются по работе в Омск и «нефтяную столицу» России Сургут. Еще 2% бывают в командировках в Челябинске, одном из крупнейших промышленных центров страны.

Есть повод для гордости

В страны дальнего зарубежья в 2018 году с туристическими целями, включая бизнес-поездки, россияне выезжали на 10,8% чаще, чем в 2017 году. Прирост по иностранцам, посетившим РФ с аналогичными целями, составил почти столько же, 10,3%.

По данным Пограничной службы ФСБ РФ, за 2018 год наши сограждане совершили 44 551 092 поездки за пределы Российской Федерации, на 6,1% больше, чем в 2017 году. Из общего количества поездок 13,76 млн совершено в ближнее зарубежье, в основном с нетуристическими целями.

В приграничные с Россией страны дальнего зарубежья в 2018 году граждане РФ совершили 10 326 137 поездок. В большинстве — также с нетуристическими целями. Лидируют Финляндия (3,671 млн поездок, из них 271 тыс. с целью «туризм»), Китай (2,251 млн / 739 тыс.) и Эстония (1,8 млн / 29 тыс.).

Доля выездного потока в страны дальнего зарубежья (за исключением приграничных стран) в 2018 году составила почти половину (45,7%) от общего количества поездок россиян за границу. В эти страны совершено 20 353 710 поездок, причем преимущественно с туристическими целями, включая бизнес-туризм. РФ в 2018 году посетили 32,6 млн иностранцев — на 1,6% больше, чем годом ранее. Из них 4,2 млн человек (+10,3%) указали туризм своей целью.

Основными поставщиками «реальных» туристов в Россию в 2018 году были Китай, Германия, Южная Корея, США и Израиль. Все они показали прирост к 2017 г. Из ТОП-10 «выпал» Иран, турпоток из которого снизился на 69,1%, и его место заняла Япония.

ТОП-10 СТРАН ВЫЕЗДА ИЗ РФ*

1	Турция	5,901 млн	▲ 26,64%
2	Германия	1,408 млн	▲ 5,90%
3	Таиланд	1,224 млн	▲ 7,40%
4	Италия	1,167 млн	▲ 22,00%
5	Испания	1,015 млн	▲ 3,70%
6	ОАЭ	966 тыс.	▲ 23,25%
7	Кипр	867 тыс.	▼ 4,70%
8	Греция	839 тыс.	▼ 5,45%
9	Тунис	632 тыс.	▲ 17,60%
10	Вьетнам	556 тыс.	▲ 3,80%

* — по объемам выезда россиян в 2018 году, в страны дальнего зарубежья за исключением приграничных государств

ТОП-10 СТРАН ВЪЕЗДА В РФ*

1	КНР	1,3 млн	▲ 13,60%
2	Германия	451,5 тыс.	▲ 10,50%
3	Южная Корея	342,3 тыс.	▲ 44,80%
4	США	227,7 тыс.	▲ 1,80%
5	Израиль	163,7 тыс.	▲ 10,70%
6	Италия	126,9 тыс.	▲ 9,50%
7	Великобритания	125,7 тыс.	▼ 0,03%
8	Франция	116,5 тыс.	▲ 5,00%
9	Испания	85,3 тыс.	▼ 3,10%
10	Япония	61,2 тыс.	▼ 8,00%

* — по объемам въезда в РФ в 2018 году, из стран дальнего зарубежья за исключением приграничных государств

Вопрос месяца

Какой из названных российских городов наиболее популярен как MICE-направление?

Москва	36%
Санкт-Петербург	36%
Казань	7%
Сочи	14%
Калининград	7%

Источник: опрос на сайте bt-magazine.ru

RBT&MA: Все на старт!

Номинация на ежегодную профессиональную награду **Russian Business Travel & MICE Award** стартует 1 апреля.

В этом году премия юбилейная — ей исполняется 10 лет. Традиционно победители и лауреаты награды будут определены в 15 номинациях. Уже во второй раз церемонии награждения примет Центр международной торговли (ЦМТ). Как и в прошлом году, она станет частью самого масштабного профильного российского мероприятия — Всероссийского Дня MICE, которое будет проходить с утра до вечера 10 октября в конгресс-залах ЦМТ.

Журнал *Business Travel*, организатор премии, и медиахолдинг «Турбизнес» наметили ряд новаций, затрагивающих как саму церемонию награждения, так и механизм определения победителей — он станет еще более профессиональным и прозрачным. Номинация компаний-соискателей на награды RBT&MA проводится на сайте mice-award.ru и продлится до 15 июня.





На плечах амбассадоров

Участники перспективной программы «Амбассадор Санкт-Петербурга» поделились первыми результатами.

Недавно представленная общественности программа предполагает, что ее участники, имеющие большой авторитет на международном уровне, станут последовательно продвигать интересы города на мировом рынке. И тем самым будут привлекать в Северную столицу крупные деловые мероприятия, способные принести в казну дополнительные доходы.

В 2019 г. амбассадорам предстоит «притянуть» в Петербург как минимум пять больших международных форумов, а в 2020-м — не менее семи. «К участию в программе мы намерены привлечь не менее 40 амбассадоров, — заявил на Дне влюбленных в Петербург глава Комитета по развитию туризма Смольного Евгений Панкевич. — Основной эффект стоит ожидать после 2020 года. Так, в 2021-м Петербург уже может рассчитывать на привлечение как минимум десяти крупных деловых мероприятий с участием не менее тысячи человек».

Его оценку подтвердила, в частности, Виктория Кичева, представляющая организаторов проекта «Петербург свадебный». «Широко

распространенный во всем мире свадебный туризм — одно из проявлений туризма событийного, — пояснила она. — И Петербург вполне может рассматриваться как одно из лучших мест в мире для проведения свадеб».

Влада Стрелецкая из Российского национального комитета Мирового нефтяного совета сообщила, что в конце июня в Петербурге состоится Future Leaders Forum, на который съедутся около 1,2 тыс. молодых делегатов со всего света. «У организаторов есть выбор из 65 стран мира, — подчеркнула она. — Однако решение по Петербургу было единогласным».

Подтвердил эффект работы программы амбассадоров и командор яхт-клуба Петербурга Владимир Любомиров: «Благодаря совместным усилиям со спонсорами, а также возможности проведения соревнований в акватории Невы между Петропавловской крепостью и Эрмитажем, нам удалось привлечь в Петербург события мирового класса, на которые съезжаются сотни яхтсменов».

Предполагается, что впервые реализуемый в России проект со временем позволит увеличить объемы конгрессно-выставочной деятельности в Петербурге не менее чем на 10%.



В преддверии выставок «Интурмаркет» и МПТ медиахолдинг «Турбизнес» подготовил два тематических выпуска: «Саксония. Справочник турагента», вышедший в сотрудничестве с Организацией по развитию туризма при правительстве Саксонии, и «Журнал о Кёльне как центре здоровья и туризма». Партнером второго издания стала туристическая организация Кёльна — Koeln Tourismus GmbH.

В саксонском выпуске дается подробное описание туристических возможностей этого региона, конкретных туров, включая инсентив-программы. Основная тема «Журнала о Кёльне как центре здоровья и туризма» — медицина и оздоровление. На страницах издания также представлены сведения о туристических богатствах города на Рейне.

Что? Когда? Где?



ЧТО: IMEX Frankfurt

IMEX — один из самых крупных выставочных форумов делового туризма в мире. Площадка для встреч поставщиков и профессиональных покупателей.

ГДЕ: Германия, Франкфурт, Messe Frankfurt

КОГДА: 21–23 мая 2019 г.

WEB: www.imex-frankfurt.com



ЧТО: MICE DAY

В 2019 году MICE DAY значительно расширяет свою географию — запланирован цикл мероприятий в пяти городах России: весной — в Ростове-на-Дону и Екатеринбурге, осенью — в С.-Петербурге (13 сентября), Москве (10 октября) и Сочи (14 ноября).

ГДЕ: Ростов-на-Дону

КОГДА: 31 мая 2019 г.

WEB: www.mice-day.ru

ВСЕРОССИЙСКИЙ ДЕНЬ MICE

ЧТО: MICE DAY

Концепция проведения мероприятий заключается в демонстрации потенциала российских регионов как дестинаций делового туризма профильным потенциальным заказчикам и агентствам.

ГДЕ: Екатеринбург

КОГДА: 28 июня 2019 г.

WEB: www.mice-day.ru



CONFERENCE

INCENTIVE

EDUCATION

St.PETERBURG

YAROSLAVL

EKATERINBURG

UFA

MOSCOW

MEETING

KALININGRAD

SOCHI

KAZAN

MICE IN
RUSSIA

Лицо дестинации

Первое в мире конгресс-бюро появилось в американском Детройте еще в 1895 году, но как широкое явление аналогичные структуры в Европе начали создавать только в 1960-х. А вот эффект от их организации оценили быстро: в настоящее время практически все европейские страны обзавелись национальными, региональными или городскими конгресс-бюро, призванными развивать сферу MICE.

Владимир Сергачев

Одним из примеров успешной деятельности таких структур является Vienna Convention Bureau, которое по инициативе государственных властей и торгово-промышленной палаты было основано в 1969 году, а с 1991-го функционирует как независимое некоммерческое учреждение и отвечает за продвижение на международном уровне страны в целом. По данным Vienna Convention Bureau, только в столице Австрии ежегодно проходит около 4 тыс. мероприятий, в которых участвуют более 560 тыс. делегатов, благодаря которым действует почти 20 тыс. рабочих мест с полной занятостью.

СРЕДНЕМИРОВОЙ ВКЛАД КОНГРЕССНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ВВП СТРАНЫ ДОСТИГАЕТ 1–1,5%. А В НЕКОТОРЫХ ГОСУДАРСТВАХ ДАЖЕ ПРЕВЫШАЕТ 2%. В РОССИИ ЕГО ДОЛЯ — В ПРЕДЕЛАХ 0,02%.

Как сообщал на одной из профильных конференций Кристиан Мутшлехнер, в течение 28 лет, вплоть до 5 февраля 2019 года, возглавлявший Vienna Convention Bureau, «начинать надо со сбора статистики на регулярной основе». По его мнению, «вести статистику нужно самим, не полагаясь на вторичные источники», а работать конгресс-бюро должно отдельно от туризма, в основном ориентируясь на партнерство с научными сообществами и университетами, в которых развивают бизнес и порождаются инновации. Вместе с тем Кристиан Мутшлехнер подчеркнул: в конгресс-бюро должны работать люди из бизнеса, управляться оно должно теми, кто близко знаком с предпринимательской практикой, а одним из основных факторов успеха должна стать преемственность дел, позволяющая сохранять постоянных заказчиков. Весьма эффективна и работа конгресс-бюро в других туристических дестинациях. Так, по данным Выставочного научно-исследовательского центра R&C, в Германии конгрессная деятельность в целом по стране ежегодно приносит национальной экономике около €23 млрд, а только в Берлин приезжает свыше 9 млн делегатов, которые генерируют городу доход в € 2,2 млрд. В свою

очередь, в Великобритании объем рынка MICE в настоящее время оценивают в 44 млрд фунтов стерлингов, индустрия встреч создает 570 тыс. рабочих мест, а всего за три года, благодаря активной работе конгресс-бюро и поддержке этой деятельности властями английской столицы, Лондон переместился в рейтинге ICSSA из конца второго десятка в первую пятерку.

Что касается объемов российского рынка MICE&business travel, они неочевидны. По оценкам АБТ-АСТЕ Russia, в 2013-м объем российского рынка делового туризма составлял около 471 млрд рублей, а в 2014 году вырос до 560 млрд. По данным WTTC, в 2014-м объем расходов на бизнес-поездки в РФ равнялся \$21 млрд, однако из-за резкого падения в последующие годы объема в \$18,4 млрд он вновь достигнет только к 2020-му при условии, что отрасль ежегодно будет прибавлять в «весе» не менее 6%. В свою очередь, Выставочный научно-исследовательский центр R&C оценивает емкость конгрессной отрасли России в 14 млрд рублей, из которых примерно две трети приходится на сегмент отраслевых конгрессных мероприятий. При этом если среднемировой вклад конгрессной деятельности в ВВП страны достигает 1–1,5% (в некоторых государствах превышает 2%), в России его доля — в пределах 0,02%.

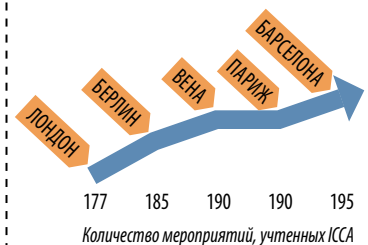
Как следствие общих процессов, в РФ наличие конгресс-бюро — скорее исключение, чем правило. В настоящее время, кроме созданного в конце 2017-го Национального конгресс-бюро, в регионах России действуют еще семь аналогичных по задачам структур (в Петербурге, Екатеринбурге, Ярославле, Татарстане, Башкортостане и два в Сочи). При этом в Москве, являющейся деловым и финансовым центром страны, появившееся было несколько лет назад бюро фактически не работает. Для чего нужно конгресс-бюро и нужно ли оно вообще? Опыт Вены, Лондона или Хельсинки показывает: наличие «одного окна», имеющего официальный статус, для потенциального заказчика деловых мероприятий значительно упрощает процедуру поиска подходящей для проведения мероприятия страны, региона и города. А для них — значительно повышает шанс быть замеченными в борьбе за привлечение гостей. **ВТ**

РЕЙТИНГ МЕЖДУНАРОДНОЙ АССОЦИАЦИИ КОНГРЕССОВ И СЪЕЗДОВ (ICSSA) ЗА 2017 ГОД

ПЕРВАЯ ПЯТЕРКА ПО СТРАНАМ



ПЕРВАЯ ПЯТЕРКА ПО ГОРОДАМ



Конгресс-бюро (в английском варианте — convention and visitor bureau, CVB) — организация зонтичного типа, официально представляющая страну, регион или город на рынке MICE. Ее основными задачами обычно являются распространение информации о «приемных» возможностях дестинации, привлечение в нее событий и содействие организаторам в подготовке проведения мероприятий.

Великолепная семерка

В России только зарождается индустрия встреч. Первое конгресс-бюро появилось в 2002 году, Национальное конгресс-бюро — в конце 2017-го. Всего в нашей стране сегодня действуют семь конгресс-бюро. В мировом рейтинге конгрессных дестинаций ICCA Россия пока находится на 41-м месте, но имеющийся потенциал позволяет стране в скором времени подняться выше.

Подготовил
Владимир Савельев



Россия получила право на проведение следующих мероприятий: GMS — Глобальный саммит производства и индустриализации (Екатеринбург, 2019), IPHS — конференция Международной ассоциации историков планирования городской среды (Москва, 2020 г.), ASE — 34-й Планетарный конгресс международной Ассоциации участников космических полетов (Санкт-Петербург, 2021 г.), WEC Всемирный энергетический конгресс (Санкт-Петербург, 2022 г.).

АССОЦИАЦИЯ «НАЦИОНАЛЬНОЕ КОНГРЕСС-БЮРО» (АНКБ)

Была создана в ноябре 2017 года. Ее учредителями являются фонд «Росконгресс», АО «Российский экспортный центр», Международный фонд технологий и инвестиций, Выставочный научно-исследовательский центр R&C. На сегодняшний день ассоциация насчитывает 77 членов, среди них семь региональных конгресс-бюро — в Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Уфе, Казани, Ярославле, два в Сочи. В штате Национального конгресс-бюро 12 сотрудников, директор бюро — Сергей Калачев. Организационно-финансовая модель ассоциации базируется на долевом участии государства и бизнеса (членские взносы участников) в финансировании ее деятельности.

По словам Сергея Калачева, в России пока нет единого принципа формирования региональных конгресс-бюро. Есть два основных пути: инициатива участников отрасли и их объединений и инициатива государственных структур. В первом случае юридическая

форма конгресс-бюро — некоммерческое партнерство либо автономная некоммерческая организация, во втором случае — государственная бюджетная организация. В планах Национального конгресс-бюро — довести к 2022 году количество региональных конгресс-бюро до 30.

«Основная задача Национального конгресс-бюро в первые два-три года — повышение узнаваемости России как дестинации для проведения деловых мероприятий и продвижение ее конгрессных возможностей, — говорит Сергей Калачев. — Также важно проинформировать деловое сообщество о наличии в России Национального конгресс-бюро — организации, которая представляет страну на международном рынке деловых мероприятий».

Для продвижения инфраструктурного потенциала российских регионов и их брендов на мировом уровне и привлечения международных мероприятий в регионы России Национальное конгресс-бюро использует несколько каналов. Это как офлайн-каналы — выставки, членство в отраслевых международных ассоциациях и участие в их мероприятиях, взаимодействие со СМИ и байерами, организация специальных ознакомительных туров для них по регионам России, так и онлайн-направление — развитие интернет-портала, продвижение в социальных сетях.

С момента своего создания Национальное конгресс-бюро приняло участие в международных выставках IBTM World в Барселоне в 2017 и 2018 годах, IMEX во Франкфурте и IBTM в Пекине в 2018 году. На этих выставках Россия была представлена единым стендом, в работе которого принимали участие от 10 до 16 компаний событийной индустрии из разных российских регионов.

В октябре 2018 года АНКБ провела пресс-тур Following the FIFA Cup для представителей зарубежных и российских отраслевых СМИ по четырем городам: Москва, Екатеринбург, Ростов-на-Дону и Сочи.

В течение 2018 года Национальное конгресс-бюро активно работало и на внутреннем рынке. С целью презентации основных направлений деятельности ассоциации и привлечения в нее новых членов были проведены роуд-шоу в нескольких городах страны:

в Уфе, Ярославле, Ростове-на-Дону, Казани, Екатеринбурге, Ульяновске, Краснодаре.

В 2018 году Национальное конгресс-бюро приняло участие в 13 тендерах на проведение международных мероприятий. В четырех из них победило.

По словам Сергея Калачева, у России большой потенциал в части организации и проведения международных мероприятий. На рынке событийных услуг в РФ работают более 7500 компаний, среди них 2000 профессиональных организаторов и операторов конференций и других деловых мероприятий, 2000 сервисных компаний и 3500 компаний, владеющих выставочными и конгрессными площадками.

Согласно рейтингу событийного потенциала российских регионов 2018 года, подготовленному Выставоч-

ным научно-исследовательским центром R&C, первое место занимает Санкт-Петербург. На втором — Екатеринбург. Третью позицию занимает Сочи. Поднялась Казань, переместившись на четвертое место, а новым участником топ-5 рейтинга 2018 года стал Нижний Новгород. Традиционно в рейтинге не участвуют Москва и Московская область, так как являются фаворитами по уровню развития событийной инфраструктуры и демонстрируют высокие показатели по этому направлению.

По данным АНКБ, в настоящее время Россия находится на 41-м месте в мировом рейтинге конгрессных направлений ICCA. За последние 10 лет в стране было проведено 835 ротируемых международных мероприятий конгрессного типа, в 2017 году — 87.

Согласно рейтингу событийного потенциала российских регионов 2018 года, подготовленному Выставочным научно-исследовательским центром R&C, первое место занимает Санкт-Петербург. На втором — Екатеринбург. Третью позицию занимает Сочи. Поднялась Казань, переместившись на четвертое место, а новым участником топ-5 рейтинга 2018 года стал Нижний Новгород. Традиционно в рейтинге не участвуют Москва и Московская область, так как являются фаворитами по уровню развития событийной инфраструктуры и демонстрируют высокие показатели по этому направлению.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ «КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЕ БЮРО» (КВБ)

Было создано постановлением Правительства Санкт-Петербурга в июле 2014 года и ведет свою работу как подведомственное учреждение Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга. В штате КВБ трудятся 40 человек. Генеральный директор — Андрей Мацарин. Деятельность Конгресс-бюро финансируется из бюджета Санкт-Петербурга. В качестве способов продвижения конгрессных возможностей Санкт-Петербурга, по мнению Андрея Мацарина, в первую очередь стоит выделить участие в международных туристских выставках в России и за рубежом. В течение 2018 года сотрудники Конгрессно-выставочного бюро посетили 17 международных туристских выставок в 11 странах мира. В 2019 году КВБ примет участие в 14 выставках в 10 странах мира, в том числе в выставках IMEX во Франкфурте, ITB Asia в Сингапуре и IBTM World в Барселоне.

Также в целях продвижения города и для поддержки конкурсных заявок на привлечение в Санкт-Петербург ротируемых деловых мероприятий Конгрессно-выставочное бюро проводит инспекционные визиты для заказчиков мероприятий.

В качестве нового инструмента продвижения города в конце 2018 года была запущена программа «Амбассадор Санкт-Петербурга». Это перспективная и уникальная для России программа. В задачи амбассадора входят лоббирование заявок Санкт-Петербурга на привлечение международных конгрессов и специальных мероприятий, а также содействие в формировании положительного имиджа города. Амбассадорами выступают представители приоритетных отраслей экономики Санкт-Петербурга. Подписано семь соглашений с экспертами, до конца года планируется подписать еще 40.

В списке деловых мероприятий, привлеченных и прошедших в Санкт-Петербурге в 2018 году, стоит выде-

лить конгресс Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI), который проводился в КВЦ «Экспофорум» и собрал около 400 делегатов из 45 стран, и Международную конференцию круизной индустрии Cruise Europe. Мероприятие прошло в отеле Corinthia Hotel St. Petersburg и привлекло более 100 участников. В 2019 году в Санкт-Петербурге пройдет несколько крупных международных мероприятий, привлеченных при участии и поддержке КВБ. Среди них 13-я Международная конференция принципов и практик дизайна, Ассамблея национальных сомнологических сообществ, Европейский ветеринарный конгресс FECAVA. Ожидается, что в данных мероприятиях примут участие более 3000 гостей со всего мира. Главным конгресс-событием 2019 года станет 23-я сессия Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации ЮНВТО, к участию в которой приглашены члены организации из 156 стран.

Важно отметить, что Санкт-Петербург — единственный город России, где конгрессно-выставочная отрасль регулируется на законодательном уровне. Целевые показатели развития сферы делового туризма прописаны в Стратегии социально-экономического развития города до 2030 года.

Согласно данным информационно-аналитической базы Конгрессно-выставочного бюро, в городе действуют 152 конгрессные площадки, но только две из них соответствуют международным стандартам: КВЦ «Экспофорум» и выставочный центр «Ленэкспо». По мнению Андрея Мацарина, городу, бесспорно, необходимы новые специализированные площадки, имеющие удобную логистику и позволяющие трансформировать залы под определенный формат и количество участников, в том числе для проведения конгрессов с количеством участников до 3000 человек.



В качестве нового инструмента продвижения города в конце 2018 года была запущена программа «Амбассадор Санкт-Петербурга». Это перспективная и уникальная для России программа. В задачи амбассадора входят лоббирование заявок Санкт-Петербурга на привлечение международных конгрессов и специальных мероприятий, а также содействие в формировании положительного имиджа города.



КОНГРЕСС ВИЗИТ БЮРО
СОЧИ

/// Сегодня Сочи по компетенциям в индустрии встреч и потенциалу — фактически третий город в стране после Москвы и Санкт-Петербурга.

НЕКОММЕРЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО «КОНГРЕСС ВИЗИТ БЮРО СОЧИ»

Было создано в 2002 году. Возглавляет бюро президент Сергей Шуклин. В штате бюро состоят три постоянных сотрудника. Под каждый проект формируется проектная группа из профессионалов отрасли в количестве от 5 до 30 человек.

По словам Сергея Шуклина, финансирование продвижения конгрессных услуг Сочи осуществляется из собственных средств руководства партнерства.

«Основная наша задача — формирование репутации Сочи как центра проведения конгрессных мероприятий. КВБ Сочи является аккумулятором и катализатором по привлечению мероприятий в город. А далее мероприятия отдаются на реализацию операторам или владельцам площадок, входящим в партнерство, — говорит Сергей Шуклин. — В качестве примера могу привести проект Golden Flight Level — зимний мировой чемпионат персонала управления воздушным движением, который был реализован компанией «Рейнфо» — членом КВБ Сочи в начале 2019 года.

В нем приняли участие 800 человек из 30 стран». Для продвижения Сочи как конгрессной дестинации КВБ использует узкопрофессиональные каналы: участвует в крупнейших международных выставках — IBTM World в Барселоне, IMEX во Франкфурте, Baltic for Event Forum в Таллине — и российских отраслевых мероприятиях, сотрудничает с российскими и иностранными специализированными СМИ, регулярно проводит фам-трипы и пресс-туры, принимает делегации профессиональных организаторов и планировщиков мероприятий. Также бюро собирает аналитические данные по Сочи, формирует календарь деловых мероприятий, выпускает еженедельный дайджест и само проводит конгресс для профессиональных организаторов мероприятий Meet in Sochi. Крупнейшая в Сочи и Краснодарском крае конгрессно-выставочная площадка — это Главный Медиа-центр. Его площадь составляет 158 000 кв. м. Другие крупные площадки: МКК «Роза Холл», ОКЦ «Галактика», «Адлер Арена», «Сочи Казино и Курорт», а также отдельные площадки. Город готов принимать мероприятия с десятками тысяч участников.

Сергей Шуклин считает, что сегодня Сочи по компетенциям в индустрии встреч и потенциалу — фактически третий город в стране после Москвы и Санкт-Петербурга. Причем с последним Сочи может и побороться за второе место, так как в городе больше отелей и мощнее логистика. Единственный минус Сочи — в авиатранспортной доступности, очень мало прямых рейсов из зарубежных стран.



ЧЕРНОМОРСКОЕ
КОНВЕНШН-БЮРО

/// MICE Forum Sochi в этом году будет проходить 4–6 апреля, планируется участие в нем 400 профессионалов из 12 стран.

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ «ЧЕРНОМОРСКОЕ КОНВЕНШН-БЮРО»

Была образована в 2017 году. Его учредителем является ТО «Планета Сочи». В организации более 20 членов. В штате Черноморского конвеншн-бюро три человека. Возглавляет его Эллина Акиншина.

По словам Эллины Акиншиной, деятельность бюро финансируют его члены, ежегодный бюджет на продвижение конгрессных возможностей Сочи составляет 2,5 млн рублей. Инструменты продвижения — отраслевые выставки, фам-трипы и road show по городам России, Дальнего и Ближнего Зарубежья.

Черноморское конвеншн-бюро принимает участие в специализированных выставках конгресс-индустрии: в IBTM World в Барселоне, Евразийском Ивент-форуме в Санкт-Петербурге, международном туристическом форуме «Большой Урал» в Екатеринбурге.

С момента учреждения Черноморское конвеншн-бюро провело 10 различных мероприятий с общим количеством участников более 700 человек: организовало три фам-трипа для корпоративных клиентов и профессиональных организаторов мероприятий, приняло

несколько иностранных профессиональных делегаций из ОАЭ, Италии, Китая, Японии, Армении с целью знакомства с конгрессными возможностями Сочи. С 2017 года Черноморское конвеншн-бюро ежегодно проводит MICE Forum Sochi. В этом году он будет проходить 4–6 апреля, планируется участие в нем 400 профессионалов из 12 стран. Еще одно событие этого года, в котором будет задействовано бюро, — фестиваль Life Style by Black Sea. Все эти мероприятия финансируются из собственных средств Черноморского конвеншн-бюро.

По мнению Эллины Акиншиной, Сочи входит в тройку городов-лидеров по приему крупных конгрессных мероприятий. «После Олимпиады городу досталось богатое наследство — новые современные конгрессные отели, олимпийские объекты, которые также используются для проведения мероприятий, — отмечает она. — Самая крупная площадка в Сочи — стадион «Фишт» — может вместить до 40 000 человек. Мы уже рассматривали возможность проведения там конференций для крупных международных компаний».

КОНВЕНШН-БЮРО ТАТАРСТАНА

Было создано в ноябре 2017 года как направление в структуре АНО «Дирекция международных программ». Руководитель конвеншн-бюро — Иван Кадошников, генеральный директор АНО «Дирекция международных программ» — Адель Нагуманов. Штат бюро — четыре человека.

По словам Ивана Кадошникова, деятельность Конвеншн-бюро Татарстана финансируется за счет собственных средств АНО «Дирекция международных программ». В качестве каналов продвижения конгрессных возможностей республики используются крупнейшие международные и российские выставки и форумы — по линии индустрии встреч IMEX (Франкфурт) и IBTM WORLD (Барселона), а также отраслевые выставки (в рамках стенда Республики Татарстан), официальный сайт конвеншн-бюро, адресные встречи.

«Наши шаги по продвижению конгрессных возможностей Татарстана уже дали результат. Казани доверено провести в 2020 году First ITS Central-Eastern Congress — Первый центрально-восточный конгресс по интеллектуальным транспортным системам. Это ротируемое мероприятие», — говорит руководитель конвеншн-бюро.

Татарстан имеет богатый потенциал для проведения мероприятий федерального и мирового значения.

В октябре 2018 года введен в эксплуатацию новый международный выставочный центр «Казань Экспо», который вкпе с высокоразвитой инфраструктурой позволит дать серьезный импульс развитию Казани как дестинации. Площадка соответствует стандартам AIPC и готова принимать крупнейшие европейские и мировые конгрессно-выставочные мероприятия. Также комплекс позволяет проводить мероприятия других форматов — фестивали, чемпионаты и концерты. Вместимость конференц-залов — от 30 до 3500 человек. Площадь выставочных павильонов составляет 25 000 кв. м.



ЯРОСЛАВСКОЕ КОНВЕНШН-БЮРО (ЯКБ)

Объединение в форме некоммерческого партнерства субъектов турбизнеса, занятых в сфере делового туризма. Год образования — 2012. Создатель и идейный вдохновитель Ярославского конвеншн-бюро — DMC «Волга-тур». Членами некоммерческого партнерства являются 10 юридических и 5 физических лиц. В 2018 году в состав ЯКБ вошла областная Торгово-промышленная палата. Исполнительный директор бюро — Ирина Скороходова. Ежемесячный взнос для юридических лиц, по словам Ирины Скороходовой, составляет 5000 рублей. Этих средств явно недостаточно для участия в международных выставках. А вот российские мероприятия Ярославское конвеншн-бюро не обходит стороной. Например, в октябре прошлого года оно было участником Всероссийского дня MICE в Москве.

«Вступление Ярославской торгово-промышленной палаты в ЯКБ позволяет Ярославской области консолидированно выступать с предложениями для проведения крупных деловых мероприятий на российском и международном уровнях», — говорит Ирина Скороходова.

Ярославль — отличное место для проведения крупномасштабных конгресс-мероприятий. Самая большая конгрессная площадка области и в городах Золотого кольца — концертно-зрелищный центр «Миллиум». Его вместимость — 1500 человек. Для проведения круп-

ных конгрессных мероприятий также подходит Театр юного зрителя (вместимость до 800 человек) и универсальный культурно-спортивный комплекс «Арена 2000. Локомотив». В городе более 6000 гостиничных номеров, более 3000 из них — европейского уровня.

В прошлом году в Ярославле состоялся ряд крупных деловых мероприятий, организаторами и исполнителями которых были члены ЯКБ. Самые значимые из них — 18-я Международная конференция «Высокие технологии в эндоскопии пищеварительной системы» (участвовали 656 человек), XXXIV Международная конференция «Перспективы развития сосудистой хирургии в стране и ее регионах» (700 человек), 6-й Всероссийский форум «ПроеКТОрия» (более 1000 участников из регионов России). 3-й Городской пикник «Пир на Волге» собрал более 60 000 участников, более 15 000 туристов приехали из 78 регионов России.

Согласно рейтингу 2018 года, подготовленному Выставочным научно-исследовательским центром R&C, Ярославская область входит в десятку субъектов РФ с самой высокой событийной активностью. А Ярославское конвеншн-бюро стало лауреатом премии Russian Business Travel & MICE Award-2018 в номинации «Лучший российский региональный офис по туризму или конвеншн-бюро в сфере продвижения MICE».

ЯРОСЛАВСКОЕ
КОНВЕНШН
БЮРО | YCB
конгрессы ■ выставки ■ события

/// Вступление Ярославской торгово-промышленной палаты в ЯКБ позволяет Ярославской области консолидированно выступать с предложениями для проведения крупных деловых мероприятий на российском и международном уровнях.



**КОНГРЕСС-БЮРО
ЕКАТЕРИНБУРГА**

/// Ситуация в этом году должна измениться к лучшему, принято решение организовать новое региональное конгресс-бюро, которое будет финансироваться из областного бюджета.

КОНГРЕСС-БЮРО ЕКАТЕРИНБУРГА

Было создано в 2007 году при участии администрации города Екатеринбурга. Юридический статус — некоммерческое партнерство. Учредили его восемь организаций. Сегодня в некоммерческом партнерстве состоят 30 компаний, которые занимаются организацией деловых мероприятий и оказывают услуги в этом сегменте рынка. Возглавляет партнерство Оксана Трофимова-Ниденталь. Это единственная штатная должность конгресс-бюро. По словам Оксаны Трофимовой-Ниденталь, бюджет конгресс-бюро складывается из членских взносов и целевых сборов на совместные мероприятия. Скромное финансирование не позволяет некоммерческому партнерству заниматься продвижением конгресс-услуг Екатеринбурга на мировом рынке. Исключение составляют международные выставки, участие бюро в которых оплачивает правительство Свердловской области.



Хотя Конгресс-бюро не имеет возможности активно привлекать конгресс-мероприятия в Екатеринбург, организаторами и исполнителями многих международных и всероссийских встреч являются его члены. Примером таких мероприятий могут служить международная промышленная выставка «Иннопром» и международный туристский форум «Большой Урал», которые ежегодно проходят в МВЦ «Екатеринбург-ЭКСПО». «Ситуация в этом году должна измениться к лучшему, — сообщила Business Travel Оксана Трофимова-Ниденталь, — принято решение организовать новое региональное конгресс-бюро, которое будет финансироваться из областного бюджета».

Свердловская область — один из крупнейших в России центров международной выставочной и конгрессной деятельности. Ежегодно здесь проходят около 500 крупных мероприятий, в том числе — более 100 международного и межрегионального уровня. Тем не менее конгрессные площадки, по мнению Оксаны Трофимовой-Ниденталь, загружены далеко не на 100%. Самая крупная площадка в городе — это международный выставочный центр «Екатеринбург-ЭКСПО» — один из самых современных в России. Его выставочная площадь — 40 тыс. кв. м, самый большой конференц-зал вмещает до 1500 человек. Конференц-зал отеля Hyatt Regency Ekaterinburg (5*) способен разместить до 800 человек, вместимость зала Центра международной торговли Екатеринбурга — до 700 человек, Центра культуры «Урал» — до 600 человек.



**BASHKORTOSTAN
CONVENTION BUREAU**

/// Ключевая задача нашей организации — открывать и продвигать точки роста экономики региона через привлечение в республику отраслевых событий межрегионального и международного уровней, формировать интерес к региону.

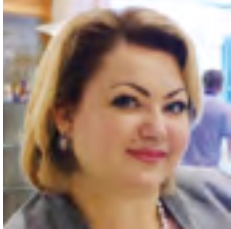
АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ «КОНГРЕСС-БЮРО БАШКОРТОСТАНА «ОФИС-ГРУППА»

Была создана при поддержке правительства Республики Башкортостан и фонда «Росконгресс» в 2016 году в результате преобразования АНО «Офис-группа поддержки проектов по созданию условий для проведения мероприятий ШОС и БРИКС в г. Уфе в 2015 году», учрежденной в 2013 году для подготовки к саммитам. Штат Конгресс-бюро составляет 15 человек. Директор — Николай Фадеев.

«Ключевая задача нашей организации — открывать и продвигать точки роста экономики региона через привлечение в республику отраслевых событий межрегионального и международного уровней, формировать интерес к региону», — говорит Николай Фадеев. В феврале 2018 года между правительством Республики Башкортостан и ассоциацией «Национальное конгресс-бюро» (АНКБ) было заключено соглашение о стратегическом сотрудничестве, сформирован двусторонний план мероприятий по его реализации. Республика в лице Конгресс-бюро стала регионом-партнером АНКБ. За два года команда Конгресс-бюро провела более

50 мероприятий различного уровня, стала «Лучшим конгрессным бюро страны 2018 года» и обеспечила вхождение Уфы в шестерку лучших городов России по проведению деловых мероприятий. Конгресс-бюро удалось реализовать проект по привлечению в Башкортостан всемирного конгресса пчеловодов Apimondia и выставки Ариехро, которые пройдут в Уфе в 2021 году. Для проведения крупномасштабных конгресс-мероприятий и выставок столица Башкортостана Уфа располагает необходимой инфраструктурой. Выставки проходят в уникальном многофункциональном выставочном комплексе ВДНХ-ЭКСПО площадью 13 600 кв. м. Принять большое количество гостей способны Конгресс-холл, в котором имеется 13 многофункциональных конференц-залов вместимостью 50–250 человек и концертный зал на 745 посадочных мест, Дворец молодежи, располагающий зрительным залом на 1200 человек, Дворец культуры, зал которого вмещает 1026 человек, Государственный концертный зал «Башкортостан» на 926 человек. **BT**

Лидеры МІСЕ-индустрии юга России



Татьяна БЫКАДОРОВА,
управляющий Конгресс-отеля Don-Plaza,
г. Ростов-на-Дону



Конгресс-отель Don-Plaza — центральная площадка всех деловых и культурных событий южной столицы, грамотное управление которой позволяет на протяжении многих лет удерживать ведущие позиции на рынке. Благодаря успешной командной работе под руководством Татьяны Николаевны Быкадоровой за период с 2015 года были достигнуты высокие результаты, и в 2018 году отелю присуждена победа в региональном конкурсе «Лидеры туристической Дона» в номинации «Лучшая гостиница 4 звезды». Многочисленные дипломы и сертификаты Татьяны Николаевны о получении теоретических знаний в области сервиса и гостеприимства подкреплены огромной практической частью и бесценным опытом. Общий стаж работы в гостиничной отрасли — 13 лет.



Елена ЮРЧЕНКО,
координатор проектов «Карта гостя Крыма и Севастополя» и «Карта гостя РФ», режиссер персональных путешествий, руководитель крымского отделения ООО «Женщины бизнеса», первый министр курортов и туризма Республики Крым



«Карта Гостя Крыма и Севастополя» — это электронный ключ (пластиковая карта), предоставляющий возможность открыть лучшие объекты крымского полуострова бесплатно или со скидкой. Сервис создан на основе опыта мировой системы City Pass при поддержке Федерального агентства по туризму РФ и призван помогать туристам в составлении маршрута путешествия по полуострову, оптимального как по времени, так и по финансам по системе «Всё учтено!» с поддержкой в режиме онлайн. «Карта гостя РФ» мобильный сервис — единое информационное технологичное пространство, в котором представлены туристические возможности каждого региона России с привлечением внимания гостя к достойному и уникальному через систему лояльностей.



Анна НЕРОЗИНА,
генеральный директор,
курортный комплекс «Алые Паруса»,
г. Феодосия, Крым



Ранее занимала посты: заместитель министра внутренней политики Республики Крым, заместитель министра туризма Республики Крым, директор по продажам и маркетингу Reikartz Hotel Group.

Курортный комплекс «Алые Паруса», Феодосия, Крым. Расположен в 100 км от Крымского моста, в двух часах езды от международного аэропорта г. Симферополя и г. Анапы. Находится в историческом центре Феодосии, состоит из отеля уровня 4*, отеля уровня 3*, четырех ресторанов, собственного пляжа, парковой зоны, ряда арт-площадок, включая Музей Рыбы и Рыболовства. Предлагает два конференц-зала вместимостью 100 и 300 персон, ряд переговорных комнат, открытых и закрытых банкетных и фуршетных площадок.



Анатолий ТАРАСЕНКО,
генеральный директор
туроператора «РусКрымТур»,
г. Симферополь



10 лет в туризме, по итогам 2018 года — один из лучших предпринимателей, а «РусКрымТур» — лучший туроператор в Крыму по версии «Комсомольской правды».

Сфера деятельности компании — развитие МІСЕ-туризма в Крыму. «РусКрымТур» за 5 лет зарекомендовал себя, как надежный партнер при работе с такими организациями, как РОСПРОФЖЕЛ, ГАЗПРОМ, СБЕРБАНК, ВГИК. Более 450 туристических агентств, доверяя своих туристов крымской молодой компании, убеждены, что зачастую не количество лет на рынке туристического бизнеса влияют на качество, а в первую очередь понимание, что люди не должны разочаровываться и должны возвращаться!



Татьяна НЕЧЕПАЕВА,
генеральный директор
«РЕЙНА-ТУР НТВ»



Компания «РЕЙНА-ТУР НТВ», имеющая 25-летний опыт работы, является флагманом на рынке делового туризма Ростовской области, что подтверждается многочисленными наградами, обширной клиентской базой, в которую входят более 100 крупнейших компаний региона. «РЕЙНА-ТУР НТВ» предлагает своим клиентам весь спектр услуг, связанных с бизнес-туризмом. Компания является аккредитованным агентством Международной ассоциации воздушного транспорта (ИАТА); сертифицированным агентством Транспортной Клиринговой Палаты (ТКП); участником сети агентств Lufthansa City Center; членом торгово-промышленной палаты Ростовской области (ТПП РО); совладельцем гостиниц «Эрмитаж» 4* и «Дон Кихот» 3*, расположенных в г. Ростове-на-Дону; учредителем учебного центра «РЕЙНА КЛАСС».



Сергей ШУКЛИН,
создатель и руководитель группы компаний «Реинфо»,
президент Партнерства «Конгресс Визит Бюро Сочи»



Сергей Шуклин был в первом выпуске Сочинского института курортного дела и туризма. После выпуска начал заниматься эксклюзивными турами для иностранной аудитории. Созданная им компания «Реинфо» уже 25 лет успешно работает на рынке событий Сочи. Из экскурсионной компании она выросла в туроператора, специализирующегося на сложных мероприятиях.

Помимо организации корпоративных мероприятий, Сергей инициировал много некоммерческих проектов: Конгресс Визит Бюро Сочи, Конгресс организаторов мероприятий MEET IN SOCHI, Ежегодную патриотическую трейл-гонку «Наша Победа», Экопарк «Ажек», Турклуб ECOADVENTURE.RU, ремесленные проекты GIFTSOCHI.RU, издание книг о Сочи.

ВСЕРОССИЙСКИЙ ДЕНЬ MICE 2019

НА РЕГИОНАЛЬНЫХ ПЛОЩАДКАХ РОССИИ

Крупные события дают возможность сверять ситуацию с глобальными тенденциями, определять свое место в мировом процессе.

Россия входит в **ТОП-25** конгрессных дестинаций Европы и занимает

21 место по количеству проведенных мероприятий.

Доля делового туризма в общей массе туристских поездок по России составляет от

30% в курортных и до **90%** в промышленных регионах.



Участники и посетители выставок и конгрессов вместе тратят около

98 млрд евро в год.

680 000

человек занято в выставочной индустрии по всему миру.

Инфраструктура каждого субъекта Российской Федерации позволяет проводить как крупные события с международной или всероссийской повесткой, так и отраслевые и научные мероприятия с количеством участников от **200 человек** и выше на высоком международном уровне.

Всего в отраслях, обслуживающих выставки, создается около

1,8 млн рабочих мест

ЗАДАЧИ

Инфраструктура MICE России сделала огромный шаг вперед — к глобальной конкурентоспособности, однако власти в регионах не полностью осознают потенциал своего региона на MICE-карте России, а операторы рынка не владеют информацией о возможностях регионов.

- Демонстрация аудитории актуальных достижений и возможностей MICE-индустрии России
- Анализ возможностей и обсуждение стратегии реализации потенциала каждого региона России как MICE-направления
- Знакомство российских и зарубежных MICE-заказчиков с лучшими региональными MICE-продуктами
- Привлечение заинтересованного внимания всех стейкхолдеров отрасли к выгодам развития регионов как MICE-направлений

АУДИТОРИЯ

Интегрированная регистрация на все четыре проекта позволит превратить это событие в **САМОЕ МАСШТАБНОЕ В ОТРАСЛИ ЗА ВСЮ ИСТОРИЮ MICE-индустрии России!**

- Правительство РФ
- Федеральные и региональные институты развития
- Органы исполнительной власти регионов России
- Профессиональные организаторы мероприятий, PCO, крупнейшие российские и зарубежные MICE- и Event-агентства
- Российские и зарубежные корпоративные MICE-заказчики
- Федеральные и региональные DMC, все региональные операторы рынка индустрии встреч, MICE-объекты: отели, площадки, рестораны, кейтеринговые компании, агротуристические центры, транспортные компании, поставщики оборудования для мероприятий, продюсерские центры, артисты, кавер-группы
- Отраслевые и деловые СМИ

на Дону

Ростов-на-Дону
31 мая

на Урале

Екатеринбург
28 июня

на Северо-Западе

Санкт-Петербург
13 сентября

в Москве

Москва
10 октября

в Сочи

Сочи
14 ноября

WWW.MICEDAY.RU



@MICEDAY2019

WWW.MICE-AWARD.RU

ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЯ MICE-индустрия как драйвер развития регионов России



- ▶ Как привлечь организаторов конгрессов на свою территорию?
- ▶ Конкуренция слишком высока: что делать?
- ▶ Профессиональные сообщества: кто есть кто?
- ▶ Перед Россией открываются большие возможности по улучшению ее положения на международном рынке индустрии встреч.

НА УРАЛЕ

«Индустрия MICE в регионах России: вектор развития»

Конференция для профессионалов отрасли.

Образовательные сессии

Никакой «азбуки», только лучшие спикеры, практические знания, лайфхаки и нетворкинг.

Событие: открытие нового Конгресс-холла.

Воркшоп «BE IN RUSSIA@URAL/ Будь в России@на Урале!»

Место встречи для представителей MICE-агентств и MICE-заказчиков с MICE-поставщиками регионов.



МОСКВА

«MICE-карта России:

стратегии продвижения регионов»

Конференция для власти и профессионалов отрасли из регионов России.

Суперворкшоп «BE IN RUSSIA TOP-100/будь в России!»

Более 100 региональных MICE-экспонентов vs более 400 корпоративных MICE-заказчиков и представителей MICE-агентств. MICE-питчинг: площадки нового формата.

MICE-Баттл регионов России

Уникальная возможность представить свой регион так, чтобы профессионалы индустрии, агентства и заказчики, собравшиеся в ЦМТ, захотели провести мероприятие именно в этом регионе!

X Церемония Russian Business Travel & MICE Award

Традиционно награды будут вручены в 15 номинациях.



НА ДОНУ

«Индустрия MICE в регионах России: вектор развития»

Конференция для профессионалов отрасли.

Воркшоп «BE IN RUSSIA@DON/ Будь в России@на Дону!»

Место встречи представителей MICE-агентств и MICE-заказчиков с MICE-поставщиками регионов.

Питчинг-сессия «MICE-площадки Юга России».

Серии коротких выступлений участников (питчинги) — лаконично, ярко, убедительно.

Открытый разговор на тему формирования информационной повестки регионов «Говорит и показывает...»: встреча представителей прессы и профессионалов индустрии.

«Ростов глазами профессионалов индустрии встреч», творческий забег профессионалов.

Образовательные сессии:

никакой «азбуки», только лучшие спикеры, практические знания, лайфхаки и нетворкинг.



НА СЕВЕРО-ЗАПАДЕ

«MICE-карта России в масштабе: новые возможности регионов»

Международная конференция в рамках программы Генеральной ассамблеи UNWTO.

Международный воркшоп «MEET IN RUSSIA!»

Более 100 агентств и площадок всех регионов России представят свой продукт зарубежным агентствам и корпоративным заказчикам.

MICE-питчинг: площадки нового формата.



СОЧИ

Тематические треки:

- ▶ Итоги MICE-года'2019;
- ▶ Меняем форматы: будущее конференций и выставок, инсентивов и кооперативов;
- ▶ Сценарии коммуникаций в цифровой трансформации;
- ▶ Вино&кино как драйверы создания новых форматов;
- ▶ Профессиональные сообщества российского MICE: кто есть кто?

Воркшоп «MEET IN SOCHI!/Встречаемся в Сочи!»

Место встречи представителей MICE-агентств и MICE-заказчиков.



Amadeus готовит профессионалов завтрашнего дня



Вооружить экспертов в области туристического сервиса передовыми цифровыми инструментами и компетенциями, отвечающими международным стандартам, — такую задачу компания Amadeus, ведущий поставщик информационных технологий для мировой индустрии туризма и транспорта, решает в России уже без малого двадцать лет. В конце января в главном здании МГУ состоялась церемония открытия обновленного Учебного класса Amadeus.

amadeus

Ожидания путешественников с развитием Интернета очень сильно изменились. Туристической отрасли требуются новые компетенции, профессиональные стандарты. Компания Amadeus вместе с профильными учебными заведениями, отраслевыми партнерами работает над тем, чтобы инновационные IT-инструменты и передовые практики быстрее внедрялись в образовательные программы. Как именно — рассказывает **Светлана ВОЛКОВА**, менеджер отдела маркетинга Amadeus в России и СНГ.

Сколько вузов охвачено программой?

На сегодняшний день у нас более 60 контрактов с высшими учебными заведениями по всей России, которые готовят специалистов по работе с системой бронирования Amadeus.

Начало проекта было положено еще в 2002 году, когда был подписан первый контракт с Уральским университетом.

Активно идет работа в вузах Москвы. Наши главные партнеры — географический факультет МГУ, факультет международного менеджмента в туризме и спорте Финансового университета при Правительстве РФ, Московский государственный институт индустрии туризма (МГИИТ) им. Сенкевича, Российский государственный университет туризма и сервиса (РГУТИС).

Как выглядит процесс обучения Amadeus в вузах?

В первую очередь мы проводим обучение и аттестацию будущих преподавателей на базе наших собственных офисов. Выдаем сертификат тренера. Преподаватель получает ценные рекомендации от наших специалистов, готовый методический материал, тестовые задания для проверки качества усвоения знаний. Компьютерный класс вуза оборудуется учебным доступом в ГДС Amadeus. Это инновационная облачная платформа Amadeus Selling Platform Connect для

бронирования авиабилетов, гостиниц, автомобилей напрокат и других сервисов.

На сегодняшний день — самый популярный инструмент среди агентств во всем мире.

Существует ли режим «постобучения»?

Открытие учебного класса — только первый шаг. После этого мы продолжаем активно участвовать в жизни студентов, читаем лекции, выступаем на Днях открытых дверей. Рассказываем о том, что происходит в мире IT, о глобальных тенденциях в отрасли, возможностях новейших технологий, делимся уникальной экспертизой и опытом других стран.

На глобальном уровне происходят значительные изменения, которые нужно принимать во внимание на этапе подготовки кадров. Отрасль переживает технологический прорыв. В повседневную жизнь входят такие инновации, как блокчейн, биг дата, интернет вещей, искусственный интеллект, виртуальная реальность и др.

Требования путешественников как никогда высоки, и владение цифровыми инструментами становится необходимым элементом туристического сервиса. Наше партнерство с учебными заведениями помогает готовить профессионалов с учетом требований времени, лучше раскрывать потенциал российской отрасли.

Кроме того, в ноябре 2018 года мы запустили Amadeus Live Travel Community — профессиональную онлайн-платформу для обмена знаниями с другими пользователями по продуктам и сервисам Amadeus по всему миру.

Иными словами, это площадка, где турагенты могут задавать вопросы по работе с продуктами Amadeus, помогать другим агентам, обсуждать новости и вести дискуссии на актуальные рабочие темы. Портал доступен на русском языке. **BT**

Беседовал Геннадий Габриэлян



Дмитрий БУГРОВ,

первый проректор Уральского федерального университета

«С участием специалистов Amadeus был разработан и внедрен в учебный процесс уникальный инструментально-прикладной методический комплекс «Информационные и коммуникативные технологии в туристской индустрии». Повышение квалификации уже прошли около тысячи специалистов сферы туризма, гостеприимства и авиаперевозок Урала и Сибири».

Искать необычное в обычном

Как завоевать и удержать клиента, укрепить свою команду, получить несколько профессиональных наград подряд, рассказывает генеральный директор компании «Демлинк» **Олег ШАБУЦКИЙ**.



Через полосу кризиса компания «Демлинк» прошла без потерь, даже напротив — укрупнилась, расширила свой бизнес. Как вам это удастся? Да, последние годы были крайне сложными для туристического рынка в целом. Конечно, нас это тоже коснулось, но только сплотило нашу команду и сделало ее еще более профессиональной. Секрет нашего успеха как раз в накопленном опыте и внедрении новых технологий с целью оптимизации процессов внутри компании и для клиентов. И, конечно, в коллективе! Это опыт, стаж работы и нацеленность на результат. Кроме того, мы стараемся приглашать в свою команду новых специалистов, которые привносят в нашу работу свой опыт и практики.

Насколько онлайн-решения «Демлинка» помогают вашему бизнесу и бизнесу ваших партнеров?

Онлайн-технологии — объект нашего пристального внимания и постоянного совершенствования. Видимо, благодаря этому на премии Russian Business Travel & MICE Award в 2016 и 2018 годах мы были признаны победителями в номинациях «Лучшая онлайн-система бронирования для бизнес-путешественников» и «Лучший онлайн-продукт в сфере MICE и делового туризма» соответственно. А также получили Диплом финалиста Премии Buying Business Travel Awards Russia&CIS в номинации «Лучший инструмент онлайн-бронирования (ОВТ)» с My.Demlink — online booking tool.

Мы постоянно совершенствуем наш «Личный кабинет». Это не только система бронирования, но и статистика, отчетность, оптимизация ценообразования, гибкость при формировании индивидуальных условий обслуживания. Все это позволяет персонализировать бизнес.

Какие тренды современного рынка MICE вы бы выделили?

Россия, Россия и еще раз Россия! Осваиваем регионы, ищем новых партнеров, предлагаем разнообразный продукт иностранным клиентам. Зарубежные направления всегда были привлекательны и разнообразны. Рынок меняется, и мы стараемся открывать для себя и наших клиентов новые страны и новые программы.

Рынок MICE высококонкурентен. Какие инструменты завоевания клиентов вы используете?

Главное — это личная коммуникация и качество обслуживания. Стараемся чаще встречаться с клиентами на наших многочисленных мероприятиях. Это бизнес-завтраки, на которых мы знакомим клиентов с нашими

новинками, разработками, тенденциями. Это бизнес-мероприятия, которые мы проводим совместно с нашими партнерами. Ну и, конечно, фам-трипы. Все это, с одной стороны, повышает уровень знаний наших клиентов, с другой — способствует пониманию нюансов работы каждого клиента, которые мы учитываем в ежедневной работе, соблюдая все стандарты качества обслуживания. Требования к проведению MICE-мероприятий очень меняются от года к году. Бюджеты строго контролируются, а наполнения программ при этом не должны страдать. Поэтому стараемся быть более креативными, искать необычное в обычном, находить свою изюминку в любом предложенном месте.

Какие интересные проекты были успешно реализованы компанией в прошлом году?

В качестве примера могу привести мероприятие в Тоскане, посвященное пятилетию одного из российских телеканалов. Примечательно, что церемонией его открытия также занималась наша компания. Для сотни человек на эксклюзивных условиях был забронирован отель 5* в высокий сезон. Во время работы над проектом было запрошено около 60 вариантов отелей и площадок для ивента, получены разрешения на проведение ночных мероприятий без ограничений до 4 часов утра, проведены интересные активности в уникальных местах Тосканы — в Сан-Джиминьяно и на старинной тосканской винодельне, специально был организован традиционный тосканский рынок и многое другое!

Не менее интересная программа была реализована в Сочи для группы в 125 человек одного из российских банков. В рамках мероприятия в условиях жесткого тайминга провели в горах квест «Покоряя стихии», организовали незапланированное живое выступление музыкантов за два часа до начала ужина по просьбе клиента (в то время, когда группа заканчивала конференцию), а также организовали тренинг с известным режиссером Звягинцевым.

Какие новые проекты вы представите в 2019 году?

Этот год мы планируем посвятить шлифовке и оптимизации внутренних процессов, которые будут способствовать повышению качества обслуживания и высокой эффективности использования рабочего времени сотрудников и наших клиентов. Также проведем ряд тренингов и обучающих мероприятий для сотрудников компании. И, конечно, будет много интересных новинок. Но об этом — позже! **BT**

Взгляд в будущее «Интуриста»

Туроператор «Интурист» готовится принимать поздравления с 90-летием. «Интурист» ведет свою историю с 1929 года и по праву считается одним из крупнейших и надежнейших туристических брендов. Во времена СССР «Интурист» был основным туристическим оператором, который занимался обслуживанием на территории Советского Союза, и является обладателем впечатляющего количества профессиональных наград и международных премий. В течение последних лет компания занимает лидирующие позиции не только в туристическом бизнесе на въездном и выездном направлениях, но и в деловом туризме и корпоративных мероприятиях, где успешно внедряет современные технологии и инновации. О работе в секторе MICE и business travel, новых проектах в этой сфере, сотрудничестве с корпоративными клиентами читателям ВТ рассказывает заместитель директора корпоративного департамента ООО «Туроператор Интурист» **Татьяна ФРОЛОВА**.

Расскажите, пожалуйста, о планах «Интуриста» по корпоративному направлению на 2019 год.

В планах компании на юбилейный год — увеличение количества реализованных мероприятий как собственных, так и со стратегическими партнерами в сегменте MICE, как в Москве, так и в регионах РФ и за рубежом, сохранение общего уровня клиентов в сегменте business travel, предоставление большего количества услуг в сопутствующих сегментах, запуск онлайн-решения для корпоративных заказчиков. Мы намерены увеличить число поставщиков услуг среди отелей с ростом доли прямых контрактов, выявить лучшие условия среди консолидаторов, а также заключить новые соглашения с поставщиками чартерных услуг для бизнес-авиации и перевозки грузов для обеспечения крупных концернов.

Можете подробнее рассказать о стратегических партнерах и о том, как планируете развивать направление MICE?

К настоящему моменту подписан ряд стратегических соглашений с корпоративными заказчиками. Это российские и всемирно известные зарубежные компании из сегментов фармацевтики, производства, HoReCa и других сегментов, где компания оказывает услуги business travel и организывает мероприятия разного уровня — как локальные встречи и презентации, так и крупные выездные бизнес-сессии с event-частью. В 2018 году команда «Интуриста» была усилена соответствующим направлением.

Недавно было подписано стратегическое соглашение с группой компаний «Инконнект», в партнерстве с которой будут реализовываться статусные бизнес-мероприятия, форумы, выставки. У компании серьезный опыт подготовки международных и общероссийских мероприятий, поэтому, объединяя компетенции, совместно ожидаем усиление данного направления. 3–5 апреля 2019 года в Москве «Интурист» выступит партнером на XV Всероссийском Форуме-выставке «ГОСЗАКАЗ». Во Всероссийском дне MICE в 2019 году планируем участвовать в статусе партнера, как и в 2018 году. «Интурист» как эксперт отрасли представит ряд сессий, посвященных современным трендам в туризме и развитию мероприятий в регионах.

Есть ли у компании интересные проекты в других направлениях?

Туроператор «Интурист» развивает уникальные проекты в сфере культуры. На протяжении долгих лет компания является постоянным парт-



нером в концертах Фонда М. Ростроповича и Центра оперного пения Галины Вишневской, сопровождая как гастроли самого оркестра, так и их гостей, а также участвует в совместных мероприятиях. Подписано соглашение с оргкомитетом Венского бала, в рамках которого «Интурист» выступает партнером и предлагает эксклюзивные пакеты для корпоративных клиентов, а также отвечает за размещение VIP-гостей, которые приезжают на бал.

Относительно новая история — создание направления по медицинскому туризму. Особенность состоит в том, что «Интурист» предлагает содействие не только выезжающим за границу, но и тем, кто из регионов и стран СНГ может приехать в Москву. Компания заключила прямой договор с клиникой «Хадасса». Ее филиал в Сколково работает по европейским стандартам с подключением врачей из основной клиники, находящейся в Израиле.

Какие изменения происходят в «Интуристе» в части business travel?

«Интурист», как и многие трэвел-агентства, занимается организацией и управлением командировками (бизнес-поездками) сотрудников компаний, в том числе государственных структур; обслуживанием индивидуальных запросов VIP-клиентов. При этом запускает онлайн-решение, которое соответствует всем современным запросам рынка трэвел-услуг. «Интурист» постоянно совершенствует уровень обслуживания своих клиентов, стремясь предоставить партнерам более оперативную и удобную услугу. **ВТ**



Будущее начинается сегодня

Туроператор «Интурист» объявил о запуске нового ИТ-продукта для своих клиентов сегмента business travel.

В НОГУ СО ВРЕМЕНЕМ

Рынок Business travel претерпевает сильные изменения. Меняются задачи клиентов, меняются и требования к их обслуживанию. Десять лет назад, например, клиенты не думали, что на бронирование и подтверждение услуг уйдет не более 15 минут, и не рассчитывали на ограничение выписки билетов в зависимости от авиакомпании и стоимости. Сейчас почти все крупные заказчики предъявляют требования, которые можно реализовать только с использованием современных технологий.

Длительный опыт работы «Интуриста» с компаниями показал, чего в первую очередь ждут клиенты от работы с программными средствами. Им нужны удобный и понятный интерфейс; минимальное, но достаточное количество функций, обеспечивающих выписку билетов и бронирование услуг; онлайн-бронирование и выписка (не бронирование в форме, а затем выписка вручную); наличие travel policy и согласование руководителями в случае превышения лимитов; статистика, доступ к информации с любого устройства в формате 24/7/365. Именно эти, наиболее часто выдвигаемые, требования легли в основу ТЗ к новому ИТ-продукту, который создавался «Интуристом» совместно с зарубежными партнерами.

НОВОЕ РЕШЕНИЕ, ШИРОКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ

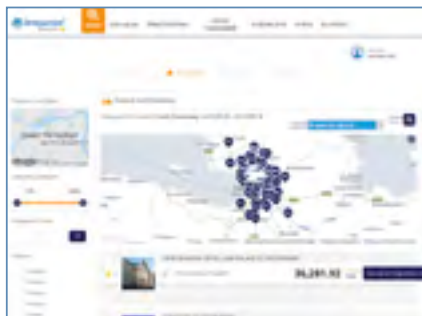
Решение для клиентов представляет собой универсальную интернет-платформу для организации деловых поездок в России и за рубежом. Инно-

вационная платформа позволяет подключить как собственный контент по отелям, так и контент других крупных поставщиков и консолидаторов. Для выписки билетов в ней интегрированы крупнейшие GDS, завершается подключение консолидатора по выписке железнодорожных билетов.

В результате сотрудники корпоративного заказчика от менеджера до руководителя без помощи трэвел-менеджеров «Интуриста» могут в одном окне забронировать и выписать билеты, забронировать отель и пр. Ответственный сотрудник заказчика, получив персональный логин и пароль в личном кабинете, может настроить оптимальную для компании travel policy и управлять бюджетом поездки. Система дает возможность контролировать весь процесс поездки сотрудников на каждом из этапов, при необходимости запрашивая авторизацию услуг у вышестоящего руководителя.

В список основных опций решения входит аннуляция услуг и билетов через онлайн, возможность поиска и бронирования на любом из носителей, в том числе на экране смартфона. Доступен блок с отчетами, настраиваемыми под требуемые задачи. Дополнительные преимущества системы — ее быстрдействие и безопасность, так как все данные клиента находятся на серверах на территории РФ. Интерфейс компании может быть настроен на разных языках.

Клиенты, которые тестируют данный продукт, положительно отзываются о решении, называя его доступным, простым, интуитивно понятным пользователю, с ним удобно работать и не требуется профессионального обучения. **BT**



- ♥ 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



115162, г. Москва, ул. Шаболовка, д. 31Г
Тел.: +7 (495) 956-41-65
Corp24@intourist.ru
www.intourist.ru

Бывает только один трансфер — идеальный



Компания Very Good Transfer известна новаторскими подходами к бизнесу трансферных операций и щепетильным отношением к качеству оказываемой услуги. Генеральный директор компании **Ирина ЕРМАКОВА** и директор по развитию **Роман МИХАЙЛИН** рассказывают о том, как обстоят дела в этом сегменте туристического бизнеса и к каким вершинам трансфера следует стремиться.

Известно, что Very Good Transfer, входя в первую тройку профильных компаний, имеет, по сути дела, многозадачную конфигурацию, в которую входят даже MICE-услуги. Почему в название вынесен трансфер?

Роман Михайлин. У трансфера бывает много лиц, и все в нашей компании подчинено именно ему. Мы предоставляем транспортные средства всех видов и категорий для транспортной поддержки того или иного вида MICE-мероприятий. Эта составляющая как раз и заказывается у нас самыми известными поставщиками MICE-продуктов, входя в их пакеты.

Ирина Ермакова. От автомобиля среднего класса до вертолета — таков разброс средств, которыми можно оперировать в современном трансфере.

Изложите философию современного трансфера так, как вы ее понимаете и осуществляете.

И.Е. На сегодняшний день классификация средств трансфера такова: средний класс, бизнес, бизнес плюс, а также микроавтобус и автобус. Это молодой рынок, ему не больше пятнадцати лет, а в оформившемся виде он существует и того меньше, лет десять. На первоначальном этапе все требования предъявлялись только к автомобилю: скажем, иномарка не старше пяти лет и т.д. Сегодня же на первое место выходит уровень сервиса, который формируется множеством факторов, включая внешний вид водителя и ту музыку, которая звучит в салоне. Цветы и кофе.

Теперь наша компания намерена идти дальше: от принципа класса к понятию категории трансфера — стандартная, бизнес, представительская. Это добавит

опций в выборе уровня заказа и обслуживания. Полагаем, что со временем рынок оценит такой новый подход, и он станет универсальным.

Р.М. Класс автомобиля будет подтягиваться к соответствующей категории, но сам он перестает быть определяющим фактором. Его недостаточно.

Расскажите об особенностях технологической цепочки трансферного процесса. Есть ли у компании эксклюзивное ноу-хау в этой области?

Р.М. Начнем с конца: отдел контроля качества у нас работает круглосуточно, в будни и праздники. Механизм же контроля синтетичен, если можно так сказать. С одной стороны, в нем применяется дедовский метод обзвона клиентов для получения отзывов из первых рук или уст, а с другой — в компании введены жесткие внутренние стандарты. За час до трансфера ответственный менеджер принимает окончательное решение по всем его составляющим, включая допуск конкретного водителя, и процесс запускается.

И.Е. Становление каждой компании идет постепенно — так было и у нас. Еще в 2014 году, на втором году существования, мы внедрили соглашение об уровне предоставления услуги (SLA). Это формальный договор между заказчиком услуги и ее поставщиком, содержащий описание услуги, права и обязанности сторон и, самое главное, согласованный уровень качества предоставления данной услуги. Данный 18-страничный документ включает требования не только к транспортным средствам, но и к системе онлайн-бронирования, бухгалтерии, всему на свете. Такой документ нам помогли создавать наши агенты, основные заказчики, за что им большое спасибо. Мы входили в мельчайшие детали — например, какие ремни безопасности должны применяться для обеспечения безопасности перевозимых пассажиров: двух- или трехточечные. С каждым новым клиентом подписывается кастомизированный договор SLA. Как мы уже сообщали прессе, в недалеком будущем рассчитываем запустить специальный обучающий проект, где наглядно, в виде фото- и видеоматериалов будут разбираться наши стандарты качества.

Р.М. Следующим этапом было получение в конце 2017 года сертификации ISO 9001:2015 в рамках международной системы менеджмента качества. Наконец, последним элементом стало дополнительное страхование ответственности Very Good Transfer'a как компании-агрегатора перед заказчиками услуг, а также дополнительное страхование пассажиров, их жизни, здоровья и имущества на время оказания услуги. Ясно, что это повысило рейтинг компании в глазах заказчиков, особенно зарубежных, где страхование считается одним из ключевых факторов. Страховщиком выступила компания «Согаз».

Несколько слов о масштабах деятельности компании. Как далеко простираются ее возможности?

Р.М. Полагаю, на этот вопрос ответит Ирина. Живя и работая в Новосибирске, она находится ближе к центру нашей страны.

И.Е. Карта деятельности компании — это в первую очередь вся Россия и все страны СНГ. Офисы в традиционном виде стали ненужными, если говорить о контакте клиента со службой бронирования. У нас отлично действует принцип «одного окна», или, если хотите, двух окон: это онлайн-бронирование и электронная почта. Обоими этими способами клиент может получить услугу в любой точке мира. Клиенты приходят к нам с большими объемами, которые не касаются одного города. Если говорить о дальнем зарубежье, то нами разработана система, позволяющая заказать русскоговорящего водителя в любой точке мира.

Как сформировалась клиентская база компании?

Р.М. Пригодился профессиональный бэкграунд. Например, мне довелось приобрести значительный опыт в Центральном совете по туризму и экскурсиям ВЦСПС, затем в одном из агентств делового туризма с профилем транспортного обслуживания. Сторону клиентов и их задач я хорошо понимал. Если говорить о технологии сотрудничества, то мы старались привлекать объемы плавно, а не лавинообразно, чтобы обеспечить заказчику максимальный комфорт. И сегодня мы тоже приходим к потенциальному клиенту с вопросом — какой объем перевозок вам было бы удобно нам передать? Это работает гораздо лучше, чем стремление получить всё и сразу.

И.Е. Привычка покупать сомнительные клиентские базы, как это делают некоторые компании, становится все большим анахронизмом. Наша база пополняется во многом благодаря рекомендациям существующих клиентов. Работает беспроводный телеграф. Отзывы о качестве услуг компании Very Good Transfer распространяются на выставках и других площадках, где общение партнеров всегда было достаточно тесным. Хорошая репутация определяет уровень рейтинга в деловых кругах. К настоящему времени мы имеем больше двухсот пятидесяти корпоративных клиентов.

Есть ли у вас индивидуальные клиенты и как вы к ним относитесь?

И.Е. Отношение одинаково трепетное ко всем. Индивидуальный клиент, как правило, приходит к нам в онлайн и получает ровно то же качество, что и корпоративный. Это не так сложно, поскольку именно у корпоративных клиентов ожидания и требования бывают максимально жесткими.



Ирина ЕРМАКОВА

У нас отлично действует принцип двух окон: это онлайн-бронирование и электронная почта. Обоими этими способами клиент может получить услугу в любой точке мира.

Сегодня на первое место выходит уровень сервиса, который включает внешний вид водителя и даже ту музыку, которая звучит в салоне.



Роман МИХАЙЛИН

Наша компания подчеркивает свою открытость к совместным проектам — это тоже относится к современным технологиям.

Сейчас активно тестируется новая система бронирования, которая откроет для поставщиков ряд инновационных окон. Получать и распределять заказы можно будет самым рациональным образом.

Какие современные технологии позволяют вам захватывать и сохранять конкурентное преимущество?

И.Е. Раньше было неизвестно, кто стоит за вывеской той или иной компании, а сейчас бизнес — это чье-то лицо. В личных аккаунтах соцсетей руководители компании разговаривают также и о работе. Не просто рассказывают об услуге, но и, пользуясь возможностями сетевого общения, показывают ее. В результате отношения с теми клиентами, которых мы добавили на свои странички, обретают новое качество. При должном внимании к социальным сетям и умении работать в них можно получить очень эффективную отдачу.

Но и онлайн применительно к бронированию продолжает оставаться в центре нашего внимания как очень эффективная технология. Мы продолжаем совершенствовать ее юзабилити для наших клиентов.

Р.М. Наша компания все время подчеркивает свою открытость к совместным проектам — и это тоже можно отнести, по моему представлению, к современным технологиям. Порой мы совершенно неожиданно находим точки соприкосновения с партнерами, которые казались нам совершенно непрофильными. Вот иллюстрация: в определенный момент нам понадобилась организация, которая предоставила бы профессионального фотографа для фиксации текущей, скажем так, истории компании Very Good Transfer и распространения соответствующей визуальной информации в информационных и представительских целях. Через какое-то время эта организация стала нашим партнером, подключив Very Good Transfer к обслуживанию собственных клиентов — это было выгодно и ей, и нам.

На регулярных встречах в рамках программы VGT-Партнер обсуждаются вопросы взаимодействия с партнерской сетью в Москве



Кто те люди, руками которых движутся механизмы компании? Как вы их подбираете?

Р.М. Рынок трансфера при всей его специфике достаточно узкий, поэтому есть возможность наблюдать за профессиональной деятельностью интересных для нас менеджеров. Так что хед-хантинг не исключается. Приглашаем также по рекомендации. Нанимаем перспективного человека и растим.

И.Е. Путь много, но главное в другом. Около полсотни работающих у нас сотрудников объединяет нечто общее: во-первых, они понимают, что есть сервис, и во-вторых, они хотят нести его клиенту. Словом, это максимально клиентоориентированные люди. Излишне также говорить, что атмосфера в коллективе тоже влияет на общее отношение к клиенту.

Какие цели ставит ваша компания на обозримое будущее?

И.Е. Задача всегда одна: максимально автоматизировать процесс бронирования, трансфера, сделать его предельно удобным. И тем самым поднять планку уровня сервиса и его качества, в том числе в регионах.

Р.М. На одной из дискуссионных площадок, где собрались профессионалы туротрасли, один из участников ответил на похожий вопрос коротко и ясно: «Выжить!» А другой переспросил: «Выжить самим или выжить кого-нибудь?»

А если серьезно, то продолжаем бить в одно место: сейчас активнейшим образом тестируется новая система бронирования, которую к марту рассчитываем вывести на рынок. Это наш собственный софт, который содержит новый набор функций и возможностей для клиентской стороны. Но и для поставщиков система тоже откроет ряд инновационных окон, которые позволят им получать и распределять заказы самым рациональным образом. Транспортных компаний-поставщиков, которые организуют обслуживание по нашим стандартам, уже несколько сотен, и мы очень заботимся о том, чтобы им было удобно с нами работать.

Дайте прогноз на развитие туристического бизнеса в ближайшие годы применительно к вашему сегменту.

Р.М. Независимо от внешних факторов отрасль будет расти, и общая роль онлайн-проектов также будет повышаться. Увеличится степень присутствия в системах онлайн-бронирования агентской, партнерской сети.

И.Е. Трансферный сервис в России, надо признать, на уровень ниже, чем в зарубежных странах, так что ему есть куда развиваться. Будем стремиться к мировым стандартам. Трансфер должен быть идеальным! **BT**

Беседовал Геннадий Габриэлян

Открываем сезон
весна-лето в Сочи!



DMC & EVENT

ФОРДЕВИНД

ДЕЛОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ
И КОРПОРАТИВНЫЙ ОТДЫХ



- Тимбилдинги в Олимпийском парке
- Тест-драйвы на трассе «Формулы-1»
- Вечеринки и опен-эйры на пляжных площадках
- Квесты на всесезонных курортах Красной Поляны
- Спортивные состязания на олимпийских стадионах
- Творческие мастер-классы на открытых площадках
- Экскурсионные программы в Кавказском заповеднике

+7 (862) 296-05-10
+7 (862) 555-10-25

info@forwind.ru
www.forwind.ru

RUSSIAN
BUSINESS TRAVEL &
MICE
AWARD

НАОМ
НАЦИОНАЛЬНАЯ АССОЦИАЦИЯ
ОРГАНИЗАТОРОВ МЕРОПРИЯТИЙ

Торгово-промышленная
палата города Сочи



MAXIMICE и 27Names установили «Правила игры»

Язык игры понятен всем. Жизнь становится ярче и проще, если «играть» вместе по общим правилам. В компании MAXIMICE, которая входит в тридцатку лучших ивент-агентств мира по версии BeaWorld, в этом уверены. Поэтому совместно с Альянсом коммуникационно-креативных агентств 27Names запустили международную кампанию Rules of Play.



Центральный элемент кампании Rules of Play («Правила игры») — короткометражный фильм о 27 делегатах, собравшихся в самом сердце Европы. Интрига в том, что все они — дети. И съехались, чтобы составить договор: «Мы открыты для каждого, экспериментируй, слушай, играй честно и наслаждайся».

«Любой ивент, даже самый серьезный — это всё равно немного игра, преследующая определенные цели. Их гораздо проще достичь вместе, налаживая связи, радуясь общению, создавая живые коммуникации. То есть делая то, что так легко удается детям. Мы готовы помочь в этом нашим клиентам — ведь это основа нашего бизнеса», — говорит Елена Мельникова, основатель и генеральный директор компании MAXIMICE, эксклюзивного представителя 27Names в России.



«Живые коммуникации сыграют огромную роль в совместных достижениях европейцев, если мы все будем действовать сообща. Поскольку в живом общении нет места обману», — так Воутер Бойтс, председатель правления европейской сети агентств живых коммуникаций 27Names, комментирует идею кампании «Правила игры».

Старт кампании приурочен к 10-летию создания 27Names.

На сайте инициативы www.27names.com/rulesofplay можно подписать «Правила игры» и поделиться этой новостью.



Заполните бланк-заказ и пришлите нам —
L.Tarasyuk@tourbus.ru или **L.Lavrova@tourbus.ru**
 На основании вашей заявки мы отправим
 вам счет на оплату.
 Дополнительная информация: **(495) 723-72-72**

БЛАНК-ЗАКАЗ НА ПОДПИСКУ

(укажите издание и количество комплектов)

Фирма _____

Профиль деятельности: турагентство/ туроператор/
 учебное заведение/ частное лицо/ другое (указать) _____

ФИО получателя _____

Должность _____

Индекс _____ Факт. адрес _____

Тел./факс _____

e-mail _____

ИНН _____

КПП _____

**Подписка на 2019 год
 продолжается!**

ТУРБИЗНЕС
 (8 выпусков)
2960,00 руб.

BUSINESS TRAVEL
 (4 выпуска)
1480,00 руб.

BE IN RUSSIA — год будет динамичным

У проекта BE IN RUSSIA — насыщенная программа мероприятий, и это уже традиция.

В 2019 году проект BE IN RUSSIA выступает организатором самого масштабного отраслевого события за всю историю MICE-индустрии России — MICE DAY в регионах России. Мероприятия Всероссийского дня MICE пройдут в пяти городах: Ростове-на-Дону (31 мая), Екатеринбурге (28 июня), Санкт-Петербурге (13 сентября), Москве (10 октября) и Сочи (14 ноября).

Во всех этих городах BE IN RUSSIA проведет свои воркшопы, которые объединят корпоративных заказчиков, представителей MICE&Event-агентств, конгрессно-выставочных бюро, администраций регионов и городов России,

профессионалов российской индустрии гостеприимства, организаторов мероприятий.

С 2016 года BE IN RUSSIA проведено свыше трех десятков мероприятий, в которых приняли участие более 400 самых активных российских MICE-поставщиков и около 5000 представителей корпоративных заказчиков и московских MICE-агентств.

Воркшопы BE IN RUSSIA дают заказчикам мероприятий возможность познакомиться с региональными продуктами и выбрать лучшее для себя.

Для участия в региональных воркшопах в качестве заказчика стоит воспользоваться программой Hosted Buyers, регистрация открыта на сайтах www.beinrussia.ru и www.miceday.ru.



Raketa: движение по ориентирам

Игрок, вышедший на рынок в апреле 2018-го, подводит первые итоги и делится планами на ближайшее будущее.

Меньше года назад команда Raketa приняла решение о переходе в статус нейтральной платформы для организации деловых поездок. По словам генерального директора Raketa Анатолия Курюмова, стержнем идеологии новой компании стала ориентация на корпоративных клиентов и оптимизация системы в соответствии с их потребностями. «За прошедшие девять месяцев Raketa в несколько раз увеличила скорость имплементации клиентов, разработала уникальную технологию ускоренной интеграции любых поставщиков, приступила к разработке сценариев самостоятельной кастомизации системы под нужды клиента агентствами и дру-

гих инноваций, которые будут представлены в 2019 году», — сообщает Анатолий Курюмов.

Компания намерена увеличивать число доступных в системе поставщиков, расширять географию присутствия (сейчас она представлена в России, Украине, Беларуси, Казахстане и Азербайджане), обновлять мобильное приложение. Планируется провести ряд клиентских мероприятий нового формата.

Успехи компании не остались без внимания экспертного сообщества. По заключению жюри премии Buying Business Travel Awards 2018, Raketa победила в номинации «Лучший инструмент онлайн-бронирования». Также Raketa стала лауреатом премии Russian Business Travel & MICE Awards как «Лучший онлайн-продукт в сфере MICE и делового туризма».

«Демлинк» приглашает в свой клуб

Компания «Демлинк» поздравляет всех с активным началом 2019 года и приглашает заказчиков в области business travel & MICE к участию в мероприятиях Demlink Club.

Мероприятия, которые предлагает Demlink Club, направлены на расширение кругозора в туристической сфере и повышение уровня знаний. Они помогают трэвел-координаторам, административным менеджерам и сотрудникам, отвечающим за организацию мероприятий, ориентироваться в появившихся на рынке продуктах и услугах. Компания заинтересована в долгосрочном сотрудничестве с корпоративными заказчиками, поэтому Demlink Club дает множество информационных поводов для глубокого профессионального и неформального общения, обмена опытом и мнениями на различных клубных мероприятиях.

В 2018 году в рамках Demlink Club проведено 23 мероприятия для клиентов. Это деловые завтраки по паспортно-визовому обслуживанию, по возможностям различных департаментов компании «Демлинк» и другие встречи. Совместные мероприятия с партнерами — маркетинговыми компаниями, отельными цепочками, национальными офисами по туризму и конгресс-бюро разных стран, фам-трипы по России и другим странам мира — все это помогает клиентам «Демлинка» при планировании деловых поездок и инсентив-туров.





AZIMUT ОТЕЛЬ СИБИРЬ

3*

ДАТА РЕНОВАЦИИ

завершена в январе 2019 г.



РАСПОЛОЖЕНИЕ

Новосибирск, ул. Ленина, д. 21



НОМЕРНОЙ ФОНД

259 номеров



СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ

от 2679 руб. за сутки в стандартном двухместном номере



К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ



Все номера оснащены телевизором со спутниковыми каналами. В некоторых есть мини-бар. В распоряжении гостей уютные гостиные зоны. Бесплатный Wi-Fi на всей территории отеля. Ресторан #СИБИРЬСИБИРЬ признан лучшей ресторанный концепцией 2016 года, есть кондитерская с десертами ручной работы.

КОНФЕРЕНЦ-ВОЗМОЖНОСТИ

Общая площадь конференц-залов составляет около 1000 кв. м, они позволяют собрать в одном месте до 500 человек. Самый вместительный из залов, FORUM, может принять до 120 гостей, а самые маленькие — Conference и Panorama — рассчитаны на группы до 20 человек. В каждом номере отеля оборудовано рабочее место. В бизнес-уголке можно распечатать документы.

СПРАВКА «ВТ»

AZIMUT Отель Сибирь расположен в центре города. В январе 2019 г. завершилась его реновация — открыты семь современных мультиформатных конференц-залов. Новые площадки для широкого круга мероприятий, оборудованные системой «умный дом», существенно расширили конференц-возможности Новосибирска.

CROWNE PLAZA UFA — CONGRESS HOTEL

5*

ДАТА ОТКРЫТИЯ

перешел под бренд Crowne Plaza в феврале 2019 г.



РАСПОЛОЖЕНИЕ

Уфа, ул. Цюрупы, д. 7



НОМЕРНОЙ ФОНД

161 номер от категории «делюкс» до президентского люкса, есть клубные номера



СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ

от 4500 руб. на номер «Делюкс»



К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ



В структуру отеля входят два ресторана, спа-салон и фитнес-центр.

КОНФЕРЕНЦ-ВОЗМОЖНОСТИ

К услугам гостей 12 оснащенных конференц-залов вместимостью от 12 до 500 гостей. Все залы оборудованы акустическими системами, источниками объемного звука, встроенными экранами и различными вариантами освещения.

СПРАВКА «ВТ»

Единственный в Уфе пятизвездочный отель Congress Hotel Ufa, бывший Sheraton Ufa, с февраля перешел под бренд Crowne Plaza (принадлежит британской InterContinental Hotels Group). Отель был построен к саммитам ШОС и БРИКС в 2015 г.

Crowne Plaza Ufa — Congress Hotel находится в 30 минутах езды от международного аэропорта и расположен в деловом центре Уфы рядом с правительственным кварталом, парками и достопримечательностями.




CROWNE PLAZA MOSCOW — TRETYAKOVSKAYA


4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ

январь 2019 г.

 **РАСПОЛОЖЕНИЕ**
Москва, Озерковская наб., д. 26

 **НОМЕРНОЙ ФОНД**
159 номеров

 **СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ**
от 4000 руб за улучшенный двухместный номер

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ
 Номера оснащены всем необходимым для эффективной работы и отдыха, в том числе высокоскоростным Wi-Fi. Из большинства номеров открывается великолепный вид на город. Для отдыха и спорта есть тренажерный зал и wellness-центр 24/7. Ресторан «Топаз» на первом этаже отеля предлагает блюда европейской и азиатской кухни.

КОНФЕРЕНЦ-ВОЗМОЖНОСТИ

В отеле три конференц-зала: от переговорной на 10 человек до просторных помещений, вмещающих до 100 гостей.

СПРАВКА «ВТ»


Отель Crowne Plaza Moscow — Tretyakovskaya открыт в феврале 2019 г. Он расположен в центре столицы: в 20 минутах ходьбы от Красной площади и знаменитой Третьяковской галереи, в историческом районе Замоскворечье.

РЕНТАНОТЕЛ МОСКВА, АРБАТ


4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ

февраль 2019 г.

 **РАСПОЛОЖЕНИЕ**
Москва, Новый Арбат, д. 15

 **НОМЕРНОЙ ФОНД**
228 номеров

 **СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ**
от 3900 руб. за стандартный номер

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ
 В отеле есть фитнес-центр, терраса и общий лаунж. Предоставляется бесплатный Wi-Fi. Все номера оснащены кондиционером, телевизором с плоским экраном и мини-баром. Завтрак — «шведский стол». Гости могут заказать напитки в баре. На территории отеля предлагается прокат велосипедов. Своим постояльцам Pentahotel Москва, Арбат предлагает совмещенный с ключом от номера путеводитель по Москве. Чтобы облегчить навигацию по городу, во всех номерах на стене нарисована карта прилегающей к отелю части столицы.

КОНФЕРЕНЦ-ВОЗМОЖНОСТИ

Есть конференц-центр и банкетный зал.

СПРАВКА «ВТ»

Pentahotel Москва, Арбат открылся в феврале 2019 г. в комплексе The Book — проекте девелопера Capital Group. The Book — это многофункциональный жилой комплекс в легендарном «доме-книжке». В результате масштабного капитального ремонта 26-этажное здание объединило в себе сервисные апартаменты, апартаменты для постоянного проживания и отель международной сети.



Расширяем географию

В сезоне лета 2019 года российские и зарубежные авиаперевозчики значительно расширяют свою маршрутную сеть, делая более доступными для организации MICE-мероприятий как многие города РФ, так и заграничные регионы. По предварительным данным, весной и летом появится более 50 новых рейсов для поездок по России и из нее.

Владимир Сергачев

Предпосылкой для этого служат результаты 2018 года, по итогам которого российские перевозчики обслужили почти 116,2 млн пассажиров, превывсив показатели 2017-го на 10,5%. Да и показатели начала этого года говорят об укреплении тренда на рост пассажиропотока. Причем в 2019 году стала заметна тенденция на открытие новых межрегиональных рейсов внутри России, благодаря которым организация деловых мероприятий становится дешевле и удобнее. Ведь если в рамках инсентив-тура или поездки на профильную конференцию группа имеет возможность добраться в тот или иной город напрямую, без пересадки в Москве, это экономит и время, и деньги.

Особенно обещает преуспеть в этом Utair, которая запустит в оборот более десятка новых межрегиональных маршрутов. В частности, авиакомпания открывает рейсы из Астрахани и Нижневартовска в Сочи, из Волгограда в Казань, из Сургута — в Анапу и Пермь, а из Тюмени — в Екатеринбург, Краснодар, Минеральные Воды и Ханты-Мансийск. Кроме того, ее лайнеры полетят из Уфы в Казань и Самару, а также из Ханты-Мансийска — в Екатеринбург и Петербург. Кроме этого перевозчика, весной и летом активно намерены развивать внутрироссийскую маршрутную сеть «Руслайн» (она свяжет по воздуху Екатеринбург и Горно-Алтайск, Воронеж и Калининград) и «Азимут», которая организует рейсы между Элистой (Калмыкия) и Симферопо-

лем, а также планирует приступить к выполнению полетов между Крымом и Ростовом-на-Дону, Симферополем и Минеральными Водами. И конечно, свою лепту в развитие межрегиональных маршрутов внесет «Победа», которая намерена начать полеты из Петербурга в Казань, из Сочи — в Киров, а из Москвы — в Ульяновск и Омск. При этом хорошо заметен акцент многих перевозчиков на освоении маршрутов в Крым, благодаря чему на направлении могут снижаться цены, а проведение тех или иных деловых событий становится менее затратным.

Что касается расширения зарубежной полетной программы, здесь авиаторы готовы порадовать организаторов деловых мероприятий большим выбором новых направлений. Причем они появляются не только в Москве, но и в регионах, из которых теперь можно долететь до городов за рубежом напрямую.

Варианты? Их масса. S7 Airlines, например, на карте полетов которой в 2018-м появилось сразу 30 новых маршрутов (включая Рейкьявик, Тенерифе, Сардинию, Бари и Нячанг), в 2019-м из Петербурга будет отправлять пассажиров регулярными рейсами в Пальма-де-Майорку, Барселону и на Сардинию (Ольбия). Из Новосибирска — в Батуми и Бухару. А Ницца этим летом с ее помощью станет более доступна деловым путешественникам как из Москвы, так и из Петербурга. «Регулярные рейсы на Лазурный берег из Москвы и Петербурга впервые появляются в расписании S7 Airlines, —

говорит по этому поводу коммерческий директор S7 Group Игорь Веретенников. — Мы очень рады предложить пассажирам возможность путешествовать на Средиземноморское побережье Франции: Ницца часто становится отправной точкой для изучения всего побережья с его популярными курортами (Сан-Тропе, Антиб, Канны, Монако)». В свою очередь, «Уральские авиалинии» полетят из столицы РФ в Мумбаи, Бордо и Монпелье, а из подмосковного Жуковского — в Париж.

Есть новинки и у многих других перевозчиков. Например, Aigle Azur и «Аэрофлот» запустят в этом году прямые рейсы из Москвы в Марсель. SunExpress организует прямые перелеты из Петербурга в Измир, Ellinair Airlines свяжет Воронеж с Салониками, а Air Serbia станет отправлять деловых людей напрямую из Краснодара в Белград. В свою очередь, Turkish Airlines, открывающая в этом сезоне перелет в Анталья из Петербурга, тем самым делает более доступной широкую маршрутную сеть перевозчика, в которую в этом году войдут такие новинки, как Марракеш, Шарджа, Денпасар, Мехико и Канкун. Если учесть, что на рынке в наличии имеются и другие новые предложения (к примеру, перелет на крыльях Vuta Airways из Астрахани в Баку), выбор у организаторов MICE-мероприятий в летнем сезоне 2019 года резко вырастет. Причем гораздо более доступными для них и их клиентов становятся как многие внутрироссийские туристические дестинации, так и страны зарубежья. **BT**

Маловато будет



После успешного проведения чемпионата мира по футболу 2018 года самый западный регион России обзавелся объектами инфраструктуры, которые делают его еще более интересным для MICE-туризма. Вместе с тем эксперты уверены: Калининградской области не хватает площадок, способных одновременно принять более 350 участников.

Представители компаний, занимающихся организацией конференций, форумов, семинаров и тренингов, в один голос заявляют: сейчас Калининградская область располагает одной из лучших в стране инфраструктурой для проведения различного рода деловых мероприятий. Не случайно в регионе систематически про-

ходят десятки событий (Baltic Digital Days, Amberforum, GDG DevFest Kaliningrad, West Horeca Forum и т.д.), а внимание к нему со стороны организаторов MICE-мероприятий продолжает расти.

Однако как местные, так и столичные специалисты убеждены — по части развития делового туризма области есть к чему стремиться.

Владимир Сергачев

КЭНИГ MICE

УНИКАЛЬНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ
В САМОЙ ЗАПАДНОЙ
ТОЧКЕ РОССИИ

+7 (4012) 931-931



mice@baltica.ru
www.balticmice.com





Михаил ДРУТМАН,
руководитель «Балтма Турс»

Помимо стандартных вариантов проведения конференций (в гостинице), в Калининградской области клиенту можно предложить необычные и уникальные площадки. Есть интерес к прусской фортификации и реконструкциям штурма Кенигсберга, к командообразующим «морским» программам на базе Музея Мирового океана и сплавам на байдарках в восточной части области. Но спросом пользуются и посещение национального парка «Куршская коса», где можно продегустировать местную копченую рыбу, и мастер-классы по приготовлению традиционных кенигсбергских клопсов и марципана.



Светлана БЕЛОВА,
руководитель департамента въездного туризма компании «Демлинк»

В Калининградской области есть и богатейшая история, и очень красивая природа, и возможности для спортивного туризма и пляжного отдыха на курортах. Но хотелось бы более активной реконструкции исторических архитектурных объектов: в их числе замки Вальдау, Инстербург и Георгенбург в Черняховске. Все это можно обыгрывать в рамках проведения мероприятий как дополнение к деловой части, а также отдельно для тимбилдингов и инсентив-поездов.



НОВИНКИ РАДУЮТ

В настоящее время общая емкость номерного фонда в гостиницах Калининградской области приближается к 13 тыс., а построенные к ЧМ-2018 новинки вовсю используют в качестве объектов размещения деловых туристов. В числе подходящих для тех или иных деловых мероприятий эксперты называют первый в истории Калининграда пятизвездный отель Crystal House Suite Hotel & SPA, а также ряд гостиниц уровня 4* (Radisson, Mercure, Holiday Inn, «Кайзерхоф»).

Crystal House Suite Hotel & SPA, в частности, удачно расположен в центре города и имеет широкие возможности для приема деловых гостей. В том числе и конференц-зал (до 150 мест), который представляет собой двухуровневую галерею: ее пространство позволяет проводить как форумы или семинары, так и модные показы или концерты. В свою очередь, новый Holiday Inn располагает тремя залами вместимостью от 30 до 160 человек и способен обеспечить полный спектр услуг, включая кейтеринг.

Кроме расположенных в областном центре, есть годные для организации деловых мероприятий объекты и в области. К ним относят, в частности, отель Schloss 5* в Янтарном, где можно проводить VIP-мероприятия, а также ряд оздоровительных учреждений. С учетом современного тренда развития делового туризма (business + leisure = bleisure), приморские

Зеленоградск или Светлогорск оказываются достаточно интересными местами проведения корпоративных событий, несмотря на то что не могут предложить для размещения гостиницы с фондом больше 40–50 номеров. При этом в Светлогорске, к примеру, есть и отличная площадка под деловую часть («Янтарь Холл»), которая представляет собой современный многофункциональный комплекс с трансформируемым в зависимости от поставленных задач концертным залом и шестью конференц-залами.

Вместе с тем эксперты замечают: наиболее оптимальный вариант для проведения деловых событий в Калининграде — отель Radisson с отличными конференц-возможностями (три зала, семь переговорных комнат, 178 номеров). А основным «слабым местом» инфраструктуры называют отсутствие объектов, которые одновременно могли бы принять больше 350 гостей. «В регионе нет гостиниц, которые могут принять мероприятия с количеством участников более 300 человек, — констатирует руководитель «Балтма Турс» Михаил Друтман. — Поэтому потребность в больших отелях с соответствующими конференц-возможностями, а также в площадках для крупных мероприятий по-прежнему существует». Его коллеги добавляют: области не хватает не только вместительных отелей, но и соответствующих площадей для проведения событий. В этой связи часть экспертов уверена: региону очень

нужен быстро трансформируемый конгресс-центр большой вместимости (хотя бы от 500 человек), оснащенный всем необходимым. Такой, чтобы днем в нем мог проходить крупный бизнес-форум, а вечером — концерт рок-музыки. И в АО «Корпорация развития Калининградской области» полагают, что такой проект может быть реализован, поскольку в этом случае регион будет принимать большие российские и международные форумы круглый год и займет подрастающее ему место на рынке MICE-туризма.

В ПОИСКАХ ЛУЧШЕГО

По оценкам специалистов, в настоящее время Калининградская область в силу своих природных и культурно-исторических особенностей пользуется довольно высоким спросом среди организаторов конференций и инсентивов. Однако может и больше...

Сколько длится типичный деловой тур? По оценке Михаила Друтмана, средняя продолжительность MICE-мероприятий при средней же численности групп в 40–70 человек составляет три-четыре дня, в которые входят как деловая часть, так и развлекательная программа, включающая экскурсии, тимбилдинги и квесты. При этом растет спрос на bleisure, а наибольшим спросом пользуются инсентив-программы в виде квестов по музейным объектам Калининграда, связанным с историей.

Светлана Белова, руководитель департамента въездного туризма компании «Демлинк», отмечает, что средняя продолжительность мероприятий в регионе составляет от двух до четырех дней, а численность группы колеблется от 30 до 120 человек. «Бюджеты самые разные, в зависимости от запросов клиентов», — говорит она. И тоже подчеркивает, что растет спрос на программы bleisure, так как клиенты стараются задержаться в регионе, посетить культурные и спортивные мероприятия, насладиться уникальной природой и заповедными местами. В связи с чем «Демлинк» предлагает включать в программы посещение концертов, фестивалей и других подобных мероприятий.

Об особом интересе к «изюминке» программы говорит и партнер компании CORPUS GLOBAL MICE and EVENT Наталья Волкова. «Клиенты всегда просят историчности: это и квесты, и тимбилдинги в замковых руинах, и легенды о жителях прусской земли, — рассказывает она. — Бывает, что заказчик уходит и в спортивную тему — кроссфит, яхтинг, спортивное ориентирование. Но даже подобные программы пропитаны духом прусской земли, и обязательно надо сделать так, чтобы все мероприятия были в стиле #wow_mice!» По ее мнению, в 4–5-дневном MICE-мероприятии один день обычно выделяют под активную программу. Но часто под активности освобождают вторую половину дня, отводя на них 4–5 часов, а Калининград настолько уникален, что предоставляет возможность организовать

любые форматы. «Можно поиграть в войну на форте, поплавать на кораблях или яхтах, полетать на самолетах, — перечисляет она. — Как вариант — покормить редких племенных лошадок и обучиться верховой езде, побывать в подземелье коньячного завода и т. д. — перечислять можно бесконечно».

Примерно то же самое говорят и другие эксперты: в регионе запросто могут «погрузить» в самые разные времена и эпохи, а выбор разнообразия вариантов ограничивается только желаниями и бюджетом клиента.

УДОБРИТЬ «ПОЧВУ»

Кроме нехватки больших отелей, есть в регионе и несколько других «узких» для MICE-туризма мест. В частности, игроки рынка сетуют на нехватку качественных туристических автобусов в возрасте не старше трех лет, отсутствие конвеншн-бюро и недостаточный уровень развития местного бизнеса. «К сожалению, шагов по созданию централизованной платформы по событийным вещам и конвеншн-бюро пока не предпринимается, хотя туристический инфоцентр в городе работает очень активно», — констатирует Михаил Друтман.

Наталья Волкова добавляет, что, помимо проблемы с привозом в регион больших (от 350 человек) групп, по-прежнему осталась нерешенной и проблема наличия хороших туристических автобусов. «Компаний, занимающихся пассажирскими пере-



АГЕНТСТВО МОРЕ

Ваш эксперт в области проведения мероприятий

+7 4012 398 313

www.more-agency.ru

event@more-agency.ru



КАЛИНИНГРАД



Наталья ВОЛКОВА,

партнер компании CORPUS GLOBAL MICE and EVENT

Для удовлетворения потребностей клиентов региону очень не хватает технологических «фишек» нового поколения. VR, голографические эффекты, столы для трехмерных инсталляций и подобные популярные штуки мы везем из Большой России или от соседей, поляков и литовцев. Аналогичная ситуация с ведущими, артистами и коллективами. Нет, для приехавшей в первый раз группы — все классно и в новинку. Но когда 13 лет ты работаешь с одними и теми же лицами... Очень ждем «свежей крови».



**Татьяна
ЕФИМОВА,**

генеральный директор компании
«Море»

Сейчас в запросе клиента основной акцент все чаще делается на концептуальную составляющую мероприятия — все дни 3–4-дневной программы должны быть объединены одной идеей. Наша задача — совместить логику организации с креативным наполнением. И Калининград с его необычной историей и уникальным местоположением дает возможность предложить массу вариантов — от погружения в рыцарство до поиска Янтарной комнаты.

возками, особо не прибавилось», — считает она. Что касается «почвы» для развития регионального делового туризма, то местный бизнес пока не очень охотно использует его возможности. А с учетом того, что некоторые объекты размещения сами активно выходят на рынок MICE-услуг, спектр потенциальных заказчиков «размывается» и по тем, кто готов предложить хотя бы минимум.

Вывод? При наличии изрядного запаса креатива и широкого выбора интересных заказчику предло-

жений по ряду причин (нехватка объектов для больших мероприятий, сложная логистика и т. п.) Калининградская область пока не до конца раскрыла свой MICE-потенциал. Однако желание принимать деловые мероприятия любого уровня у региона есть, и можно быть уверенным в том, что со временем тысячи бизнес-туристов смогут не только поучаствовать на ее территории в конференциях, но и научиться готовить марципаны или отправиться на поиск Янтарной комнаты. **ВТ**

5 ИДЕЙ ИНСЕНТИВ-ТУРОВ ПО КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ



1 Янтарный тур. Участники интерактивной программы смогут увидеть, как добывают, обрабатывают и используют «солнечный камень»: их ждут интересные экскурсии и увлекательные командные квесты, которые обязательно увязаны с янтарем и его производными.



2 Попробуй регион на вкус. Участникам программы предоставляется возможность не только продегустировать, но в ряде случаев и самостоятельно приготовить местные гастрономические специалитеты.



3 Крепость Кенигсберг. Гости получают возможность исследовать город как единое фортификационное сооружение, погрузившись в его историю и «живьем» изучая оборонительные валы и форты.



4 На пересечении культур. Участники инсентив-тура познакомятся с Калининградом как местом, в котором тесно переплетаются архитектура, традиции, культура и обычаи Восточной Пруссии и современного российского города.



5 Эко-уикенд на Балтике. Предполагает посещение Куршской и Балтийской кос, а также ряда других природных объектов Калининградской области. Программа предусматривает организацию интерактивных мероприятий на свежем воздухе.

1,52 млн

туристов посетили регион в 2018 году по данным Министерства по культуре и туризму Калининградской области. Примерно 10% из которых, были гостями из-за рубежа. При этом основными поставщиками клиентов стали Москва и Петербург, Северо-Запад и Центр России, а также такие страны, как Польша, Германия, Беларусь, Латвия, Литва и Эстония.



Проверенная временем классика

Франция — вторая по величине экономика Европы и ведущее туристическое направление в мире. Легкая транспортная доступность, развитая инфраструктура и богатое культурное наследие делают ее ключевым игроком на рынке MICE-мероприятий, а высокий уровень сервиса, потрясающая кухня и великолепные вина неизменно поднимают уровень делового общения.

По данным Pacific World Destination Index, Франция входит в тройку самых популярных MICE-направлений Европы. Возможности страны в сфере делового туризма действительно впечатляют — 95 конференц-центров в общей сложности на 147 900 мест, 2000 площадок вместимостью до 200 человек, 15 конференц-центров, способных принять 4000 участников, и 80 выставочных центров, имеющих общую площадь 1 800 000 кв. м. Помимо этого, сегмент делового туризма обслуживают высококлассные отели уровня 3-5*, имеющие аудитории и конференц-залы, оснащенные всем необходимым оборудованием, и предоставляющие целый спектр сопутствующих услуг.

Большой потенциал позволил Франции стать одним из европейских лидеров и ведущим игроком в организации крупных культурных, деловых и спортивных мероприятий. Ежегодно здесь происходят события поистине глобального масштаба: Парижская неделя моды, Международная ярмарка в Лионе, Каннский международный кинофестиваль, Международная ярмарка в Бордо, теннисный турнир Ролан Гаррос. Один из современных французских трендов — проведение MICE в дни крупных событийных мероприятий, таких как лионский «Фестиваль огня», гастрономический фестиваль «Звезды Мужена» на Лазурном берегу или проходящий в июне по всей Франции праздник музыки Fete de la Musique.

Наталья Якубова



Наталья ЗАХАРОВА,

руководитель отдела
MICE FCM Travel Solutions

В Топе деловых мероприятий по-прежнему остается Париж и программы вокруг него. Для инсентива летом наши клиенты отдадут предпочтение югу Франции, а зимой — Межеву и Валь-де-Изере. Один из последних трендов — растущая популярность деловых мероприятий, проводимых на водных курортах — Виши и Эвиане, где после деловой части у клиентов есть возможность отдохнуть в спа-комплексе. Продолжительность поездок, как правило, 3–5 дней. В деловых поездках в Париж численность групп обычно колеблется в пределах 50–70 человек, в инсентивах — 12–18 человек.

На российском рынке Франция входит в тройку самых востребованных MICE-направлений, уступая по числу поездок только России и странам СНГ. В структуре портфеля заказов лидируют деловые поездки (66,7%), 19% приходится на конгрессы и конференции, 4,8% — на выставки и ярмарки. Среди направлений в тройке лидеров — Париж (17,9%), Лион (14,4%) и Лазурный берег (14,4%).

Данные аналитического исследования Atout France и медиахолдинга «Турбизнес».

Франция продолжает радовать и за стенами конференц-залов. Яркая культурная составляющая есть практически в любом французском регионе и не ограничивается только Парижем. Организаторы MICE всегда найдут направление, отвечающее запросам их клиентов, — горные лыжи во Французских Альпах, серфинг в Биаррице, термальные воды Виши или хайкинг к потухшим вулканам Оверни. В Пикардию приезжают, чтобы увидеть монументальные готические соборы, на Луару — чтобы пройтись по замкам французских королей. Среди самых востребованных винные и гастрономические туры: сырные маршруты Нормандии, винные хозяйства Бордо, Бургундии и Шампани, устричные фермы Канкаля и Аркашона.

На российском рынке Франция входит в тройку самых востребованных MICE-направлений, уступая по числу поездок только России и странам СНГ. Спрос на нее в 2018 году остался на уровне предыдущего года у 47% игроков рынка, а у 28% превысил показатели 2017. При этом большинство планирует увеличение объема заказов в 2019 году от 5% до 15%. В структуре портфеля лидируют деловые поездки (66,7%); 19% приходится на конгрессы и конференции; 4,8% — на выставки и ярмарки. Среди направлений в тройке лидеров по-прежнему Париж (17,9%), Лион (14,4%) и Лазурный берег (14,4%). (Данные аналитического исследования Atout France.)

ПРОСТО СТОЛИЦА

Международная ассоциация конгрессов и конференций (ICCA) ставит Париж на верхнюю ступень мирового пьедестала почета по числу корпоративных событий. Согласно ее статистике, в нем ежегодно проводится около 520 международных конференций различного масштаба. Кроме того, он занимает первое место в Европе и третье в мире как площадка для проведения торговых ярмарок.

Один из самых востребованных — Конгресс-центр Броньяр (Centre de Conférences Palais Brongniart), где прежде располагалась Парижская фондовая биржа. За год здесь проводится более 400 MICE-мероприятий: семинары, конференции, конгрессы, выставки и ярмарки, показы мод, престижные приемы. Всего в конгресс-центре девять залов общей площадью 3000 кв. м. Самая вместительная Большая Аудитория площадью 850 кв. м имеет собственный ресепшен, фойе-бар и две гардеробные. Все 602 кре-

сла в ней оборудованы встроенными планшетами. Среди других залов особенно выделяется роскошный Салон Чести, декорированный в духе XIX века, но обладающий всем необходимым для организации конференции.

Хорошо зарекомендовавшее себя место для MICE-мероприятий — отель Westminster в престижном районе высокой моды в двух шагах от Лувра и садов Тюильри. Такое расположение дает возможность участникам деловых встреч, не затрачивая много времени, познакомиться с самыми интересными достопримечательностями французской столицы. Пять многофункциональных залов отеля, выдержанных в изысканном стиле Наполеона III, позволяют проводить семинары, конференции и деловые встречи на самом высоком уровне.



Глобальная площадка французской столицы — крупнейший выставочный центр Европы Париж Экспо Порт де Версаль (Paris Expo Porte de Versailles), принимающий более 200 мероприятий в год. На площади 35 га здесь разместились восемь выставочных павильонов, два зрительных зала и 32 конференц-зала. Это традиционное место проведения престижного Парижского автосалона и Парижской Международной сельскохозяйственной выставки — самой крупной и важнейшей выставки этого профиля в мире. Ежегодно Порт де Версаль посещают 7,5 миллионов человек, а в 2024 году он станет одним из мест проведения Олимпийских игр.

СТОЛИЦА ГАСТРОНОМИИ

Вторая строка в рейтинге французских MICE-направлений принадлежит Лиону, гастрономической столице страны. Старый город со средневековыми и ренессансными зданиями внесен в Список культурного наследия ЮНЕСКО, а целая россыпь мишленовских ресторанов и знаменитые лионские бушоны с традиционной кухней способны удовлетворить самые смелые фантазии гурманов.

Вокруг гастрономической темы строятся многие проводимые здесь деловые мероприятия и инсентив-туры. Именно в Лионе проходит финал самого престижного кулинарного конкурса в мире «Золотой Бокюз» (Bocuse d'Or), названный в честь легендарного шеф-повара Поля Бокюза. Эта Олимпиада для мастеров высокой кухни проводится в рамках Международной выставки ресторанного бизнеса и общественного питания (SIRHA), устраиваемой в Лионе раз в два года. Она по праву считается



КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ СОСТАВ

МИСЕ-ГРУПП ВО ФРАНЦИЮ*



* количество человек в последней группе во Францию, организованной компаниями-участниками опроса

СРЕДНИЙ БЮДЖЕТ

ЗАРУБЕЖНЫХ МИСЕ-ПРОГРАММ ВО ФРАНЦИЮ





Иветта ВЕРДИАН,

директор департамента продвижения и рекламы BCI GROUP

Сегодня компании стали более бережно использовать бюджеты на деловые поездки. Тем не менее у нас есть клиенты, которые остались верны Франции и Парижу. Большой плюс этого направления — развитые авиационное сообщение и внутренняя транспортная инфраструктура, что позволяет предлагать клиентам самые разнообразные комбинации поездок. Франция — круглогодичное направление с огромным выбором возможностей для MICE. Париж великолепен в любое время года. Зимой большой спрос на Французские Альпы. Летом и в бархатный сезон приятно совместить деловую поездку с отдыхом на Лазурном берегу. Осенью особенно хороши винные регионы.

крупнейшей выставкой такого профиля и привлекает на свои площадки до 200 тысяч профессионалов из более чем 130 стран.

Место проведения SIRHA — Выставочный центр EUREXPO в окрестностях Лиона общей площадью 140 тысяч кв. м. Это 13 павильонов от 2000 до 12 000 кв. м, выставочная площадка под открытым небом в 51 000 кв. м, 26 конференц-залов и семь ресторанов. Благодаря модульному решению пространств EUREXPO способен принять мероприятия любого масштаба — от XS до XXL, будь то масштабная торговая ярмарка или семинар на 30-50 участников.

ЦЕНТР СВЕТСКОЙ ЖИЗНИ

Лазурный берег — еще одна впечатляющая кулиса для деловых встреч. Действительно, кто откажется провести пару дней в Ницце, Каннах или Монако? Дворец Фестивалей и Конгрессов — место проведения знаменитого Каннского фестиваля, одна из самых престижных площадок Французской Ривьеры. Здесь проводят мероприятия крупнейшие компании, такие как Cisco, Sony, VMware, Gartner и проходит Международная выставка недвижимости (MIPIM), где налаживаются связи и заключаются контракты на самом высоком уровне. **BT**

5 ИДЕЙ ИНСЕНТИВ-ТУРОВ ВО ФРАНЦИИ



1 В Лангедок стоит приехать, чтобы отдохнуть на морском курорте, попробовать знаменитую утку-кассуле, понаблюдать за розовыми фламинго в Камарге, почувствовать богемную атмосферу Калиура и средневековую ауру Каркассона.



2 Ничто так не будоражит кровь, как рев моторов болидов «Формулы-1». Погонять на суперкарах, кубковых версиях серийных автомобилей и формульных болидах можно в трек-дни на автодроме Поль Рикар в 35 км от Марселя.



3 Возможно, во Франции есть вина более тонкие и знаменитые, но нет дороги вина красивее, чем «Эльзасский винный путь». Каждый километр на нем может похвастаться виноградником, винным хозяйством или очаровательным фахверковым городком, гостеприимно приглашающим на дегустацию.



4 Залитый солнцем и пропахший лавандой Прованс всегда привлекал людей творческих. В столице французской парфюмерии Грасе каждый может создать свои собственные духи и увезти с собой вместе с дипломом ученика парфюмера. Формулу духов занесут в компьютер, и их всегда можно будет заказать в любом количестве.



5 Бульваром французских королей называют долину Луары. Пройтись по нему от замка к замку — лучший способ погрузиться в историю страны, а заодно познакомиться с винными погребами и гастрономическими шедеврами региона.

Между биржей и оперой

На туристической карте Германии у Франкфурта особое место. Это главный воздушный перекресток Германии, многие бывали здесь проездом, направляясь в разные уголки страны или за рубеж. Город по праву называют бизнес-центром Германии, франкфуртская фондовая биржа — третья в мире после Нью-Йорка и Лондона. Поэтому Франкфурт нередко воспринимают как скучноватый деловой центр. Но это мало соответствует истине. Здесь есть что посмотреть, где посидеть и что купить во время бизнес-паузы.

ЧТО ПОСМОТРЕТЬ

Деловой центр Франкфурта формирует группа небоскребов. С набережной Mainkaí между мостами Альте Брюкке (Alte Bruecke) и Айзенер Штег (Eiserner Steg) открывается незабываемая картина: за рекой на переднем плане старые дома и церкви, за ними — подпирающие небо строения из стекла и бетона. Здесь приходит понимание того, за что Франкфурт в шутку называют Манхэттен-на-Майне — Mainhattan. Потрясающий вид открывается с Main Tower с приметной оранжево-белой полосатой «трубой» на крыше, где есть смотровая площадка. С высоты надо непременно рассмотреть одну из самых красивых площадей города Рёмерберг с церковью Св. Николая и «игрушечными» домиками, каждый со своим именем: «Большой ангел», где в XVII в. был основан первый франкфуртский банк, «Золотой гриф», «Ключ», «Черная звезда» и другие. Напротив этих домов разместились здание ратуши и фонтан Правосудия. С площади хорошо просматривается высокий кафедральный собор Kaiserdom (он же церковь Св. Варфоломея). Некогда здесь короновали императоров Римской империи. На прилегающей к собору улице Saalgasse расположился ряд интересных домов с необычно украшенными фасадами. Их называют выдающимся образцом постмодернизма. Обязательно нужно отправиться на площадь Opernplatz, где расположилась Старая опера. Она входит в число лучших театральных площадок Европы и ежегодно в феврале собирает на бал свыше двух тысяч гостей из мира политики, экономики, банковской сферы, шоу-бизнеса и журналистики. Один за другим расположены музеи на так называемой Музейной набережной Майна. Особого внимания заслуживает старейший фонд искусства Германии — галерея «Штедель» с произведениями искусства, собранными в течение семи столетий, и невероятными выставками. Кроме того, следует посмотреть собрание скульптур, Музей кино и Музей икон. Но, пожалуй, главная достопримечательность города — франкфуртская фондовая биржа на Биржевой площади (Boersenplatz) — третья в мире после нью-йоркской



и лондонской. Рядом со входом в биржу разместилась скульптурная композиция, изображающая быка и медведя — символы финансовой деятельности.

ГДЕ ПОСИДЕТЬ И ЧТО ЗАКАЗАТЬ

Во время Второй мировой войны большая часть города была уничтожена. Как говорят, единственным из почти двух тысяч фахверковых зданий Старого города не пострадавшим во время войны оказался стоящий на площади Рёмерберг пятисотлетний фахверковый Дом Вертхайма (Wertheim Haus). Здесь разместился уютный ресторан национальной кухни Bräustüb'l, Haus Wertheim, старейший во Франкфурте. Помимо прочего в нем подают знаменитый франкфуртский зеленый соус Gruene Sosse («грюне зэссэ»), на местном диалекте — Grie Sos («гри зос»). Блюдо готовится из семи мелко порубленных трав, смешанных с яйцами, йогуртом, майонезом, сметаной или творогом. Соус подается к отварной говядине, рыбе или картофелю. Можно порекомендовать Frankfurter Gruene Sauce mit feinem Tafelspitz (Франкфуртский зеленый соус с тушеной говядиной). Внутри ресторана развешаны таблички с нра-

Небоскребы Франкфурта, из-за которых его называют Манхэттен-на-Майне. На переднем плане Hauptwache — двухэтажное здание бывшего полицейского управления.

Франкфурт — главный авиационный хаб Германии. «Аэрофлот» выполняет сюда ежедневно четыре прямых рейса из Москвы, Lufthansa — три (а также два перелета из Санкт-Петербурга).



Знаменитая площадь
Рёмерберг

воучительными пожеланиями. Одна из них: «Если вам понравилось здесь — приводите друзей, если нет — присылайте врагов». Bräustüb'l — место, однозначно проходящее по категории must.

Вместе с тем во Франкфурте и его окрестностях немало ресторанов изысканной кухни, отмеченных звездами гида Мишлен и баллами кулинарного рейтинга Го-Мийо. В центре Франкфурта, в знаменитом театре-варьете Tigerpalast, находится ресторан высокой кухни Tiger Gourmetrestaurant (www.tigerpalast.de). Шеф-повар ресторана Кристоф Райнер принадлежит к гастрономической элите Германии — на счету его заведения две звезды Мишлена и 17 баллов по системе Го-Мийо. В основе изысканной кухни ресторана — французские кулинарные традиции с гастрономическими мотивами других стран.

Обладателем двух звезд Мишлена и, соответственно, одним из лучших ресторанов Германии является ресторан Lafeur, который находится в общественном комплексе Palmengarten (www.palmengarten-gastronomie.de). Шеф-повар ресторана имеет титул «Лучшего повара года» от Го-Мийо. Блюда готовятся с использованием местных продуктов. Заведение специализируется прежде всего на ароматных блюдах из рыбы. В ресторан стоит прийти и на второй завтрак — в это время здесь предлагают специальное меню.

Вот уже более 40 лет в Erno's Bistro (www.ernosbistro.de), расположенном в престижном районе Франкфурта Вестенде, подают превосходные блюда французской кухни и отличные французские вина. Бистро отмечено звездой Мишлена и 16 баллами рейтинга Го-Мийо.

Ресторан Weinsinn (www.weinsinnfrankfurt.de) предлагает в Вестенде современную качественную кухню в стиле бистро и удостоен звезды Мишлена. В число обладателей этой награды входит и его филиал, ресторанчик Gustav (www.restaurant-gustav.de). Он специализируется на новой немецкой кухне, где используются только местные продукты.



Вход в ресторан Bräustüb'l,
старейший во Франкфурте

В Ristorante Carmelo Greco (www.carmelo-greco.de), расположенном в районе Заксенхаузен (не имеет отношения к одноименному концлагерю, который находился под Берлином), подают креативные блюда итальянской кухни. Впечатляет интерьер ресторана, немного вычурный, но элегантный и уютный благодаря серо-золотым тонам оформления. У ресторана звезда Мишлена и 17 баллов от Го-Мийо.

Еще один обладатель мишленовской звезды — ресторан Seven Swans (www.sevenswans.de) — обустроился в самом узком доме города на берегу реки Майн. Здесь красивый интерьер, расслабленная и непринужденная атмосфера, а меню отличается демократичностью и разнообразием.

ЧТО-ТО КУПИТЬ

Франкфурт — это не только небоскребы, банки и достопримечательности, это еще и известные на весь мир торговые улицы. Самая знаменитая из них — Цайль (Zeil) в центре города. Она берет начало от здания гауптвахты — бывшего полицейского управления, построенного в конце XVII в., и тянется на восток параллельно набережной. Здесь расположилось множество кафе и магазинов модной одежды, а также знаменитые торговые центры Kaufhof Galeria и My Zeil. Последний особенно интересен не только предлагающимися здесь товарами, но и своим архитектурным решением. В здании Kaufhof Galeria в кафе на верхнем этаже есть смотровая площадка, откуда хорошо видна площадь перед торговым центром, гауптвахта и рвущиеся ввысь небоскребы.

Любителям эксклюзивного шопинга полезно отправиться на улицу Гётештрассе. Здесь представлены магазины знаменитых модных домов от Armani до Versace. На этой улице можно приобрести и ювелирные украшения марок Cartier и Tiffany.

Те, кто предпочитает эксклюзивную одежду ручной работы, найдут такую на улице Брюкен-унд-Валльштрассе (Bruecken-und-Wallstrasse), где в уютных магазинчиках продается продукция местных дизайнеров. А так как шопинг, как правило, отнимает много сил, то восполнить их можно в одном из симпатичных кафе или ресторанов.

Аутлет-центр «Вертхайм виллидж» (Wertheim Village) в пригороде Франкфурта — это настоящий торговый город, где сосредоточено более 110 магазинов и бутиков, в которых продается качественная одежда известных марок из прошлогодних коллекций со скидками до 60%.

Между Франкфуртом и Вертхаймом с понедельника по субботу курсирует специальный шопинг-экспресс (Shopping Express). **BT**

Александр Попов



МОСКОВСКИЙ ТЕАТР МЮЗИКЛА

со 2 марта по 14 апреля



ПРИНЦЕССА ЦИРКА

МЮЗИКЛ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

МУЗЫКА ИМРЕ КАЛЬМАН

ПРИ УЧАСТИИ **THE 7 Fingers** (КАНАДА)

6+

ПУШКИНСКАЯ ПЛОЩАДЬ, 2 +7 (495) 784-63-00 WWW.МЮЗИКЛ.РФ

реклама



Яндекс Афиша

ООО «ЯНДЕКС» ОГРН 1027700229193, 119021, Москва, ул. Льва Толстого, д. 16

СИБУР

EVA.RU

**40 АРГУМЕНТЫ
И ФАКТЫ AIF.RU**

10-я юбилейная профессиональная награда в области бизнес-туризма и MICE

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD

2019

15 номинаций
Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

www.mice-award.ru

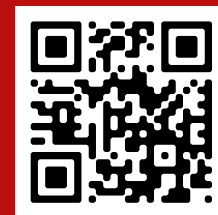
Номинарование
с 1 апреля 2019 г.

Церемония награждения
10 октября 2019 г.

Дополнительная информация:

Ирина Ильина

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



УЧРЕДИТЕЛИ



ОРГАНИЗАТОР



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ

