

www.bt-magazine.ru

№7-9 июль-сентябрь 2019

BUSINESS TRAVEL

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ
ВСТРЕЧИ ■ ИНСЕНТИВ ■ КОНФЕРЕНЦИИ ■ ВЫСТАВКИ

12+



**Олег Шабуцкий и Олег Бегляров:
«ФОРМУЛА УСПЕХА —
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОМАНДА»**

ВСЕРОССИЙСКИЙ ДЕНЬ MICE 2019

НА РЕГИОНАЛЬНЫХ ПЛОЩАДКАХ РОССИИ

МЕСТО ВСТРЕЧИ ЛИДЕРОВ ИНДУСТРИИ MICE

WWW.MICEDAY.RU



@MICEDAY2019

WWW.MICE-AWARD.RU

Ростов-на-Дону
31 мая

Екатеринбург
28 июня

Санкт-Петербург
12 сентября
(Генассамблея UNWTO)

Москва
10 октября

Сочи
14 ноября

Санкт-Петербург
6 декабря

- Всероссийский День MICE'2019 — профессиональная площадка встреч лидеров и новичков отрасли, заказчиков и поставщиков, креаторов и коммуникаторов.
- 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



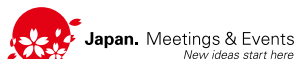
СО-ОРГАНИЗАТОРЫ



АССОЦИАЦИИ-ПАРТНЕРЫ



ПАРТНЕРЫ



Главный редактор: Иван Калашников
Редактор: Лариса Манн
Корреспонденты: Владимир Сергачев
Мария Акунова
Художник: Владислав Суворегин

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 № ФС77-18985

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

Учредитель: ООО «Турбизнес»
Издатель: 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
workshop@tourbus.ru

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

Турбизнес
Travel Trade Russia

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

destinations
ТУРБИЗНЕС

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

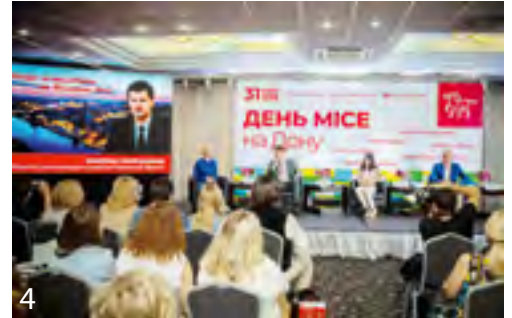
Турбизнес
на Северо-Западе

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

СОДЕРЖАНИЕ

2 СОБЫТИЯ

На Урале открыли новый конгресс-центр
RBT&MA – награды в десятый раз
На третьих ролях
Лидеры MICE-индустрии встретились на Дону...
... и на Урале



4

7 ТЕМА НОМЕРА

Российский рынок MICE & Business travel:
копеечный рост
Ведущие игроки российского рынка MICE
и делового туризма



7

18 БИЗНЕС-ПАРТНЕР

«Демлинк». Игра по своим правилам

21 ТЕМА НОМЕРА

«Интурист»: тренды развития туризма
и новые возможности



26

23 НОВОСТИ КОМПАНИЙ

Игры «под ключ»
«Волга-тур» и новый дом
UNWTO приедет в Петербург



31

25 ПОЛЕМИКА

Online vs offline: взгляд прозаика

26 ОТЕЛЬ

ЦМТ Москвы 40 лет

28 ТРАНСПОРТ

Аэропорт Мюнхена.
Деловой перекресток Европы



35

31 РЕГИОН

Деловой туризм Крыма стартует
в успешное будущее

35 БИЗНЕС-ПАУЗА

Будапешт. Мосты над Дунаем

На Урале открыли новый конгресс- центр

Новый конгресс-холл международного выставочного центра (МВЦ) «Екатеринбург-Экспо», официальное открытие которого состоялось 30 августа, станет основной площадкой проведения форума «Всемирный день городов», который пройдет в Екатеринбурге с 29 октября по 1 ноября.

Здание конгресс-центра стало пятым в составе МВЦ «Екатеринбург-Экспо». Его площадь составляет более 40 тыс. кв. м. Для бизнес-мероприятий предусмотрены 13 конференц-залов и 26 переговорных с оборудованием для синхронных переводов на восемь языков, включая и основной зал-трансформер на 5 тысяч мест. Как заявил глава Екатеринбурга Александр Высокинский, это точка роста города. По его словам, планов на этот зал не только у Екатеринбурга, но и у близлежащих городов масса.



В рамках выполнения проекта построен не только зал, но обустроена вся прилегающая к МВЦ территория площадью 20 га: на ней созданы рекреационные зоны, установлены навигационные стенды и организована парковка на 6 тысяч мест. Генеральный директор «Синара-Девелопмент» Тимур Уфимцев рассказал, что еще на этапе проектирования объекта удалось максимально учесть требования к зданию для включения его в реестр площадок, способных принимать международные деловые мероприятия с участием глав государств. «По своим характеристикам этот конгресс-центр — один из лучших объектов в России и единственный подобного уровня комплекс во всем Урало-Сибирском регионе».

RBT&MA — награды в десятый раз

Совсем скоро станут известны имена победителей ведущей российской профессиональной премии Russian Business Travel & MICE Award. 10 октября награды будут вручены уже в 10-й раз.

Главная новация этого года — формат определения победителей. Впервые лучшие компании будут определены на основе открытого голосования, решения оргкомитета и выбора расширенного экспертного совета. Экспертов ровно 100, это ведущие специалисты отрасли MICE

и смежных туристических секторов, а также корпоративные клиенты. В оргкомитете награды уверены, что новая схема добавит прозрачности и объективности механизму определения «медалистов». Вручение наград RBT&MA станет красивым завершающим событием Второго Всероссийского Дня MICE. Все участники и посетители дневной деловой программы Дня MICE могут

посетить и церемонию награждения премией. Достаточно зайти на сайт www.miceday.ru и зарегистрироваться.

Есть и другие новации RBT&MA 2019. Так, например, введены новые номинации «Лучшая альтернативная площадка для деловых мероприятий» и «Лучший организатор инсентив-программ в Италии». Последняя проходит под патронажем ENIT — Офиса по туризму Италии в России.

Всего победители и лауреаты будут определены в 12 номинациях. Это конгрессные гостиницы Москвы и регионов, конгресс-центры, компании — организаторы конференций и инсентив-программ, business travel агентства, конвеншн-бюро, онлайн-продукты в сфере MICE и др.

В этом году в числе номинантов много компаний из регионов России, и, как сообщают организаторы, награда охватывает всю страну — от Калининграда до Владивостока.

Как и в прошлые годы, оргкомитет премии отмечает высокую активность голосования во всех номинациях. За три месяца голосования за 175 компаний-номинантов подано более 170 тысяч голосов.

Вопрос месяца

Критерии выбора программ заказчиками*

Стоимость

Креативность

Комфорт

Безопасность

Оптимальность бюджета

Новизна места проведения

Известность и надежность организатора

Репутация и опыт поставщика услуг

Использование новых технологий

* — приведены в порядке убывания важности.

Источник: опрос BusinessTravel

ТОП-10 КОНГРЕССНЫХ ГОРОДОВ МИРА*

Париж	212
Вена	172
Мадрид	165
Барселона	163
Берлин	162
Лиссабон	152
Лондон	150
Сингапур	145
Прага	136
Бангкок	135

* — по версии ICCA, за 2018 год, по количеству учтенных мероприятий.



На третьих ролях

В течение последнего года на международном рынке делового туризма ни Россия в целом, ни ее регионы в популярности не прибавили.

По данным ICCA за 2017 год, Россия с 87 мероприятиями занимала 41-е место в мире, а Москва и Петербург располагались соответственно на 78-м (34 события) и 86-м (31) местах. По итогам 2018-го РФ оказалась на 42 месте (83 мероприятия), Первопрестольная опустилась на 79-е (35), а город на Неве и вовсе свалился на 154-е (19 мероприятий). В Европе, конечно, мы выглядим несколько лучше (Россия на 22-м месте, Москва 43-я, а Петербург — 80-й), но утешает это мало: лидерам рейтинга ICCA по количеству проведенных мероприятий и числу их участников уступаем в несколько раз. При этом Москва и Петербург остаются единственными регионами России, которые на протяжении ряда лет попадают в статистику ICCA.

Прибавляем по чуть-чуть

Экономическая и политическая ситуации не позволяют российскому рынку MICE&business travel развиваться темпами, на которые ориентировались ранее. И достигнуть финансового уровня 2014 года ему удастся лишь через несколько лет.

По оценкам АБТ-АСТЕ Russia, в 2013-м объем рынка делового туризма в стране составлял около 471 млрд рублей, в 2014 году он вырос до 560 млрд, а в 2018-м достиг уровня в 723 млрд. По прогнозам, к 2020-му он доберется до показателя в 847 млрд рублей. Однако в долларовом выражении, по данным WTTC, еще в 2014-м объем расходов на бизнес-поездки в России равнялся \$21 млрд, а сейчас аналогичный показатель составляет не более двух третей от этой величины. В качестве одной из главных причин неспешного развития отрасли генеральный директор ВТИ Russia Филипп Лукьяненко называет «отсутствие органического роста экономики в целом ряде отраслей». «Из-за влияния международной политики не приходят инвестиции, а уже действующие в России предприятия развиваются вяло, — считает он. — Особенно это заметно в тех секторах, которые генерируют заказы для MICE&business travel». И если MICE как ориентированное на поддержание имиджа направление еще как-то развивается, то business travel практически стоит на месте. **Подробный обзор российского рынка MICE и business travel — на стр. 7.**

MAXIMICE
POWER TO CHANGE

www.maximice.ru
New.Business@maximice.ru
+7 (495) 739 33 58

КРЕАТИВНЫЕ MICE-ВЫЕЗДЫ

ЛЮБОЙ СЛОЖНОСТИ В РОССИИ И ПО ВСЕМУ МИРУ

РРАР
Российский Рекламный Альянс России

MAXIMICE ЗАНИМАЕТ
1-ОЕ МЕСТО
НЕЗАВИСИМОГО
РЕЙТИНГА

УНИКАЛЬНАЯ
ИВЕНТ-СОСТАВЛЯЮЩАЯ
КАЖДОЙ ПОЕЗДКИ

КРЕАТИВНЫЕ ИДЕИ
СПЕЦИАЛЬНО
ДЛЯ ВАШЕЙ КОМАНДЫ

НЕСТАНДАРТНЫЙ
ПОДХОД К МАРШРУТАМ
И ПЛОЩАДКАМ

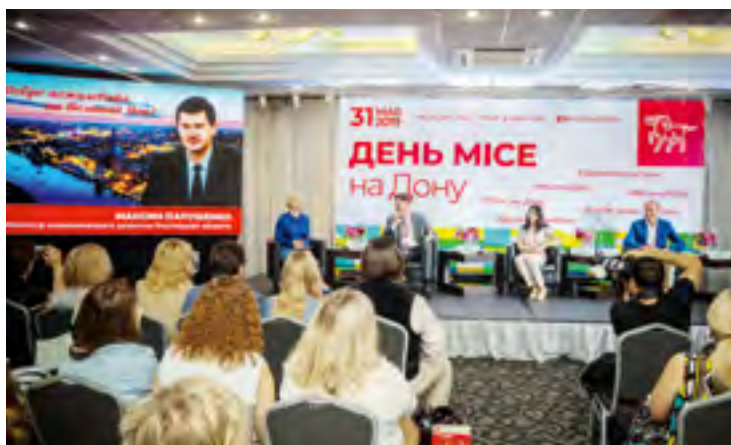
БЕЗУПРЕЧНАЯ
ЛОГИСТИКА
И ПРОВЕРЕННЫЕ
ПОСТАВЩИКИ

27
NAMES



Лидеры MICE-индустрии встретились на Дону...

Ростов-на-Дону — деловая столица Юга России, здесь хорошая гостиничная и деловая инфраструктура, транспортная и логистическая доступность, самобытная культура, оригинальная гастрономия. Власти региона открыты к общению с инвесторами и заинтересованы в развитии делового туризма. Неудивительно, что именно здесь, на Дону, открылся цикл «Всероссийский День MICE в регионах России». Организатором программы знакомства MICE-заказчиков с регионом выступило Министерство экономического развития Ростовской области.



С 30 мая по 1 июня конгресс-отель Don Plaza принимал более 100 представителей корпораций и агентств из Москвы, Санкт-Петербурга, Сочи, Симферополя, Севастополя, Екатеринбурга, Нижнего Новгорода, Ярославля. Они обменялись опытом организации мероприятий в регионах России и познакомились с возможностями Ростовской области. Большинство экспертов сошлись во мнении, что это перспективный и яркий регион с большим MICE-потенциалом, но важно правильно «упаковать» его возможности и грамотно подчеркнуть имеющиеся здесь в изобилии «магниты территории».

«Интерес к регионам России растет. И мы рады начать наш цикл региональных мероприятий именно в Ростове-на-Дону», — отметила организатор проекта «Всероссийский День MICE в регионах России», председатель совета директоров ГК «Конкорд» Наталья Евневич.

MICE Day на Дону начался с ток-шоу «Деловое утро в Ростове-на-Дону с РБК ТВ», темой которого стала индустрия MICE в регионах России и векторы ее развития. Участники встречи отметили, что для развития регионов как MICE-

направлений важна децентрализация. В Ростовской области есть вся инфраструктура для приема крупных мероприятий. Авиакомпания «Азимут» открыла более 20 направлений из Ростова-на-Дону. Будет введено в строй несколько современных отелей с большими конференц-залами, есть альтернативные площадки. Развитие регионов связано с привлечением в них крупных международных мероприятий. Подготовка к ЧМ-2018 дала огромный толчок развитию Ростовской области.

Продолжилась деловая часть открытой дискуссией о том, как видят регионы Юга России MICE-эксперты. Ее участники сошлись во мнении, что очень важно дать почувствовать атмосферу региона, развивать не только деловую инфраструктуру, но и места для отдыха. Это позволит сделать акцент на *bleisure* (*business&leisure*).

Кроме того, нужна краткая, доступная информация о брендах и легендах, интересных местах, которые можно успеть увидеть во время командировки. Заключительная сессия была посвящена трендам индустрии.

В рамках деловой программы Дня MICE на Дону с большим успехом прошёл тематический воркшоп

«BE IN RUSSIA — ЮгРоссии@на Дону», где корпоративные заказчики и крупнейшие DMC провели деловые встречи с представителями различных площадок для проведения мероприятий из Ростовской области, Сочи, Крыма, Республики Адыгея и других южных регионов России. Система назначения всего зарегистрировала более 900 деловых раундов. WOW-эффект витал в воздухе!

А площадки Ростовской области ещё и «вживую» продемонстрировали свои MICE-возможности на следующий день, во время ознакомительных поездок по региону. Участники посетили: комплекс «Петровский причал» с музеем виноделия и донского самогонварения, загородный клуб «Графский парк», бутик-отель «39», азовский Soho Grand Hotel и другие площадки для деловых мероприятий. А также: отведали настоящей донской селедки, раков и исторических блюд времен Петра I, побывали на крепостных валах Азова, в двух столицах донского казачества — станице Старочеркасской и городе Новочеркаска. И, благодаря трансферам компании Very Good Transfer, везде успели, и даже осталось время поближе познакомиться с новым великолепным аэропортом Платов. **BT**



...и на Урале

Для участия в Днях MICE на Урале 27-29 июня в Екатеринбург прибыли более 200 экспертов рынка, представителей корпоративных заказчиков и MICE-агентств, деловых и профильных медиа. В аэропорту Кольцово высадился «MICE-десант» из Москвы, Санкт-Петербурга, Берлина, Лондона, Владивостока, Калининграда, Парижа, Сочи, Ростова-на-Дону, Перми, Кейптауна, Краснодара, Нижнего Новгорода, Уфы и других конгрессно-выставочных центров России и мира.

В команде — 28 статусных спикеров, 45 корпоративных заказчиков, 25 агентств делового туризма, 5 телевизионных каналов, 15 деловых и профильных, в т.ч. международных СМИ, 37 экспонентов воркшопа. Система назначения встреч зарегистрировала 1200 заявок на деловое общение. В регион также прибыли более 70 участников для проведения Общего собрания членов Российского Союза выставок и ярмарок (РСВЯ), более 40 делегатов Общего собрания членов Ассоциации «Национальное конгресс-бюро», члены экспертной группы ТПП РФ. Ассоциация делового туризма АБТ-АСТЕ провела для всех желающих образовательную сессию SMART MICE.

Екатеринбург — один из крупнейших промышленных центров мира. Он обладает хорошей логистической достижимостью, опытом приёма гостей на ЧМ-2018, привлекательным туристическим образом. В городе более 480 объектов размещения и площадок для мероприятий различного уровня. Многие промышленные объекты, золотосырные прииски и шахты предлагают свои уникальные возможности для организаторов корпоративных мероприятий. Для продвижения региона Правительством Свердловской области создано Уральское конгресс-бюро.

Мероприятия Дня MICE на Урале, второго в цикле мероприятий проекта «Всероссийский День MICE в регионах России», проходили в ультрасовременном конгресс-центре Международного выставочного центра «Екатеринбург-Экспо». Его открытие позволит столице Урала уверенно занять третье место после Москвы и Санкт-Петербурга по наличию конгрессно-выставочной инфраструктуры международного уровня.

Главная тема уральского мероприятия — точки роста индустрии MICE в регионах России. Признанные эксперты отрасли рассуждали, как превратить крупные промышленные центры России в «must visit cities», как привлечь на свою территорию международных организаторов выставок и конгрессов.

В рамках проекта состоялся воркшоп BE IN RUSSIA@Будь в России@НА УРАЛЕ.

Уральское конгресс-бюро подготовило экспертам и зарубежным журналистам обширную программу знакомства с регионом и инспекционных визитов на MICE-объекты. Ее участники посетили стадион «Екатеринбург Арена», Ельцин-центр, офис «СКБ Контур», гольф-центр Pine Creek Golf Resort, Академию единоборств Русской Медной компании, «золотую столицу России» город Березовский и другие объекты региона. **ВТ**

Владимир Фишерман,

руководитель «Центра коммуникаций и Театра массовых зрелищ»

Реестр и логистика рабочих позиций и посещений были мега-интересны и гипер-универсальны одновременно для всех категорий профессионалов, объединенных аббревиатурой MICE.

Юлия Лобанова,

HR manager JSC «ISUZU RUS»

Поездка была очень продуктивной и оставила только самые положительные воспоминания. Самым ярким впечатлением для меня было посещение футбольного стадиона и гольф-клуба. Инфраструктура для проведения мероприятий в Екатеринбурге потрясающая, город имеет достойную отельную базу, Hyatt превосходен!

AI

ONLINE

ОНЛАЙН

BIG DATA

NDC

БРАЗИЛИЯ

ИСЛАНДИЯ

КВЕСТ

АЛТАЙ

крым

СОЧИ



Копеечный рост

На фоне увеличения объемов MICE&business travel едва прибавляет в деньгах. Общую ситуацию на рынке эксперты оценивают фразой «осторожный рост», акцентируя внимание на увеличении конкуренции и желании клиентов получить максимум эксклюзивных услуг за минимальные деньги.

Владимир СЕРГАЧЕВ

На международном рынке ни Россия в целом, ни ее регионы в популярности не прибавили. В этом легко убедиться, проанализировав статистику ICSSA. По данным за 2017 год, Россия с 87 мероприятиями занимала 41-е место в мире, а Москва и Петербург располагались соответственно на 78-м (34 события) и 86-м (31) местах. По итогам 2018-го РФ оказалась на 42 месте (83 мероприятия), Первопрестольная опустилась на 79-е (35), а город на Неве и вовсе свалился на 154-е (19 мероприятий). В Европе мы выглядим получше (Россия на 22-м месте, Москва 43-я, а Петербург — 80-й), но утешает это мало: лидерам рейтинга ICSSA по количеству проведенных мероприятий и числу их участников уступаем в несколько раз. Ведь первая пятерка стран (а в нее входят США, Германия, Испания, Франция и Великобритания) в 2018-м организовала от 574 до 947 «икковских» событий, а в городах — лидерах рейтинга их состоялось от 150 до 212-ти. Соответственны и денежные потоки. По данным GBTA, мировые расходы на бизнес-путешествия ежегодно растут на 5–6% и, по оценкам World Travel & Tourism Council (WTTTC), к 2026-му глобальный рынок делового туризма вырастет до \$1,7 трлн. Как выглядит российский MICE&business travel? По оценкам АБТ-АСТЕ Russia, в 2013-м объем рынка делового туризма составлял около 471 млрд рублей, в 2014 году он вырос до 560 млрд, а в 2018-м достиг уровня в 723 млрд. И, по прогнозам, к 2020-му доберется до показателя в 847 млрд рублей (по нынешнему курсу — около \$13 млрд). Если учесть, что, по данным WTTTC, в 2014-м объем расходов на бизнес-поездки в РФ равнялся \$21 млрд, при ежегодном росте даже в 10% до этого уровня российскому рынку еще идти и идти.

Причины? Как считает генеральный директор ВТI Russia Филипп Лукьяненко, одна из главных — «отсутствие органического роста экономики в целом ряде отраслей». «Из-за влияния международной политики не приходят инвестиции, а уже действующие в России предприятия развиваются вяло, — уверен он. — Это не значит, что роста экономики вообще нет. Но в тех секторах, которые генерируют заказы

для MICE&business travel, он едва заметен». По его мнению, если MICE как ориентированное на поддержание имиджа направление еще как-то развивается, то business travel практически стоит на месте. По данным «Аэроклуба», примерно 70% всех мероприятий организаторы сейчас предпочитают проводить в России, наиболее популярным форматом остается «круглый стол» с числом участников до 30 человек, а доля крупных событий (конгрессов, цикловых совещаний и конференций) продолжает расти. Как и раньше, чаще всего мероприятия заказывают представители фармацевтики (на них приходится до 40% всего объема заказов), некоторых отраслей промышленности, а также компании, занимающиеся сетевым маркетингом, FMCG и IT.

И НЕМНОЖКО В ПЛЮСЕ

Общее мнение экспертов отрасли таково: российский деловой туризм в его широком понимании после «ям» 2015–2016 гг. постоянно растет. И пусть темпы увеличения его объемов и финансовых показателей явно оставляют желать лучшего, понятия «стабильность» и «перспективы» сейчас к нему все же применимы.

Но ситуация на отдельных рынках выглядит по-разному. Как и следует ожидать, в Москве, Петербурге и Сочи развитие MICE&business travel происходит быстрее, чем в регионах. Деловой туризм идет туда, где есть инфраструктура, куда приходят инвестиции и деньги. И поэтому быстрорастущие в экономическом отношении территории имеют преимущество. В частности, Сергей Рыжов, генеральный директор MICE Market (Самара), говорит, что в регионах Поволжья business travel переживает не самые легкие времена. «На ряд региональных предприятий влияет общее экономическое состояние: малый и средний бизнес оптимизируют затраты посредством ухода в интернет-ресурсы, отказываясь от услуг ТМС, — отмечает он. — На региональных тендерах прослеживается демпинг со стороны федеральных игроков». При этом он уверен, что рынок MICE растет, а многие предприятия возвращаются к организа-



Александр Ларчев,
руководитель MICE-отдела, «Бизнес события групп»

Рынок MICE, на наш взгляд, стабильно неподвижен. Количество заказов на мероприятия на уровне прошлого года, но есть опасения, что в связи с прогнозом Минэкономразвития на замедление темпов роста экономики в целом реальное количество мероприятий может сократиться. Просматривается и стремление клиентов на дальнейшее сокращение расходов.



Татьяна Нугманова,
руководитель ООО «Демлинк»

Состояние российского рынка MICE&business travel оцениваем как стабильно медленно растущее. Наблюдаем, что расходы на business travel подвергаются все более жесткому контролю со стороны клиента. А расходы по MICE по-прежнему зависят от статуса мероприятия.

ЛЕГЕНДЫ БОСПОРСКОГО ЦАРСТВА И ВИННЫЕ ДОРОГИ ЮГА РОССИИ

СБОРНЫЕ ТУРЫ 2019



13-15 СЕНТЯБРЯ
СБОР УРОЖАЯ



4-6 ОКТЯБРЯ
ПРАЗДНИК МОЛОДОГО ВИНА



2-4 НОЯБРЯ
СЫР И ВИНО

ВКУСНЫЕ ИДЕИ ДЛЯ КОРПОРАТИВНОГО ОТДЫХА!

WWW.RIVIERA-SOCHI.RU

РЕКЛАМА



Сергей Рыжов,

генеральный директор MICE Market

Основной тренд — онлайн. Многие банковские системы, к примеру, уже создали свои инструменты по бронированию командировок, а привычные агрегаторы разрабатывают все более удобный интерфейс для пользователей. Очевидно, что большие ивенты пока будут организовывать крупные агентства, а вот малые корпоративы и поездки заказчик уже может «сделать» самостоятельно.



Вадим Зеленский,

глава «Зеленский Корпорейт Тревел Солюшнз»

Главные тренды рынка — общая автоматизация и цифровизация, связанные с развитием технологий онлайн-бронирования, выходом новых IT-продуктов, приложений и т. п. А растущий спрос на bleisure подразумевает открытие загородных конференц-центров со спа-зонами, ресторанами и спортивными центрами.

ции поощрительных туров по России и за рубеж. В свою очередь Вадим Зеленский говорит о том, что рынок стабилен и скорее идет в рост, хотя клиенты стали внимательнее к расходам. «Бюджеты и количество участников поездок сократились, но проведение мероприятий или командировки для клиентов по-прежнему стратегически важны», — полагает он. «Сильного роста не наблюдается из-за сложной экономической ситуации, некоторые компании снижают бюджет на командировки либо закрываются, — замечает и Татьяна Фролова, заместитель директора Департамента корпоративного туризма ООО «Туроператор «ИНТУРИСТ». — Все чаще клиенты заключают договоры с несколькими ТМС, а иногда даже выходят напрямую на поставщика услуг».

При этом Ксения Почетовская, старший менеджер по работе с ключевыми клиентами MICE из компании FCM, отмечает, что со стороны заказчиков растет потребность не просто в оптимизации (сокращении) бюджетов, но и в последующей аналитике эффективности затраченных ресурсов. И хотя мнения экспертов в части оценки объемов MICE&business travel разные, глава «Балтма Турс ДМС» Михаил Друтман говорит о том, что состояние рынка последние два года довольно стабильно. «Никто не ищет журавля в небе, выбирая комфортные площадки и удобные направления с наилучшими бюджетами, — считает он. — Но качеству обслуживания и нестандартному подходу в проведении мероприятия в целом уделяется особое внимание». В результате и объемы российского рынка, и его финансовые показатели в течение последнего года выросли в лучшем случае не более чем на 5–7%. Что для возвращения к былым вершинам недостаточно.

ТЕНДЕНЦИИ

Что касается основных для рынка, здесь можно выделить три главных комплекса. Цифровизация, оптимизация и поляризация.

Аспекты первой тенденции различны: от автоматизации документооборота и стремления заказчика в онлайн-режиме заказать услугу до появления новых игроков рынка. «В business travel возможность полноценного управления командировками онлайн — это свершившееся явление, и MICE движется в том же направлении», — считает исполнительный директор компании «Авиацентр» Ольга Статкова. А руководитель MICE-отдела из «Бизнес события групп» Александр Ларчев говорит, что онлайн очень активно наступает. «С учетом появления новых возможностей некоторые клиенты начинают работать самостоятельно, создавая группы, выполняющие функции MICE-агентств», — констатирует он.

Вторая тенденция — стремление заказчика «выпрямить» дорогу к мероприятию, используя прямые контакты с организаторами ряда услуг и современные IT-технологии. «Всё больше площадок обзаводятся собственными MICE- и event-менеджерами, предлагая всё более широкий спектр услуг и перехватывая инициативу у агентств, — констатирует Екатерина Корсунская, генеральный директор Aerotone Business Travel. — Увы, но всё больше клиентов рабо-

тает с площадками напрямую, получая более выгодное предложение». «Если речь не идет о каком-то креативе и сложной программе, клиент уже может обходиться и без наших услуг, — считают некоторые представители отрасли. — Но когда речь идет об «изюминке» — здесь всегда выигрывают профессионалы».

Третья тенденция состоит в том, что спрос заказчиков все больше поляризуется. С одной стороны, сохраняется интерес к наиболее бюджетному стандарту — без изысков, лишь бы подешевле. С другой — растет спрос на креатив, когда заказчик хочет провести мероприятие нестандартно. Так, чтобы оно запомнилось и оказалось единственным в своем роде. Ксения Почетовская из FCM, к примеру, говорит: «Все чаще традиционные конференции и цикловые совещания организуются в формате или с элементами edutainment». Сюда же примыкает и все большая популярность bleisure-поездки: по данным «Аэроклуба», за последние пять лет число таких туров в России выросло на 43%. И обязательно станет расти и в дальнейшем.

ВЫБИРАЮТ КРЕАТИВ

Эксперты уверены — назвать единственный критерий, который полностью подавлял бы все осталь-

ные при выборе клиентом предложения, практически невозможно. И цена, хотя и играет важную роль, решает не всё.

«Совершенно точно нельзя выделить один-два параметра как основополагающие — важно всё, — считает Елена Мельникова, владелец и генеральный директор MAXIMICE. — Даже при особо тщательном подходе к формированию бюджета выбор в пользу самой низкой цены, если другие факторы не на уровне, сделан не будет». А Сергей Рыжов из MICE Market добавляет, что креатив концепции все чаще выходит на первый план. «Правда, при этом после развернутой концепции клиенты нередко просят сделать все самое «вкусное» в сжатый бюджет», — замечает он. Вадим Островский, руководитель BSI GROUP, называя в качестве главных критериев выбора небольшой бюджет, надежность компании и новые направления, добавляет к ним креативность подхода и нестандартный формат проведения мероприятия с полным погружением сотрудников в творческий или игровой процесс. Т. е. такие форматы, как тематические квесты, иммерсивные экскурсии, эксклюзивные сценарии, неординарные мастер-классы и применение передовых инсталляционных интерактивных технологий. И Ольга Немцева, ведущий специалист MICE&EVENT проектов



Юлия Липатова,
генеральный директор АО «Аэроклуб»

Активное использование портативных девайсов, высокий уровень социализации, потребность быть «постоянно подключенным» и главное — ожидание того же уровня обслуживания в командировке, что и в отпуске, с учетом личных предпочтений и образа жизни, — эти особенности нового поколения стали причиной зарождения нового мощнейшего тренда в индустрии бизнес-трелел. Тренда на персонализацию и развитие культуры «мгновенного опыта».



Реинфо

Разработка и реализация уникальных event-проектов в Сочи и Красной Поляне. Группа компаний РЕИНФО - агентство полного цикла, предлагающее размещение, транспорт, питание и организацию досуга.

www.reinfo-sochi.ru



на рынке
event услуг



Вадим Островский,
руководитель BSI GROUP

При сохранении тенденции к максимальной экономии бюджета растет требовательность заказчиков. В сфере MICE это креативность подхода при организации мероприятий, а в business travel акцент смещается в сторону онлайн. При этом увеличиваются прогрессивность и осведомленность заказчиков в данной сфере, растет спрос на расширенный и персонализированный функционал онлайн-решений.



«ИНТУРАЭРО», соглашается, что тренд этого года — наполнение серьезного мероприятия развлекательным контентом с использованием необычных форматов. «Например, организация иммерсивного шоу или квеста, когда гости становятся непосредственными участниками событий и могут забыть про чины и звания, — говорит она. — В условиях конкуренции креатив — незаменимая вещь при малом бюджете и высоких требованиях».

Впрочем, есть и те, кто уверен: бюджет по-прежнему «рулит». «Как показывает практика, на первом месте у клиента до сих пор остается бюджет мероприятия, — говорит исполнительный директор «Авиацентра» Ольга Статкова. — Только после его согласования мы можем обсудить креативную программу или новое направление». Однако в числе важных при выборе факторов эксперты называют и такие,

как известность и надежность компании-организатора, репутация и опыт поставщиков, применение новых технологий.

Что касается портфеля заказов, каких-либо принципиальных изменений участники рынка не отмечают. Основными клиентами остаются компании из таких сфер экономики, как промышленность (авто, энергетика, добывающая), FMCG, фармацевтика и медицина, IT, строительство, финансы и некоторые другие. При этом разброс сфер интереса и специализаций у игроков рынка широк: кто-то, к примеру, работает только с MICE в узком «диапазоне», а кто-то, напротив, готов качественно организовать любое деловое событие. Например, Екатерина Корсунская, генеральный директор Aerotone Business Travel, говорит, что около 70% заказов MICE-мероприятий в компании приходится на цикловые

**КЭНИГ
MICE**
УНИКАЛЬНЫЕ ПЛОЩАДКИ
В САМОЙ ЗАПАДНОЙ
ТОЧКЕ РОССИИ



+7 (4012) 931-931
mice@baltma.ru
www.micekaliningrad.ru

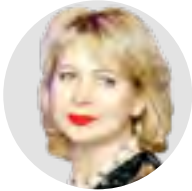




Ксения Почетовская,

старший менеджер по работе с ключевыми клиентами MICE, FCM

Критерии выбора программы по важности — креативность, комфорт и безопасность, оптимальность бюджета. Это связано с тем, что многие заказчики уже имеют большой опыт участия в различных мероприятиях, все попробовали и хотят чего-то особенного, а наличие прямого перелета и соответствие требованиям корпоративной безопасности обязательны.



Елена Мельникова,

владелец и генеральный директор MAXIMICE

Спрос на разнообразие географии наконец-то вернулся. Есть очень хороший интерес к дальним направлениям: в этом году мы делали Аргентину, Сеул, впервые реализовывали проект на Кабо-Верде, радовались возобновлению инсентивов в Исландии. Хороша загрузка и по отечественным направлениям. Мы снова открываем для клиентов, а подчас и для себя, что-то новое и вдохновляющее.

и мотивационные мероприятия. А в «Демлинк» организуют и однодневные мероприятия или деловые встречи, и очень насыщенные по программе масштабные конференции, и инсентив-программы с креативной составляющей в специально подобранных под формат конкретной программы местах. В свою очередь Бэлла Тарасова из «Ривьера-Сочи» отмечает рост спроса на нестандартные программы. «Это могут быть активные программы, квесты, интеллектуальные игры, винные казино, гастротуры, кулинарные мастер-классы и другие», — перечисляет она.

РАСШИРЯЕМ ГЕОГРАФИЮ

Главная тенденция времени — усиление спроса на разные регионы России и страны, которые раньше почти не входили в обиход организаторов MICE&business travel.

Да, общая ситуация по-прежнему склоняет всех участников процесса к выбору в пользу России. «Идет активное освоение всех регионов, — констатирует Максим Иванченко, генеральный директор «Транстур Тревел». — Поскольку спрос растет и порой наблюдается нехватка номеров в отелях в городах Золотого кольца, в Ленинградской области, Калининграде и на Алтае, выбор и реализация проектов происходит в пользу других городов». По оценке Бэллы Тарасовой из «Ривьера-Сочи», отмечается рост интереса к мероприятиям в горном кластере, площадки которого с апреля по ноябрь предлагают очень выгодные условия для организаторов в сочетании с шикарной инфраструктурой и номерным фондом. «Растет интерес к мероприятиям и корпоративным программам и в других городах Черноморского побережья России, включая Крым», — оценивает она.

Однако рейтинг внутренних направлений по-прежнему возглавляет Москва: на ее долю приходится 40% мероприятий, на Петербург и Сочи вместе взятые — 35%, а на Крым — всего около 1%. «Низкие показатели Крыма объясняются двумя причинами, — считает генеральный директор VTI Russia Филипп Лукьяненко. — С одной стороны, многие международные заказчики не идут туда по понятным причинам. С другой — пока не готова его инфраструктура». Вместе с тем он уверен: потенциал Крыма в сфере развития MICE&business travel огромен.

Другие эксперты заявляют: при наличии подходящей инфраструктуры и интересной программы некоторые заказчики готовы платить за поездки в самые отдаленные российские регионы. «В этом году мы ощущаем возвращение клиентов в Европу, но трендом остается Россия, — оценивает ситуацию директор департамента наземных услуг «Авиацентра» Юлия Левинская. — Клиенты стали больше уделять внимание развитию собственных сетей в регионах и увеличению спроса к своему продукту, в связи с чем растет и количество мероприятий в регионах России». При этом, как считает руководитель MICE-отдела «Бизнес события групп» Александр Ларчев, четко прослеживается желание клиента не только иметь

ПРИЕМ В САМАРЕ

отели • конференц-залы • трансферы
питание • активный отдых • тимбилдинг
экскурсии



micemarket.ru

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ

GM АвтоВаз • Жигулевский пивзавод
Стройфарфор • Балтика • Данон и др.



РЕКЛАМА

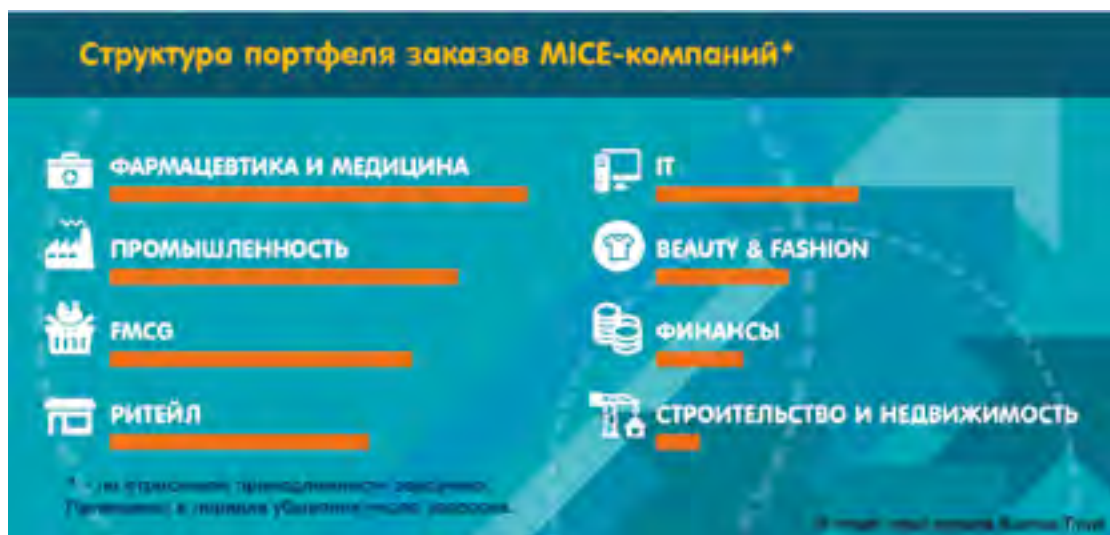
promtourism.ru



Михаил Друzman,

генеральный директор
«Балтма Турс ДМС»

В последнее время мы часто комбинируем модное в России MICE-направление Калининград с соседними Литвой, Польшей и Латвией. Это нашим партнерам и клиентам нравится: главное, на что обращает внимание заказчик, — креативность и комфорт, и при оптимальном бюджете их в этом случае в достатке.



качественную площадку для проведения семинаров и конференций, но и получить возможность ознакомиться с чем-то новым. «Поэтому мероприятия часто проводим в художественных галереях, музеях и т.д.», — констатирует он. По оценке главы АО «Аэроклуб» Юлии Липатовой, во многом развитию делового туризма в регионах способствовало и проведение ЧМ-2018. «Это увеличило количество и вариативность площадок, а также сбалансировало ценообразование за счет большего предложения, — говорит она. — Хорошие площадки появились, в частности, в Самаре, Нижнем Новгороде, Калининграде, Казани и Екатеринбурге». Однако свежим ветром повеяло не только во внутренней географии делового туризма. Каких только направлений, кроме традиционных и хорошо «раскатанных», теперь не предлагают! Оман и Бахрейн. Маврикий и Бразилию. ОАЭ и Индонезию. Новые

перспективные направления нашлись и на просторах СНГ: целый ряд специалистов говорит о том, что они «открыли» для делового туризма такие страны, как Казахстан или Киргизия. Причем по возможности операторы комбинируют поездки таким образом, чтобы клиенты получили максимум впечатлений.

ОЦЕНИВАЕМ ПЕРСПЕКТИВЫ

Есть ли свет в конце тоннеля для российского MICE&business travel? Безусловно. Но процесс развития этого рынка напрямую связан с ростом экономики страны и, с учетом тенденций, пойдет по пути усложнения проектов. Ведь простые с точки зрения организации мероприятия клиенты смогут «делать» сами, используя современные технологии. Экспертная оценка почти однозначна: цифровизация в этом секторе туризма будет только нарастать.



ГК «АЛЬТАИР» — объединенная группа компаний, осуществляющая комплексное обслуживание корпоративных клиентов в области деловых поездок, организации конференций, выставок и семинаров в России и за рубежом, продажу авиа- и железнодорожных билетов, организацию деловых и развлекательных мероприятий в России и за рубежом.

Качество складывается из мелочей.

ГК «АЛЬТАИР» +7 985 08 007 57



МЫ ЗНАЕМ ГДЕ И КОГДА!



НАШИ СТАТУСНЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРОЕКТЫ

1600 БИЗНЕС
МЕРОПРИЯТИЙ
НА **5** КОНТИНЕНТАХ
В **60** СТРАНАХ МИРА С 1992 г.
БОЛЕЕ **75** БИЗНЕС
МЕРОПРИЯТИЙ В ГОД
БОЛЕЕ **150** СОТРУДНИКОВ
БОЛЕЕ **170** ДИПЛОМОВ
И СЕРТИФИКАТОВ

**ВСЕРОССИЙСКИЙ
ДЕНЬ MICE**

Всероссийский День MICE
www.miceday.ru

РЕКИ РОССИИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТУРИСТСКИЙ ФОРУМ

Национальный туристский форум «Реки России»
www.форумрекироссии.ру

**Education®
Global**
Образование без границ

Международный конгресс-выставка
«Global Education – Образование без границ»
www.globaledu.ru

**РОССИЙСКАЯ
НАЛОГОВАЯ НЕДЕЛЯ**
RUSSIAN TAX WEEK

Российская налоговая неделя
www.russiantaxweek.ru

ФОРУМЫ
КОНГРЕССЫ
ВЫСТАВКИ
КОНФЕРЕНЦИИ
КОРПОРАТИВНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

РЕКЛАМА

WWW.CONCORDGROUP.RU
WWW.CONCORDSPB.RU



Сергей Шуклин,
генеральный директор сочинской
компании «Страна-Реинфо»

Для успешного развития MICE&business travel зачастую не хватает сфокусированного и хорошо просчитанного продвижения. Да, многие говорят об этом направлении туризма. И порой даже называют его в качестве приоритетного. Но ему не хватает последовательных и рассчитанных на перспективу действий, способных привести к получению хорошего эффекта. Обязательно должна появиться долгосрочная стратегия.



По данным Travelport, уже сейчас 92% бизнес-путешественников бронируют билеты и жилье онлайн, а использование «цифры» в ходе поездки стало обычным делом. «Оцифровка» MICE&business travel будет происходить на фоне дальнейшей консолидации бизнеса, с одной стороны, и усиления его специализации, с другой, а также ускорения развития leisure-путешествий и вовлечения в процесс организации туров все новых и новых стран и регионов РФ. «На фоне дальнейшей консолидации рынка будущее за игроками с высокотехнологичными инструментами и широким ассортиментом продукта», — считает Александр Ларчев из «Бизнес события групп». А Елена Мельникова из MAXIMICE уверена, что будущее за комбинированными мероприятиями. «Наблюдается тенденция к усложнению проектов с упором на мотивационный контент, — говорит она. — Есть спрос и на «серийность».

В свою очередь Наталия Киселева, руководитель департамента Active MICE Mouzenidis Group, замечает, что business travel все больше уходит в онлайн-платформы, и поэтому для нас, как DMC-компаний, рост видится именно в организации инсентив-мероприятий и конгресс-программ. Согласен с ней и Антон Абрамов, руководитель отдела корпоративного обслуживания Coral Travel. «Основная тенденция — перемещение продаж в онлайн-системы бронирования, — считает он. — Большинство мероприятий в той или иной мере уже пользуются разными онлайн-сервисами. Именно мероприятия нового формата будут вытеснять ранее привычные: работа по проекту будет все более автоматизирована. Вместе с тем все большую роль будет играть уникальность персонализированной составляющей сервиса».



Компания «Бизнес События Групп» предлагает полный комплекс услуг в области организации корпоративных мероприятий в России и за рубежом: от организации семинаров, конференций, тренингов до проведения деловых мероприятий и приёмов.

Компания специализируется на четырёх основных типах мероприятий, востребованных лидерами современного бизнеса:

ДЕЛОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ — Конференции, выставки, семинары, симпозиумы и отраслевые форумы для коллег и партнеров.

КЛИЕНТСКИЕ МЕРОПРИЯТИЯ — Презентации, имиджевые мероприятия и официальные приемы для ваших клиентов.

КОМАНДООБРАЗОВАНИЕ — Тимбилдинги, профессиональные тренинги и повышение квалификации для сотрудников.

БИЗНЕС и ИНСЕНТИВ Поездки — Корпоративные мероприятия вдали от привычной деловой среды: Подмосковье, Россия, весь мир.

105094, Москва,
Семёновская набережная,
дом 2/1, стр. 1, офис 18Б
Телефон: +7 (495) 150-20-13
E-mail: bizsob.ru@gmail.com
Web: www.bizsob.ru



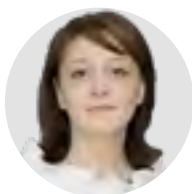
BSI GROUP
travel education incentive
с 1990 года



Наталья Евневич,

генеральный директор компании «Конкорд»

Для нас самым значимым событием последнего времени стала организация Всероссийского Дня MICE. В 2019 году его мероприятия проходят в пяти регионах и еще состоятся в Москве (10 октября), Сочи (14 ноября) и Петербурге (6 декабря). По результатам их проведения будут формироваться и «MICE-паспорта» регионов России для последующего продвижения территорий (в т. ч. на зарубежных рынках).



Бэлла Тарасова,

генеральный директор компании «Ривьера-Сочи»

Наша новинка этого года — эксклюзивные эногастрономические туры «Винные дороги юга России и Легенды Боспорского царства». Новый тур дает уникальную возможность окунуться в атмосферу настоящей винной провинции в лучших европейских традициях, не покидая пределы страны, что очень актуально в рамках оптимизации бюджетов корпоративных программ и моды на внутренний туризм.

Волна «оцифровки» вовсе не захлестнет отрасль: спасательным кругом для нее станут, по мнению экспертов, разнообразие предложений и креатив. «Даже в самые незамысловатые и простые с точки зрения организации мероприятия клиент хочет добавить «изюминку», — уверена Ольга Статкова из «Авиацентра». «Обычные ин센тивы уже не популярны: клиенту нужны особенные направления и креативная программа», — добавляет Вадим Зеленский. «Мы видим запросы на путешествия с возможностью самореализации, проявления творчества и ориентированные на поддержание правильной экологии, — говорит Сергей Рыжов. — Скорее всего, будут востребованы регионы с возможностью отправиться в заповедники, национальные парки, попробовать на себе сельский туризм и максимально соприкоснуться с природой».

ЧТО НОВЕньКОГО

«Поскольку отрасль развивается и есть возможность перенимать опыт не только у коллег из России, но и других стран, сейчас клиента уже трудно удивить чем бы то ни было, — говорят многие эксперты. — Однако если не придумывать нового — можно сразу уходить с рынка». Чем гордятся профильные компании? MAXIMICE летом 2019-го совместно с агентством Boost организовало в Экспоцентре на Красной Пресне форум для крупнейшей в Индии фармацевтической компании, на котором прошло награждение 4 тысяч лучших менеджеров по продажам со всего мира. «Авиацентр» организовал в Подмоскovie обучение волонтеров со всей России для поисково-спасательного отряда «Лиза Алерт». В Aerotone Business Travel одним из самых ярких событий считают проведение большого форума для благотворительного фонда, в котором участвовали как взрослые, так и дети.

В «Аэроклуб Тур» активно используют сервис Click2Mise, с помощью которого компания организовала уже 8 тысяч мероприятий, а также «Визовый портал», ориентированный на корпоративных клиентов. Примерно по этому же пути идут и в «Демлинк», предлагая клиентам и партнерам целый набор инструментов, с помощью которых можно оптимизировать и усовершенствовать работу. В частности, речь идет о проекте Demlink Club, программе Demlink Money, а также программе Demlink People, благодаря которой начинающие специалисты могут освоить основы business travel.

В свою очередь, другие игроки рынка осваивают как новые для них направления, так и виды туризма. Например, в «Бизнес события групп» организовали семинар на индонезийском острове Ломбок, в ходе которого его участники не только проводили деловые мероприятия, но и знакомились с местными промыслами. А в MICE Market активно развивают промышленный туризм. «Продукт хорошо совмещается с необходимостью провести конференцию, позволяя посетить два-три успешных предприятия и при этом не забыть об экскурсионной и культурной программе», — считает генеральный директор компании Сергей Рыжов. **BT**

АКТУАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ БИЗНЕС-ТРЕВЕЛ И MICE

НОВАЯ СИСТЕМА
БРОНИРОВАНИЯ

ONLINE



ОРГАНИЗАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЙ
УПРАВЛЕНИЕ КОМАНДИРОВКАМИ
ЭЛЕКТРОННАЯ ОТЧЕТНОСТЬ

РЕКЛАМА

Ведущие игроки российского

Название	ФИО руководителя	Специализация	Штаб, чел.	Кол-во мер-тий в РФ в 2018-м	Кол-во мер-тий за рубежом в 2018-м	Онлайн-решение для корпоративных клиентов и back-офиса	Контакты
Группа компаний «Демлинк» (business travel) и «Демлинк Атлас» (MICE)	«Демлинк» — Татьяна Нугманова, «Демлинк Атлас» — Ирина Карнаухова	Business travel & MICE & VIP service & Leisure. Online Booking Tool, Optimization & Cost saving, ERP systems integration. Многократный победитель и финалист премий Russian Business Travel & MICE Award, Buying Business Travel Award.	300, офис в Москве	4200	270	Demlink online	+7 (495) 797-64-00 info@demlink.ru www.demlink.ru
MAXIMICE	Елена Мельникова	Организация деловых корпоративных мероприятий (выезд — весь мир) от креативной концепции, дизайна и продакшена до логистической поддержки, букинга и сопровождения. MICE, Event, маркетинг — B2B, B2C.	87, офис в Москве, представительство в Сочи		475		+7 (495) 739-33-58 new.business@maximice.ru www.maximice.ru
«Балтма Турс» DMC	Михаил Друтман	Многолетний опыт в индустрии гостеприимства объединяет лучшее, что есть для проведения корпоративных мероприятий в Калининграде, Польше и странах Балтии.					+7 (4012) 931-931 mice@baltma.ru www.baltmadmc.com
Аэроклуб (АО)	Юлия Липатова	Полный спектр услуг в сфере бизнес-трел, включая консалтинг по оптимизации расходов и разработку IT-решений.	650, центральный офис в Москве, представительства в Петербурге и Владивостоке			TIME LINK ATOM iHUB Expense	
Аэроклуб Тур (ООО)	Андрей Зинковецкий	Полный спектр услуг в сфере организации деловых и событийных мероприятий в России и за рубежом, визовая поддержка клиентов. Работает с 2004 года.	125, офис в Москве	11000	Более 400		
FCM Travel Solutions / FCMice	Ольга Бельюсенко	FCM Travel Solutions: консалтинг по управлению корпоративными трэвел-расходами и полный спектр услуг по организации деловых поездок. FCMice: инсентивные туры, конференции, корпоративные и маркетинговые мероприятия.	350+, офисы в Москве, Тюмени, Южно-Сахалинске	3500	600		
«Бизнес События Групп»	Ирина Травкина	Организация корпоративных мероприятий, инсентив-туров в России и за рубежом.	10	280	10		+7 (495) 150-20 13 i.travkina@bizsob.ru www.bizsob.ru
«Зеленский Корпорейт Тревел Солюшнз»	Вадим Зеленский	Сокращение командировочных расходов и экономия времени заказчика за счет оптимизации трат на командировки и деловые поездки.	150, офисы в Москве, Санкт-Петербурге, Хабаровске	70	30	ZCTS NEW ONLINE	
Continent Express	Станислав Костяшкин	Агентство делового туризма, работающее с 1997 года.	Более 400, центральный офис в Москве, филиалы в Санкт-Петербурге, Тюмени, Южно-Сахалинске	4200	1900		
MICE Market	Сергей Рыжов	Business travel. Организация конференций, форумов, деловых миссий. Промышленный туризм — экскурсии на предприятия России. Поощрительные туры DMC по Самарской области и Поволжью.	21	42	6		+7 (800) 700-90-61 online@micemarket.ru micemarket.ru
Группа компаний «Конкорд»	Наталья Евневич	Организация форумов, конгрессов, конференций, фестивалей в России и за рубежом; организация экспозиций на международных выставках и туристическое обслуживание их участников в России и за рубежом. Год основания компании — 1992.	50, головной офис в Москве, филиал в Петербурге	80	50		+7 (495) 961-11-99 reception@concordgroup.ru www.concordgroup.ru fb: @ConcordGroup.ru

рынка MICE и делового туризма

Название	ФИО руководителя	Специализация	Штаб, чел.	Кол-во мер-тий в РФ в 2018-м	Кол-во мер-тий за рубежом в 2018-м	Онлайн-решение для корпоративных клиентов и back-офиса	Контакты
«Ривьера-Сочи»	Бэлла Тарасова	Услуги DMC, PCO. Мероприятия «под ключ», логистика, локальный инсентив, нестандартные решения для мероприятий в Сочи и на юге России.	25 человек, головной офис в Сочи	37		Электронная страница мероприятия на сайте по деловому туризму, электронный пакет документов для юридических и физических лиц	+7 (862) 448-93-35 +7 (989) 162-30-11 mice@rivsochi.ru www.riviera-sochi.ru
Active MICE Mouzenidis Group	Наталья Киселева	DMC-компания по Греции, Кипру, Армении, Азербайджану, Италии, Катару и Грузии.	70, более 10 филиалов, собственные офисы в более чем 20 странах мира, более 30 офисов по России		300+		
«ТРАНСТУП ТРЕВЕЛ»	Максим Иванченко	Услуги корпоративным клиентам в сфере организации деловых поездок и MICE.	46	31	16	Corteos	
CORAL TRAVEL	Эрджумент Юналан	Туроператор - групповые и индивидуальные туры FIT на базе собственных чартерных программ и регулярных рейсов, развитие инсентив-, конгресс-, спортивного и других видов туризма, продажа авиабилетов онлайн.	Офисы в 25 городах	67	223	online.coral.ru	
«АВИА ЦЕНТР»	Сергей Богачев	TMC — профессиональная организация командировок, мероприятий, конференций, аналитика, рекомендации, программы сокращения тревел-расходов.	680, пять филиалов	190	120	Colibri	
CITY TRAVEL	Юлия Мануйлова	Разработка и внедрение полного цикла процессов по снижению затрат. Визово-миграционные услуги.	320	1100	680	Millennium	
«ИНТУРАЭРО»	Александр Кожемякин	Организация деловых поездок, корпоративные мероприятия (MICE), транспортное и визовое обслуживание, участие в российских и международных выставках и конференциях.	50, офис в Москве	540	360	Clickfortrip	
Aerotone Business Travel	Екатерина Корсунская	Business travel & MICE.	50, офис в Москве	350	48		
«Подъёжики»	Сергей Горбачев	События, решающие бизнес-задачи клиентов и партнёров.	65	164	9		
Группа компаний АЛЬТАИР	Ирина Волкова	Комплексное обслуживание корпоративных клиентов в области деловых поездок, организации конференций, выставок и семинаров в России и за рубежом, продажа авиа- и железнодорожных билетов, организация мероприятий в России и за рубежом.	72, офис в Москве	200+	200+	Corteos	+7 (495) 694-18-14 os@altairtravel.ru www.altairbt.ru
Интурист (Intourist Thomas Cook)	Виктор Тополкараев	Старейшая туристическая компания России (с 1929 года), работает в партнерстве с Thomas Cook Group. Въездное и выездное направления, деловой туризм и корпоративные мероприятия (MICE), государственные и региональные проекты, обслуживание VIP-клиентов.	412, штаб-квартира в Москве, офисы в Санкт-Петербурге, Екатеринбурге и других крупных городах	300+	50+	Corporate Self Booking Tool	+7 (495) 956-89-35 corp24@intourist.ru www.intourist.ru www.intourist.com
BSI GROUP	Вадим Островский	Многопрофильный туроператор с 29-летним опытом работы на международном туристическом рынке: выездной, въездной и внутренний туризм, сервис продажи авиабилетов, business-travel и MICE. Входит в холдинг BSI GLOBAL GROUP.	Центральный офис в Москве, филиал в Петербурге, представительства в Екатеринбурге, Ростове-на-Дону, Воронеже, Казани и Новосибирске. Собственный офис в Лондоне	1059	202	Система онлайн-бронирования BSI GROUP	+7 (495) 785-55-35 +7 (800) 200-55-35 (бесплатно из регионов) company@bsigroup.ru www.bsigroup.ru 127055, Москва, ул. Сушэвская, д. 27, стр. 1, БЦ «Салют», подъезд 2, этаж 4, офис 242



«Демлинк». Игра по своим правилам

Один из ведущих игроков российского рынка MICE & Business Travel компания «Демлинк» была создана в 1992 году. В числе первых в России она запустила услуги Business Travel полного цикла. К началу 2000-х годов компания вошла в число лидеров рынка. После реструктуризации бизнеса весной нынешнего года возникла уже группа компаний — ООО «Демлинк», специализирующаяся на предоставлении услуг Business Travel, и ООО «Демлинк Атлас», занимающаяся реализацией проектов в сфере MICE. Учредители обеих компаний — **Олег Шабуцкий** и **Олег Бегляров** любезно согласились ответить на вопросы нашего журнала.

Что вы считаете самой сильной стороной «Демлинка», если говорить о продукте? Какой сегмент бизнеса у вас лидер продаж и почему?

Мы достигли отличных результатов в MICE. Участвуем во всех международных выставках, на которых представлены профильные продукты, следим за мировыми трендами. Наши поставщики разбросаны практически по всем континентам. Поскольку мы являемся компанией полного цикла, все наши услуги дополняют друг друга, создавая некую синергию, направленную на общий результат. Конечно, услуги Business Travel более стандартизированы, но именно поэтому они требуют постоянных технологических инноваций.

Расскажите о MICE-проектах последнего времени, которые стали воплощением лучших профессиональных идей компании.

Надо всегда помнить, что любая инсентив-программа служит решению конкретных бизнес-задач. Вдобавок она должна иметь сильную эмоциональную составляющую. Часто для клиента это является одним из основных показателей результативности проведенного мероприятия. Согласитесь, что гала-ужин во французском замке с известными певцами, оформленный в стиле определенной исторической эпохи, никого не оставит равнодушным. Или, например, вы выходите на улочку около отеля и оказываетесь в атмосфере старого итальянского рынка! В одном из сценариев участники нашего мероприятия стали гостями празднования дня Святого Патрика — вместе с местными жителями, разумеется. Попадая в другое измерение, человек особенно ярко запоминает происходящее с ним.

Подбор специальных дат, особых мест, акцент на чем-то необычном и при этом локальном — всё это способствует решению бизнес-задач наших клиентов. Еще пара нестандартных кейсов: деловая часть программы проходила в шатре, построенном на берегу бурной реки, но оборудованном по последнему слову оргтехники, а сразу после конференции состоялся сплав ее участников на плотах. Если теперь я скажу, что это происходило в Непале, вы, наверное, удивитесь. А на Мадейре в программе было скалолазание и переправа на зип-лайне через каньон.

Особо отмечу: мы устраиваем для своих корпоративных клиентов фамтрипы, в ходе которых показываем им перспективные места для мероприятий. Образовывая клиентов, мы совместно работаем на результат, помогаем им более эффективно решать бизнес-задачи.

Известно, что сейчас MICE-компании работают в условиях минимизации бюджетов корпоративных клиентов. Какие инструменты для завоевания клиентов вы применяете?

Ответ находится на пересечении двух факторов: это наличие высоких профессиональных способностей

у наших сотрудников и готовность поставщиков дать нам наилучший баланс цены и качества услуги. Добавьте креатив — и вы завоюете клиента в любых обстоятельствах.

Как меняется спрос ваших корпоративных клиентов? К каким вызовам и особым требованиям приходится быть готовыми?

Клиенты начинают самостоятельно пользоваться всё большим количеством сервисов, и это приходится учитывать каждый день. Кроме того, мы сами участвуем в организации спроса — предлагаем альтернативные направления, новые решения по оптимизации затрат и так далее. Если же говорить о географии MICE-мероприятий, то здесь перемены происходят постоянно: Европу по политическим и финансовым причинам сменили безвизовые направления, в первую очередь Турция, затем пришел черед стран Балтии и стран СНГ — Грузии, Азербайджана, Армении. Недавно мы осуществили очень интересный проект в Узбекистане, замечательно прошло большое мероприятие на центральной площади Самарканда.

На нашем рынке каждый год происходят успешные и не очень слияния крупных компаний. Ваше отношение к этому?

Ни с кем объединяться мы не собираемся, хотя это право любой компании. Слияния могут способствовать развитию рынка, а могут оказывать и отрицательное воздействие. Если компанию приобретает кто-то посторонний, из чужого сегмента — это скорее плохо.

Как развивается онлайн-платформа Demlink Online? В чем преимущества ее использования корпоративными клиентами?

Онлайн-продукт создавался для удобства клиентов. Это очень серьезная рабочая среда, в которой есть всё, вплоть до бухгалтерии. Разработчики стремятся сделать так, чтобы в итоге в ней нашлось место всем элементам взаимодействия между заказчиками и нами. Самые востребованные сегменты онлайн-платформы — заказ авиабилетов и размещение в отелях. Можно себе представить, какое количество времени заказчик экономит, прибегая к веб-технологиям. Demlink Online работает круглосуточно и круглогодично. Вместе с тем клиент не остается наедине с системой. При возникновении любой проблемы заказ можно немедленно перевести в режим офлайн и получить консультацию сотрудника.

Расскажите о специфике использования социальных сетей для развития бизнеса.

Кроме деловой составляющей, имеющей неоспоримое значение, Фейсбук, Инстаграм и другие подобные площадки хороши еще и тем, что помогают распространять



Татьяна НУЗМАНОВА,

генеральный директор
ООО «Демлинк»

Demlink People School — это платформа, на которой любой корпоративный клиент может повысить уровень своих знаний о сегменте Business Travel.



**Ирина
КАРНАУХОВА,**

генеральный директор
ООО «Демлинк Атлас»

Надо всегда помнить, что любая ин센див-программа служит решению конкретных бизнес-задач. Вдобавок она должна иметь сильную эмоциональную составляющую.

идеи из области life style, в данном случае — путешествий. Наши сотрудники делятся личными впечатлениями и опытом, например, участия в парусных регатах, рассчитывая, что он зацепит кого-то из существующих или потенциальных клиентов. Так и получается.

Какие традиции и бренды сформировались за годы развития?

В сотрудничестве с клиентами компания реализует и постоянно развивает пять клиентских программ, каждая из которых нацелена на удовлетворение основных потребностей клиента: Demlink Online — автоматизация бизнес-процессов, Demlink Money — оптимизация расходов, Demlink MICE — организация мероприятий под ключ. Demlink Club обеспечивает максимальное качество услуг, а Demlink People занимается развитием партнерства.

С годами концепция программ меняется, они насыщаются новыми продуктами, идеями, технологиями. Так, в мае 2019 года программа Demlink People получила новый вектор развития — мы открыли Demlink People School. Известно, как непросто порой молодому трэвел-менеджеру, который отвечает за организацию поездок и командировок, начинающему ассистенту или секретарю с большим кругом обязанностей разобраться в тарифах авиакомпаний, огромном выборе альтернативных предложений по проживанию, как успеть вовремя заказать визу, что делать при форс-мажорных ситуациях и как решать множество сопутствующих вопросов. Поскольку биография «Демлинка» сделала его носителем огромного профессионального опыта и знаний, мы решили поделиться ими и на базе программы Demlink People создали новый образовательный проект. Demlink People School — это платформа, на которой любой корпоративный клиент может повысить уровень своих знаний о сегменте Business Travel.

Тренинг проходит в офисе компании «Демлинк» по пятницам, занимая половину рабочего дня, с 10.00 до 14.30. Основными спикерами выступают директора департаментов и их заместители, то есть настоящие эксперты корпоративного туристического рынка. По окончании тренинга слушатели получают соответствующий сертификат. Для клиентов, работающих с нами по договору, участие в тренинге бесплатно. На сегодня уже более сорока человек из числа корпоративных клиентов прошли тренинг-обучение, и мы получили замечательные отзывы о нашей программе. Их можно посмотреть на сайте www.demlink.ru в разделе «Новости компании». Успех вдохновляет на покорение новых вершин, и вскоре мы предложим корпоративному рынку, региональным и начинающим MICE-менеджерам тренинг по теме «MICE — организация мероприятий».

«Демлинк» предлагает также любому клиенту, вне зависимости от наличия действующего договора, диагностики в виде анализа предоставленной

клиентом статистики и последующих консультаций и рекомендаций по вопросам оптимизации средств на командировки, корректировки трэвел-политики и организации бизнес-процесса по заказу деловых поездок внутри предприятия. Услуги предоставляются в рамках программы Demlink Money.

Как вы подбираете и мотивируете своих сотрудников? Что-то сейчас меняется на кадровом рынке MICE-индустрии?

Бренд «Демлинк», пройдя за четверть века большой путь, смог воспитать и взрастить большой, ценный и саморазвивающийся потенциал в виде человеческого ресурса. Из трехсот сотрудников более ста человек работают в компании свыше пяти лет, а каждый десятый — десять лет и больше. Это настоящие профессионалы. А вот найти хорошего сотрудника очень и очень непросто. Для мотивации существуют внутренние соревнования: лучший проект, лучший результат, а также бонусные программы, система материальных и нематериальных поощрений — например, поездок. В результате в компании поддерживается высокий градус внутреннего настроения — все работают на результат и болеют за общее дело.

Заглянем в недалекое будущее. Какие тренды, на ваш взгляд, станут определять развитие рынка MICE и Business Travel в обозримом будущем?

Будем делать что-то новое из хорошо забытого старого, продолжая играть по своим правилам! Тем не менее мы очень много инвестируем в новые технологии, отслеживаем самые последние тренды и после соответствующего тестирования внедряем их. А если серьезно, то ни виртуальная реальность, ни искусственный интеллект не заменят возможностей и удовольствия от прямого человеческого общения. Как раз на нем и построен тот бизнес, которым мы занимаемся и который, в свою очередь, развивает и обогащает возможности общения, прежде всего делового. Еще один аспект — это сервис. Его, конечно, можно перенести в онлайн, но тогда он станет онлайн-услугой. А сервис «на земле» можно совершенствовать бесконечно, и это не наскучит ни одной из сторон.

Работы много, планов — громадье, удастся ли находить время на отдых и спорт?

Прекрасно, когда работа посвящена организации отдыха и есть возможность лично проверять то, что будет предлагаться клиенту. Что касается спорта, то недавно российская команда участвовала в регате «пяти островов» в Греции — Кос, Калимнос, Нисирос, Сими и Родос, и в своем дивизионе, Cruising 2, наша лодка заняла первое место! **BT**

Беседовал Геннадий Габриэлян



Тренды развития туризма И НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

«Интурист» как старейшая туристическая компания России и эксперт отрасли назвал ключевые тенденции туристического и MICE- рынков и составил прогноз его развития в 2019–2021 годах. Рассказывает заместитель директора департамента корпоративного туризма «Туроператор «ИНТУРИСТ» **Татьяна ФРОЛОВА.**

Переход на онлайн и трансформация поставщиков туристических услуг — это очередные вызовы для сообщества, которые нужно учитывать, чтобы оставаться успешными на рынке. Необходимо менять бизнес-модели, внедрять новые программные средства, корректировать управление персоналом — в общем, учиться жить в новых реалиях.

Перечислим основные направления развития российского туризма, характерные в том числе и для сегментов business travel и MICE.

1 Изменение бизнес-модели работы туроператоров. Бизнес классических туроператоров при неправильной работе становится убыточным, мы это видим на примере банкротств крупных компаний. Причина кроется в бизнес-модели, для которой характерна низкая доходность при высоких рисках, связанных с перепроизводством турпродукта, а также с сокращением объема чартерных перевозок. По прогнозу, туроператоры будут все больше уходить в B2C-рынок, сохраняя позиции на эксклюзивных турпродуктах. Чтобы противостоять конкуренции с маркетплейсами, они будут объединять свой турпродукт с предложениями сегодняшних конкурентов. Все будут продавать всё с приоритизацией собственного контента.

2 Глобализация бизнеса туроператоров. В условиях изменения факторов, влияющих на туризм, более стабильны глобальные игроки. Несмотря на политические риски, они представлены и в России. Thomas Cook Group, лидер европейского рынка, например, даже расширяет свой бизнес в РФ, приобретая крупных российских туроператоров. Они также диверсифицируют свой бизнес и становятся не просто туроператорами, но и владельцами отелей, самолетов и круизных лайнеров. Управление полной сервисной цепочкой обеспечивает им конкурентоспособность, устойчивость и высокие стандарты сервиса.

3 Развитие цифровых технологий и интернет-ресурсов. Глобальными дистрибьюторами туруслуг станут метапоисковики, некоторые из них уже начинают участвовать в расчетах между клиентами и поставщиками, превращаясь в маркетплейсы. Происходит вытеснение с рынка традиционных дилеров туристических услуг. По данным туроператоров, уже сейчас более 20% туров продается на сайтах в режиме B2C, и эта доля будет

расти. B2C-рынок перейдет в руки глобальных метапоисковиков и потребительских цифровых платформ, располагающих мощными финансовыми и маркетинговыми ресурсами, в том числе арсеналом инструментов Big Data.

4 Изменение структуры и каналов продаж туристических услуг. Происходит сближение поставщиков туристических услуг (отелей, авиакомпаний) и потребителей — все стараются сократить цепочку посредников, оптимизировать затраты на дистрибуцию, создать свою клиентскую базу.

5 Появление непрофильных дистрибутивных каналов. Крупные банки, обладающие значительной клиентской базой, создают цифровые потребительские платформы, в которых одной из основных подсистем является сервис по бронированию туристических услуг. Так Сбербанк фактически вышел в сегмент тревел-услуг, анонсировав платформу для бронирования гостиниц, билетов в онлайн-кабинете. Корпорации, крупные компании в рамках внутренних социальных программ создают аффилированные структуры, обеспечивающие организацию не только деловых поездок, но и личного отдыха сотрудников.

6 Усиление конфликта интересов между поставщиками и дистрибьюторами туристических услуг. Несколько лет назад авиакомпания отменили агентские комиссии (оплачивают в среднем 1 руб.) для самостоятельного развития программ лояльности для клиентов. Число бронирований авиабилетов на сайтах некоторых перевозчиков теперь превышает 50%, у лоукостеров доходит до 100%. Отели также усиленно стимулируют рост прямых продаж, предоставляя конечному клиенту цену на таком же уровне, как и туристической компании с большим объемом («лучшая цена дня»). Это приводит к тому, что тревел-агентствам невозможно конкурировать по цене с конечными поставщиками, маржинальность business travel сильно снижается. С постоплатой в 45–60 дней проекты становятся нерентабельными.

7 Создание авиакомпаниями собственных виртуальных туроператоров. Недавний пример: а/к «Победа» на основе технологии динамического пакетирования своих перелетов реализует на сайте турпродукт с отелями в цепочке с глобальными агрегаторами гостиниц. **BT**

antormice 2020

MICE

15-ая международная рабочая встреча по организации конференций, деловых встреч и корпоративных поездок

4

февраля
Вторник
2020

Гостиница
The
Ritz-Carlton
Moscow

Meetings

Incentives

Conferences

Events

Площадки для мероприятий



Destination
Management
Company
(DMC)

Конгрессы

Семинары

Meeting Industry

Поощрительный туризм

Team building

Corporate Buyers



Конференц-пакеты



Корпоративный туризм

К участию в мероприятии приглашаются:

Компании по организации деловых, событийных и корпоративных поездок;
Гостиницы и гостиничные сети; Авиакомпании;
Бизнес и конференц-центры; Круизные компании;
Национальные туристические представительства;
А также другие компании, работающие в области делового туризма.



Организаторы:

тел.: +7 499 5005628
sales@antormice.com
www.antormice.com

На посещение мероприятия приглашаются:

Корпоративные клиенты;
Организаторы деловых и корпоративных мероприятий;
Туристические компании из Москвы и регионов.



Игры «под ключ»

Агентство бизнес-туризма и мероприятий MICE Market организовало VIII Российско-китайские молодежные летние игры, которые проходили 15–22 июня в Самаре.

На семидневное мероприятие приехали 607 участников из России и Китая. Молодые люди соревновались в восьми видах спорта. Церемония открытия игр проходила на главной площади города, которая является самой крупной в Европе. Вся команда MICE Market была задействована. За каждым из отделов был закреплен определенный сектор работы. Менеджеры компании постоянно находились во взаимодействии с оргкомитетом заказчика.

«Мы делали мероприятие фактически «под ключ». На нас была выписка билетов, размещение участников игр, организация трансферов,

экскурсионные программы для китайской и российской сторон, мы занимались брендингом площадок, организовывали церемонии открытия и закрытия игр», — рассказывает Сергей Рыжов, генеральный директор компании. По его словам, Министерство спорта выбрало MICE Market, основываясь на успешном опыте компании по организации различных мероприятий в рамках чемпионата мира по футболу–2018.

«Самое важное, что наши китайские партнеры остались довольны уровнем организации мероприятия, — добавляет Сергей Рыжов. — Мы получили положительный отзыв от замминистра спорта Самарской области, федеральные коллеги тоже остались довольны. Надеемся, что у нас будет еще возможность принимать подобные мероприятия в Самаре».

«Волга-тур» и новый дом



Сервисная компания «Волга-тур» переехала в новый «бирюзовый» офис.

«Мы очень тщательно выбирали местоположение, не хотелось покидать центр города. В итоге нашли двухэтажное здание, где целое крыло в нашем распоряжении. Поскольку мы считаем

себя «бирюзовой» компанией, то и основной цвет в офисе — бирюзовый», — говорит Наталья Полухина, заместитель директора по развитию «Волга-тур».

При входе в офис гостей встречают нарисованные человечки — веселый под разноцветным дождем и грустный под зонтом. Первый символизирует счастливых довольных клиентов, второй — тех, кто пока еще не сотрудничает с «Волга-тур». Отдел конференций назвали #NICEMICE, кабинет генерального директора носит имя «ШТАБ».

«Мы даже площадку перед входом в офис оборудовали — посадили цветы, поставили стол и лавки, в хорошую погоду все перебираются работать на свежий воздух!» — завершает свой рассказ Наталья Полухина.

UNWTO приедет в Петербург

Главным деловым событием осени 2019 года в Петербурге станет 23-я сессия Генеральной Ассамблеи Всемирной туристской организации (UNWTO), участие в которой намереваются принять более 1,5 тысячи делегатов из 158 стран мира.

Мероприятия проводимого Фондом Росконгресс с 9 по 13 сентября съезда мировой туристической индустрии состоятся на трех площадках: в конгрессно-выставочном центре «Экспофорум», Таврическом дворце и Президентской библиотеке. Только его деловая часть включает в себя 16 разноплановых встреч, заседаний и сессий.

В частности, с докладом о тенденциях развития международного туризма выступит глава UNWTO Зураб Пололикашвили, а основными темами обсуждения на форуме станут вопросы становления медицинского и оздоровительного туризма, профильного образования и трудоустройства. Значительную часть дискуссий планируется также посвятить принятию Рамочной конвенции UNWTO по этике туризма, а также роли в нем современных технологий (использования искусственного интеллекта, развития новых технологических платформ и т. д.). В мероприятиях ассамблеи намерены принять участие не менее 100 спикеров, большая часть из которых — министры и ведущие эксперты из участвующих в ней стран.



Amadeus Value Hotels

Sourced by Amadeus. Priced by you.
Бронирование отелей. Просто. По-новому.



Свыше 1,8 млн уникальных опций для размещения

- Предоплаченные тарифы
- Модуль управления сборами агентства
- Единый договор и оплата в Amadeus по счету или банковской картой
- Графический интерфейс на русском языке
- Онлайн-бронирование
- Мгновенное подтверждение
- Кастомизация ваучера
- Интеграция с Amadeus
- Автоматический импорт в PNR
- Поддержка 24/7



Online vs offline: Взгляд прозаика

Своими соображениями о том, что ждет туристический рынок в ближайшее время и какими будут взаимоотношения между агентствами и клиентами, с читателями «ТБ» делится **Галина ПОЛИЩУК**, заместитель генерального директора и директор по продажам компании Continent Express.

Считается, что туристический рынок уходит в онлайн. Клиенты все реже посещают агентства, предпочитая самостоятельные покупки. Дайте ваш прогноз, как будет выглядеть туристический ритейл через три-пять лет.

За три-пять лет с туристическим ритейлом в России ничего принципиально нового не случится. Старшее поколение, которое традиционно ездило отдыхать в Турцию, Египет, Испанию, Грецию и аналогичные направления по туристическим путевкам, продолжит по ним ездить. Конечно, если в эти страны будут выполняться чартерные программы. Все молодое поколение, так называемые миллениалы, как начали самостоятельно с рюкзаками и небольшими бюджетами ездить по всему миру, так и будут продолжать ездить. Доли, может быть, слегка скоррелируются, но не сильно. Мы ведь недалеко загадываем.

И привычные офлайн-турагентства останутся на рынке?

Останутся. Как и магазины продуктов и прочих товаров. Почему все люди не идут за покупками в интернет? Многие идут, но не все. Зайдите в любой супермаркет, там толпы народу. И так будет всегда. Аналогичная ситуация и с туристическими агентствами.

Будут существовать и крупные, и маленькие бутиковые агентства. Но не демпингующие — те в конечном итоге уйдут с рынка, не выживут. Онлайн — это только еще один, дополнительный к офлайну, канал продаж. Растет население, экономическая активность — требуется больше каналов продаж. Это не тот случай, когда новое убивает старое. Это дополнение, расширение возможностей. Как бюджетные перевозчики дополнили регулярные авиакомпании.

Что произойдет с business travel агентствами и ТМС-компаниями?

Они останутся на рынке как функционал. Это нормальное явление в профессиональном b2b-сегменте: аутсорсинг непрофильных сервисов. Просто ТМС как развивались, так и будут развиваться — будут трансформироваться под актуальные потребности корпоративных клиентов. Появятся новые услуги, связанные в основном с профессиональными ИТ-решениями. А те, кто не сможет (вернее, уже не смог) поймать волну трансформации и новых веяний в требованиях клиентов, уйдут со сцены.

Некоторые эксперты утверждают, что функции агентств сведутся к консалтингу клиентов. Эта модель жизнеспособна в России?

Если бы все услуги можно было выполнить в режиме онлайн, то можно было бы помечтать о том, что агентства будут только консультировать. Но это далеко от истины, причем не только в России, но и за пределами нашей страны. Традиционный функционал ТМС и агентская составляющая в услугах еще долго проживут, это точно. В принципе в b2b-сегменте эта функция полностью не умрет. А профессиональная консультация как была нужна всем, так и останется ключевой функцией ТМС. Вы, конечно, можете сами пойти в аптеку и купить кучу лекарств, потратив немало денег. Хотя разумней все-таки сходить к доктору и уже потом, с его предписанием, идти в аптеку. У нас доля тех, кто хочет заниматься «самолечением» и со здоровьем, и с управлением в бизнесе, высока, это факт. Это данность. Но в итоге, быстрее или медленнее, все приходит к тому, что профессиональный непрофильный сервис на аутсорсинге гораздо правильнее, эффективнее и в конечном итоге обходится дешевле для бизнеса.

При этом надо понимать, что клиенты все разные, и тем, у кого мало командировок, будет подходить упрощенный онлайн-сервис с минимальной дополнительной поддержкой или даже без таковой. Без агентской поддержки 24/7 и без финансовой службы по закрывающим документам.

А что, на ваш взгляд, произойдет с билетными агентствами, маржинальность бизнеса которых уже сейчас стремится к нулю?

Как я уже говорила, если не смогут перестроиться, уйдут с рынка. Их поглотят или они просто закроют свой бизнес. Ведь тут действуют абсолютно те же законы, что и в любой другой индустрии, требуются те же методы: автоматизация внутренних бизнес-процессов, расширение продуктовой линейки, внедрение новых технологий. Нельзя опираться только на переманивание клиентов за счет понижения сервисных сборов. Это путь в никуда.

Как скоро на туристический и MICE-рынки придет искусственный интеллект?

Когда-нибудь точно придет. Вопрос: «Когда?» И второй вопрос: «В какой форме и в каком объеме?» Все свое время. Пока это только эксперименты ведущих игроков рынка. **ВТ**

Беседовала Мария АКУНОВА



40
лет
развития
гостеприимства

ЦМТ МОСКВЫ

В 2019 году Центр международной торговли Москвы отмечает свое 40-летие. Первый lifestyle-объект на рынке MICE в нашей стране, архитектурное и технологическое чудо 1980–1990-х годов, и сегодня он не перестает развиваться вместе с индустрией. Едва ли в городе найдется другой объект, успевший так много и накопивший такой опыт приема индивидуальных гостей, делегаций и участников международных мероприятий.



В дальнейших планах у Центра международной торговли кастомизация сервисов в соответствии с предпочтениями гостей. Глобальные тренды требуют индивидуализации услуг, и ЦМТ, как это было всегда на протяжении 40 лет, стремится им соответствовать и даже отчасти опережать.

С момента своего открытия ЦМТ (в те времена компания именовалась «Совинцентр») предлагал гостиничные услуги в отеле «Международная», долгосрочную и краткосрочную аренду в апарт-отеле «Международная 2» и номера в гостинице «Союз» на севере города. ЦМТ успешно принимал спортсменов-олимпийцев, политиков, зарубежных путешественников и других гостей. В 2000-е настало время глобального позиционирования: в 2007 году ЦМТ первым вывел на российский рынок бренд Crowne Plaza (сегодня в стране насчитывается пять отелей сети), приведя все интерьеры и процессы в соответствие с его высокими стандартами.

Примечательно, что на момент официального открытия в новой гостинице не было ни одного свободного номера — так индустрия ждала появления объекта подобного уровня. Спустя четыре года был построен отдельный 20-этажный клубный корпус отеля. В 2013 году Crowne Plaza Moscow WTC стал первым отелем бренда, которому была присвоена категория пять звезд.

ЦМТ стал, пожалуй, единственным объектом в Москве, который настолько продуманно отреагировал на гостиничные тренды перед чемпионатом мира по футболу — 2018. Пока в городе разрозненно строились отели для приема гостей первенства

и туристов, ЦМТ за счет перепрофилирования и реновации активов за год создал собственный гостиничный кластер с объектами на любой кошелек — на 3, 4, 5 звезд и 5 звезд плюс.

С 2015 по 2018 год ЦМТ провел полную реновацию основного корпуса гостиницы без вывода из эксплуатации и каких-либо жалоб постояльцев на шум или неудобства. Параллельно менеджментом ЦМТ было принято решение о переводе части апарт-отеля на гостиничный режим. В 2017 году апарт-отель «Международная» прошел классификацию, получил уровень 4 звезды и за два года провел реновацию. Гостиница «Союз» в 2018 году заново родилась в полностью преобразившемся здании под брендом Holiday Inn Express. Сейчас, в 2019 году, располагая широким спектром услуг сферы гостеприимства в разных ценовых сегментах, компания сосредоточилась на реновации и развитии инфраструктуры вокруг гостиничных объектов. Кластер предлагает все возможности Центра международной торговли — от организации мероприятия до аренды временного офиса и больших парковочных зон, от услуг фитнес-центров, бассейна и спа до услуг студии красоты, торговой галереи и экскурсий по Москве. Многочисленные рестораны, окружающие отели, сочетают в своих меню блюда и напитки семи кухонь мира.



CROWNE PLAZA MOSCOW WTC

Сейчас в отеле 727 комфортабельных, функциональных и элегантных номеров: 149 клубных, 577 обновленных категории «бизнес» и большой двухуровневый «Президентский номер». Crowne Plaza Moscow WTC продолжает обновлять свой облик. В 2019 году реновировано пространство Атриума, и совсем скоро исторические панорамные лифты (первые в России), прослужившие все 40 лет, будут полностью заменены. Отель успел полюбовиться членам футбольных команд — участниц Кубка конфедераций 2017 года и чемпионата мира по футболу 2018 года, национальным сборным Хоккейного первенства 2016 года, командам «Манчестер Юнайтед» и «Ливерпуль», а также зарубежным звездам — Квентину Тарантино, Эннио Морриконе и многим другим. Crowne Plaza Moscow WTC — обладатель сертификата China Friendly.

Гостиница расширяет свое присутствие и в цифровом пространстве — помимо сайта, социальных сетей и многочисленных каналов онлайн-бронирования большое внимание уделяется повышению качества гостевого опыта и операционной эффективности. Недавно внедрен чат для общения с проживающими гостями, начинает работу платформа по мобильной постановке задач внутри коллектива. Вовсю идет подготовка к крупному проекту — запуску голосового консьержа в номерах, с тем чтобы гости смогли использовать все удобные им способы заказа услуг, будь то традиционный стационарный телефон, чат в мобильном или же виртуальный собеседник в колонке.

HOLIDAY INN EXPRESS MOSCOW — KHOVRINO

Самый молодой из отелей гостиничного кластера Центра международной торговли — Holiday Inn Express Moscow — Khovrino. Концепция отеля — удобство и эргономичность пространства, поэтому у его гостей всегда есть под рукой все необходимое — опции для зарядки гаджетов и высокоскоростной Wi-Fi в номерах, переговорные и круглосуточный лобби-бар с европейским меню. В городской парковой зоне можно заниматься спортом или просто гулять. Отель предлагает гостям здоровый завтрак Express Start, который включен в стоимость проживания. Примыкающий многофункциональный зал Great Room Moscow дополняет инфраструктуру этого небольшого, но востребованного комплекса, находящегося в развивающемся районе Ховрино.

Высокая транспортная доступность (близость к аэропорту Шереметьево и выбор из нескольких видов общественного транспорта), а также бесплатная парковка на территории отеля Holiday Inn Express Moscow — Khovrino создают все условия для современного, мобильного во всех смыслах путешественника.



АПАРТ-ОТЕЛЬ «МЕЖДУНАРОДНАЯ»

Отель «Международная» — это 45 апартаментов бизнес-класса различных категорий — студии, студио-делюкс и двухуровневые номера. Апартаменты привлекательны по цене и в отличие от классических гостиничных номеров оборудованы кухнями, где можно самостоятельно приготовить еду. Ежегодно в «Международной» останавливаются более 14 тысяч гостей: бизнесмены, семьи с детьми и индивидуальные туристы из регионов России, стран Европы и Азии. Особое внимание апарт-отель уделяет гостиничному сервису и досугу гостей, оказывая визовую поддержку, услуги экспресс-химчистки, вызова такси и ряд других услуг.

Произведенный в 2019 году ребрендинг апарт-отеля не только представил рынку обновленный продукт с первоклассным сервисом, но и стал отправной точкой для применения диджитал-технологий во взаимоотношениях с гостем. Сегодня в «Международной» запущен пилотный проект чат-бота — он оказывает информационную поддержку в режиме 24/7 в нескольких сценариях и на нескольких языках.

Деловой перекресток Европы. Аэропорт Мюнхена



В этом году, по результатам опроса Skytrax, аэропорт Мюнхена был в двенадцатый раз назван лучшим в Европе. Во многом потому, что сотрудникам аэропорта удастся органично сочетать две тенденции. С одной стороны, обеспечивать время стыковки до получаса, с другой — постоянно расширять диапазон услуг для транзитных пассажиров, когда в пору говорить о том, чтобы намеренно задержаться в аэропорту во время стыковки.



©München Stadtmuseum, Archiv Dimitri Soulas

ПИЛОТ-ЛЮБИТЕЛЬ ФРАНЦ-ЙОЗЕФ ШТРАУС В КАБИНЕ САМОЛЕТА

Мюнхенский аэропорт назван в честь Франца-Йозефа Штрауса (1915–1988), министра-президента Баварии, при котором было принято решение о строительстве аэропорта. Штраус сам был пилотом-любителем. В декабре 1987 года он прилетел в Москву на встречу с М. Горбачевым на легкомоторном самолете «Сессна», которым сам управлял и приземлил машину в точке назначения, хотя аэропорты столицы были закрыты из-за обильных снегопадов.



В мае 2015 года воздушная гавань Мюнхена по версии британского авиационного института Skytrax стала первым аэропортом мира за пределами Азии, который получил статус «5-Star Airport». Это своего рода «Оскар» в авиатранспорте. Сегодня аэропорт Мюнхена остается единственным обладателем такого звания в Европе. Россия занимает пятое место в общем пассажиропотоке аэропорта с точки зрения въездного туризма. В 2018 году через аэропорт Мюнхена проследовали почти 200 тысяч авиапутешественников из России. Ежедневно воздушная гавань баварской столицы принимает в общей сложности 87 рейсов из России, которые выполняют авиакомпании Lufthansa, «Аэрофлот» и S7.



СВОЯ ПИВОВАРНЯ И 65 РЕСТОРАНОВ

Аэропорт Мюнхена — единственный аэропорт в мире, имеющий собственную пивоварню. И если, например, случится так, что напряженный график деловой поездки не позволит даже заглянуть в какой-нибудь пивной погребок в городе, приглашаем заглянуть в ресторан Airbräu. А пассажиры, не знающие об этом и следующие через мюнхенский аэропорт транзитом, могут вообще «пролететь мимо пива». Мало того, в аэропорту есть еще 65 ресторанов.

РАБОЧАЯ ВСТРЕЧА В АЭРОПОРТУ

К услугам деловых путешественников MuniCon Conference Center (30 залов с максимальной вместимостью до 200 человек). В центре предлагаются Welcome service, Welcome/Farewell lunch/dinner, гости получают памятные подарки. Предполетный контроль они проходят без суеты в специальной зоне. Высокоставленные персоны обслуживаются по высшей категории VIP Wing.

www.munich-airport.de



ОЖИДАНИЕ СО ВСЕМИ УДОБСТВАМИ

Зал повышенной комфортности VIP Wing (1700 м²) с баварским биргартеном на свежем воздухе, комфортабельными зонами отдыха, комнатами для деловых мероприятий, капсульными рабочими помещениями, душевыми, богатым меню и даже специальной зоной для курения представляет собой что-то особенное. Зал доступен для всех, достаточно оплатить его услуги. Здесь проходят паспортный контроль в индивидуальном порядке, багаж обрабатывается отдельно, предлагается трансфер — лимузин, который довезет от самолета или к самолету, а также другие услуги.

Новый двухэтажный бизнес-зал Airport Lounge World площадью 1700 м² расположен в Терминале 1 мюнхенского аэропорта. Помещение премиум-класса с естественным освещением подготовлено для приятного ожидания своего рейса пассажирами, вылетающими за пределы Шенгенской зоны. Пассажиры могут отдохнуть, если надо — поработать, вкусно поесть. Есть место для курения. Вход для пассажиров первого и бизнес-классов бесплатный.



ВНИМАНИЕ ОНЛАЙН-АКАДЕМИЯ «БАВАРСКИЙ ДУЭТ»

В учебной программе — столица Баварии и аэропорт города Мюнхена. Что вы знаете о них?

Сотрудниками туристических компаний предстоит изучить два раздела, сдать по ним экзамен и принять участие в лотерее. **Главный приз: два авиабилета в Мюнхен и проживание в отеле 4* — три ночи, два человека.** В числе памятных призов и сувениров три ваучера на двоих на две-три ночи размещения в мюнхенских отелях, проездной билет на все виды общественного транспорта в городе, фирменные сумки, рюкзаки, специальные подарки от аэропорта. Есть и другие бонусы.

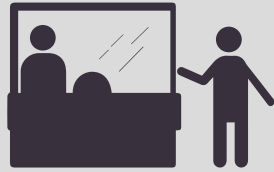
Регистрируйтесь по адресу www.munich-airport-academy.ru
Желаем успеха!



ITB
ASIA

Asia's Leading
Travel Trade
Show

16 - 18 October 2019
Singapore



Meet over 1,000 quality
MICE, Leisure and
Corporate Travel Buyers.

BE AN EXHIBITOR
itb-asia.com/exhibiting



Connect with >11,000
industry professionals at
Asia's Leading Travel
Trade Show.

BE A TRADE VISITOR
bit.ly/ITBAsiaVisitor



Network and do
business with over
1,000 exhibitors!

BE A HOSTED BUYER
itb-asia.com/buyer-register



#ITBASIA2019

For more information, please visit www.itb-asia.com
Tel: +65 6635 1188 | Email: exhibitor@itb-asia.com

Supported by:



Held in:



Official Partner Hotel:



Official Airline Alliance:



Organised By:



Все только начинается

ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ КРЫМА СТАРТУЕТ В УСПЕШНОЕ БУДУЩЕЕ

Объективные сложности развития индустрии MICE вполне преодолимы: в ближайшем будущем Крым с его уникальными культурно-природными характеристиками и быстрым ростом инфраструктуры вполне может войти в группу регионов — лидеров отрасли. При этом даже санкции, которые считают главным тормозом экономики полуострова, не достигают результата, на который рассчитывали их инициаторы.

По данным министра финансов Крыма Ирины Кивико, в 2014–2018 годах инвестиции в основной капитал региона выросли в 5,8 раз — до 296 млрд рублей. «В перспективе планируется реализовать 184 инвестиционных проекта на сумму 156,5 млрд рублей», — сообщила она. А на нынешнем Ялтинском международном экономическом форуме, на котором присутствовали 807 иностранных делегатов из 89 стран мира, министр заявила, что сейчас в регионе зарегистрированы свыше 3,3 тысячи компаний из 60 стран.

«Чтобы не попасть под санкции, международные инвесторы заходят в Крым не напрямую, а идут через двухуровневую систему инвестирования, — пояснил постпред Крыма при президенте РФ Георгий Мурадов. — Они покупают либо создают российское предприятие, которое может совершать сделки в регионе, открывают дочерние компании и работают под другим брендом». Если учесть, что отечественные фирмы действуют в регионе без ограничений и в последнее время активно инвестируют в его экономику, перспективы ее развития отменные. А там, куда приходят деньги, всегда развивается и MICE.

ЕСТЬ ИНТЕРЕС

Точной статистики, учитывающей именно объемы MICE, в регионе пока нет. Однако данные исследований турпотока 2018-го говорят о том, что как минимум 3% прибывающих на полуостров гостей относят себя

к корпоративным туристам. Если учесть, что свыше трети гостей прибывает в Крым самостоятельно (в том числе и с деловыми целями), можно предположить, что объем турпотока MICE составляет 5–7% от общего (т. е. 350–400 тысяч человек).

Интерес бизнеса к Крыму подтверждают и многочисленные крупные деловые события. В частности, в апреле этого года министерство курортов и туризма Крыма провело очередной туристский форум «Открытый Крым»: его посетило более 5 тысяч профессионалов отрасли, включая делегации из Индии и Китая. Стали уже знаковыми и такие события, как Ялтинский международный экономический форум (ЯМЭФ, входит в четверку крупнейших профильных в России), Крымский транспортный форум, Международный кинофорум «Вместе», молодежный форум «Ты — предприниматель», бизнес-форум «Достижение», ежегодный республиканский бизнес-форум «Деловой Крым». Что и подвигает власти думать о существенном развитии инфраструктуры: администрация Ялты, например, анонсировала строительство международного конгресс-центра, рассчитанного на число участников до 10 тысяч человек.

ЧТО ИМЕЕМ

Вопреки распространенному мнению о том, что туристическая инфраструктура Крыма не очень приспособлена для потребностей делового туризма, знающие ситуацию эксперты отмечают: площадки, способные

Владимир Сергачев



Ирина Бойкова,

руководитель въездного MICE-департамента «Демлинк»

Основные тормоза, которые сдерживают развитие экономики Крыма, — международные санкции, разрыв сложившихся кооперационных связей, отставание состояния инфраструктуры полуострова от уровня российской и дефицит инвестиций. Пока статус региона юридически не определен, массового MICE-потока в него ожидать сложно: многие компании из-за политики не рассматривают Крым для проведения мероприятий. Тем не менее потенциал развития делового туризма в нем огромен.



Знаковые мероприятия, такие как форум «Открытый Крым», Ялтинский международный экономический форум, посещают несколько тысяч профессионалов из России и из-за рубежа



Вадим Волченко,
министр курортов и туризма Крыма

Деловой туризм в Крыму воспринимается как перспективное направление, в которое необходимо вкладывать как информационные, так и материальные ресурсы. Это тот вид туризма, который позволит загрузить номерной фонд средств размещения в низкий сезон и даст дополнительную прибыль субъектам туристической индустрии. Крым, обладающий рядом преимуществ, готов совершенствоваться, чтобы войти в число регионов, наиболее привлекательных для бизнес-путешественников. Самое важное, что ставит Крым в ряд лидеров по развитию туризма, — понятная логистика, подразумевающая 2 часа 10 минут авиаперелета, современный аэропорт, развивающуюся дорожную сеть, Крымский мост и плановый запуск ж/д сообщения в декабре этого года.

удовлетворить любого организатора бизнес-мероприятий, в регионе есть. Правда, у них своя специфика.

В первую очередь это, конечно, крымские отели. Есть целая категория гостиниц, в первую очередь на Южном берегу Крыма, в которых вполне могут быть организованы самые разные мероприятия, от переговоров в узком кругу до больших конференций.

Mriya Resort & SPA (Ялта, 5*) предлагает гостям 425 номеров премиум-класса, комплекс из 17 вилл и широкие возможности для организации крупных деловых событий. Отель располагает самым большим залом-трансформером в Крыму площадью 1152 кв. м (вмещает до 1,3 тысячи человек).

Palmira Palace Resort & SPA (Курпаты, 4*) — один из лучших отелей в Крыму с дворцовой архитектурой и роскошным парком. В распоряжении гостей — 146 номеров пяти категорий и два конференц-зала («Таврический» вмещает до 200, а «Екатерининский» — до 50 человек «театром»).

Riviera Sunrise Resort & SPA (Алушта, 4*) — отель в центре города с собственным пляжем, открытыми подогреваемыми бассейнами, реликтовым парком, самым большим в Крыму спа-центром и конференц-центром международного уровня. Кроме 209 номеров различных категорий располагает семью мультифункциональными конференц-залами, самый большой из которых вмещает до 330 человек.

«Ялта-Интурист» (Ялта, 4*) — одна из наиболее вместительных гостиниц в Крыму, так как располагает фондом в 1140 номеров, а также обширной инфраструктурой отдыха. Большая конференц-зона включает в себя концерт-холл «Хрустальный» на 850 человек и несколько залов, способных вместить до 170 участников событий. Отель «Крымский Бриз» (Ялта, 5*) класса luxury расположен на огромной территории (22 га), имеет 111 номеров и инфраструктуру, способную удовлетворить любого организатора деловых мероприятий. В том числе — семь переговорных комнат и конференц-залов емкостью от 15 до 120 человек.

Подходят для бизнес-мероприятий «Акварин» (Севастополь), «Море» (Алушта), Porto Mare и другие. More Spa & Resort, к примеру, — один из лучших курортных отелей, работающих круглый год: на его базе нередко проходят конференции, тренинги и выставки. При этом на сайте министерства курортов и туризма Крыма размещен реестр объектов, оказывающих услуги конференц-сервиса (<https://mtur.rk.gov.ru/ru/structure/308>) — там есть подробная информация о более чем 60 объектах размещения, способных это делать. Если учесть, что кроме отелей мероприятия могут проводиться в целом ряде дворцовых объектов полуострова, а также на других нестандартных площадках, большого дефицита площадей по линии делового туризма в Крыму не наблюдается.

Что касается игроков местного рынка MICE, на нем представлены как редкие специализированные компании, так и многопрофильные. Существует даже крымское отделение Национальной ассоциации организаторов мероприятий (НАОМ).

ЕСТЬ ТРУДНОСТИ

Кроме влияния санкций, эксперты в один голос называют две основные проблемы делового туризма региона — нехватку отелей и площадок, способных одновременно вместить большое число гостей, а также сложности с транспортной доступностью Крыма.

Что касается первого, ситуацию характеризует ответ одного из ведущих организаторов MICE-мероприятий в России. Его представитель признается, что большинство клиентов — мультинациональные компании, для которых по причине санкций Крым является закрытым направлением.

О втором мнении однозначное — принять группу больше 500 человек в большинстве случаев Крым сейчас может. Группу в тысячу человек — с трудом и не всегда. Больше 3 тысяч — вовсе не способен. Причем это касается не только объектов размещения — накормить или развлечь такое число деловых

туристов одновременно фактически нигде. Есть проблемы и с логистикой, касающиеся не столько пассажиров, сколько техники и оборудования: перевозить для мероприятия продукцию или прототипы проектов авиаперевозкой достаточно накладно. И здесь все уповают на открытие железнодорожного сообщения, запланированное на конец 2019-го. А еще на развитии направления сказываются сезонность и цены: летом все отели и санатории забиты отдыхающими, и поэтому стоит задача перемещать деловые мероприятия на низкий сезон, когда и размещение дешевле, и возможности для обслуживания бизнес-гостей шире. Увы, но многие эксперты признают: нередко предлагаемая крымскими отелями цена на размещение и обслуживание корпоративных групп не укладывается в бюджет заказчика.

ПАРАМЕТРЫ ОТРАСЛИ

Портрет делового туризма Крыма в деталях сейчас выглядит так: средняя численность корпоративных

групп составляет 50–70 человек, мероприятия длятся от одного до трех дней, а их бюджет равен 3–5 млн рублей (за полный пакет). С учетом дороги и культурной программы пребывание участников на полуострове длится до 4–5 дней, а тенденция последнего времени — сокращение числа участников при одновременном увеличении средней продолжительности пребывания.

По отзывам игроков рынка, в основном в качестве клиентов выступают крупные отечественные компании из таких сфер бизнеса, как финансы, энергетика, строительство, добыча полезных ископаемых, IT, медицина, туризм. Что их интересует? С одной стороны, «классика» Крыма. Массандровский, Ливадийский, Воронцовский и Бахчисарайский дворцы. «Ласточкино гнездо». Парк «Айвазовское» и Никитский ботанический сад. Мраморная пещера в Чатыр-Даг и Долина привидений на горе Демерджи.

С другой — деловые гости хотят «остренького». А посему растет спрос на квесты и тимбилдинги, на посещение фермерских и винодельческих хозяйств. И здесь выбор

6,8 млн

туристов отдохнуло в Крыму в 2018 году (+28% по сравнению с 2017-м) — рекордное количество за все постсоветские годы. В 2019-м полуостров уже принял на отдых свыше 4 млн человек, а до конца года власти рассчитывают на прием 7,5 млн туристов.

Объекты туристской инфраструктуры Крыма, наиболее популярные для организации MICE-мероприятий

MICE В КРЫМУ

- Palmira Palace Resort & SPA (Ялта, 4*)**
Отель с дворцовой архитектурой располагает двумя конференц-залами вместимостью до 300 человек.
- «Массандра»**
Приморское пансионатно-рекреационный комплекс в Ялте.
- Ласточкино Гнездо**
Памятник истории и архитектуры, расположенный в поселке Гастро.
- «Ялта-Интурист» (Ялта, 4*)**
Одна из наиболее вместительных гостиниц в Крыму с фондами в 1140 номеров и большой конференц-зоной.
- Никитский ботанический сад**
Один из лучших парков в стране, расположенный в Ялте.
- «Херсонес Таврический»**
Государственный историко-археологический музей-заповедник в Севастополе.
- Парк-отель Porto Mare (Алушта, 5*)**
Семь разнокалиберных конференц-залов вместимостью от 20 до 400 человек.
- Милуя Resort & SPA (Ялта, 5*)**
Располагает самым большим залом-трансформером в Крыму, вмещающим до 1,3 тыс. человек.
- More Spa & Resort (Алушта, 5*)**
Большой комплекс располагает основным конференц-залом вместимостью до 300 человек и несколькими меньшими (30-75 человек).
- «Акварин» (Севастополь, 5*)**
Располагает конференц-залом емкостью до 250 человек и несколькими переговорными комнатами вместимостью от 15 до 50 человек.
- АЛУШТА**
- ЯЛТА**
- СЕВАСТОПОЛЬ**
- Ривьера Sunrise Resort & SPA (Алушта, 4*)**
Отель в центре города с семью мультифункциональными конференц-залами, вмещающими до 330 человек.
- Отель «Крымский Бриз» (Ялта, 5*)**
Расположен на огромной территории (22 га) и имеет 7 переговорных комнат и конференц-залов емкостью от 15 до 120 человек.



Эвелина Руснак,

заместитель генерального директора
ГК «Кандагар»

Как минимум три фактора осложняют развитие MICE-туризма в Крыму. Первый — нехватка объектов, которые могут локально принять группы свыше 500 человек: не хватает не только гостиниц, но и конгресс-холлов, концертных залов, стадионов и ресторанных площадок. Второй — недостатки логистики. Эту проблему позволит решить появление в Крыму железнодорожного транспорта. А третий — влияние сезонности: в летний период остро ощущается дефицит мест и отели в принципе не могут принимать корпоративные группы. В связи с чем и стоит задача проведения деловых мероприятий в межсезонье.

у заказчика огромен: в регионе, наряду со знаменитыми заводами «Массандра», «Новый Свет», «Солнечная долина», «Инкерман» или «Золотая балка», появилась масса частных виноделен. И там можно принять участие не только в сборе винограда или дегустациях, но и собирать оливки, инжир, киви или гранаты. Увидеть процесс сыроварения или выращивания черноморских устриц. Кроме того, клиентам предлагают поездки на джипах, мероприятия в средневековом стиле, в пещерных горо-

дах или морские квесты на яхтах. При этом многие уверены, что деловые мероприятия можно интегрировать и в уже существующие в Крыму события. В те же винные фестивали «Ноябрьфест» и Winefest.

С учетом того, что уже сейчас полуостров может предложить отличное сочетание экскурсионных, активных и других видов туров в рамках bleisure-путешествий, будущее делового туризма в Крыму оценивают весьма позитивно. **ВТ**

5 ИДЕЙ ДЛЯ ИНСЕНТИВ-ТУРОВ В КРЫМ



1 Вкусный полуостров. Наряду с деловой частью гости принимают участие в сборе продуктов, приготовлении и дегустации блюд. Программа может носить различные гастрономические акценты и ориентироваться на винные, рыбные, «морепродуктовые» и прочие местные специалитеты.



2 Почувствуй себя морским волком. Программа однодневного тура предусматривает погружение в морской быт: проводятся соревнования по вязанию морских узлов, конкурсы песни по морской тематике, обучение азам морских профессий и пр.



3 Пещерный тур. Участников интерактивной программы ждут интересные экскурсии и увлекательные командные квесты, которые проводятся с использованием широких природных возможностей Крыма.



4 На перекрестке миров. Гости получают возможность исследовать ту или иную дестинацию в качестве мультикультурного объекта, артефакты которого свидетельствуют о многообразии Крыма как места жительства разных народов и его многоликости с точки зрения прошлого и настоящего.



5 Эко-уикенд в Крыму. Предполагает посещение заповедных территорий и других природных объектов полуострова, а также организацию интерактивных мероприятий на свежем воздухе. Может проводиться в разном формате в зависимости от места и рельефа (горы, море, лес и пр.).

Мосты над Дунаем



Привлекательность Будапешта как места проведения деловых мероприятий не в последнюю очередь определяется его культурным наследием, возможностями для релакса и, конечно, гастрономическими традициями. Королевский дворец на Замковом холме и широкий Дунай, венские кафе и турецкие купальни, цыганские скрипки и классика Венгерской оперы... Будапешт, как кубик Рубика, сложно собрать воедино, но складывать его мозаику — занятие увлекательное.

БЕРЕГ ЛЕВЫЙ, БЕРЕГ ПРАВЫЙ

Круиз по Дунаю — обязательная составляющая программы в Будапеште: с воды венгерская столица особенно красива. На правый крутой берег взобралась королевская Буда: Рыбацкий бастион, церковь Святого Матяша и Королевский дворец. На пологом левом берегу привольно раскинулся деловой многоэтажный Пешт — превосходная иллюстрация стиля сецессион. Веками Буда и Пешт жили по разным берегам реки, как соседи, в милом соперничестве друг с другом, пока не объединились в 1873 году. Так что Будапешт одновременно и очень старый город, и очень молодой.

С недавних пор в круиз по Дунаю можно отправиться на автобусе. Сначала желтый автобус River-Ride колесит по улицам венгерской столицы, а потом спускается в Дунай к восторгу пассажиров и зрителей на берегу. Еще один способ увидеть город во всем его блеске — вечерний круиз, когда сияние волшебных огоньков преобразует все вокруг: дворцы, церкви, Парламент и городские мосты, без которых, собственно говоря, и не было бы Будапешта.

Мост Свободы — самый романтичный в Будапеште. Долгое время он носил имя императора Франца-Иосифа, приехавшего на церемонию его открытия. Несмотря на превратности судьбы и переименование, мост по-прежнему украшают грифоны и витиеватые императорские гербы. Построенный в начале XX века мост Елизаветы назван в честь всеобщей венгерской любимицы императрицы Сиси. В свое время его единствен-

ный пролет был самым длинным в Европе. Как и красавица Сиси, мост умело скрывает свой возраст и выглядит очень современно.

Самый старый и фотогеничный мост венгерской столицы — Цепной. О каменных львах, стерегущих его с двух сторон, ходит множество анекдотов. Говорят, они зарычат, когда по мосту пройдет хотя бы один венгр, уплативший все налоги. Однако, к радости постояльцев стоящего рядом Four Seasons, звери пока молчат.

КОРОЛЕВСТВО В НАСЛЕДСТВО

Парадная витрина Будапешта — помпезный проспект Андраши, внесенный в 2002 году в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Здесь что ни дом, то музей, театр или дворец венгерских аристократов. Прямой как стрела, он выходит к Площади Героев, которая, как и сам проспект, была заложена к тысячелетию Обретения родины. Именно так называют в Венгрии переход мадьяр через Уральские горы на берега Дуная. На площади у подножия Колонны Тысячелетия персонажи тех далеких событий — князь Арпад и другие предводители венгерских племен. Архангел Гавриил наверху колонны держит в руках корону Святого Стефана, главную реликвию венгерского государства. Сегодня она вместе с остальными коронационными регалиями хранится в Парламенте — одном из самых больших и красивых правительственных зданий Европы. Возведение нового здания Парламента венгры тоже затеяли к тысячелетию государственности. Но строительство Дома Родины растянулось



на 30 лет. Зато результат потрясающий: 300-метровый фасад, 691 помещение, 29 лестниц, 240 статуй и 40 кг золота на отделку этого великолепия. Ежедневно по зданию Парламента проводятся экскурсии, в том числе и на русском языке.

И Парламент, и огромный Королевский дворец на противоположном берегу Дуная наводят на мысль, что гордой нации тесно в современных границах.

ЖИВАЯ ВОДА

Будапешт — единственная столица в мире, стоящая на целебных термальных источниках. Их в городе более сотни, с температурой воды от 21 до 78°C. В общей сложности они дают будапештским отелям и общественным купальням миллионы литров воды в сутки. Так что всегда есть возможность совместить деловую поездку в Будапешт с оздоровительной программой. Правда, купание в гостиничном бассейне с лечебной термальной водой могут позволить себе только постояльцы некоторых четырех- и пятизвездочных отелей. Но и у остальных нет оснований жаловаться на отсутствие выбора.

Самая большая не только в Будапеште, но и в Европе — купальня «Сечени» с тремя открытыми и 15 внутренними бассейнами, саунами, турецкими банями и собственной бальнеологической лечебницей. Будапештцы пропадают в ней целыми днями и целыми семьями. Популярное развлечение завсегдаев — игра в шахматы на плавающих досках.

Купальни «Рудаш» и «Кирай» достались Будапешту от турок, которые смывали в них пыль военных походов. Исторические интерьеры в них удачно сочетаются с современными трендами вроде диско-пати и ночных показов кино. Одна из самых роскошных — купальня «Геллерт», построенная по инициативе императора Франца-Иосифа, уже австрийское наследие. В комплекс этого шедевра архитектуры в стиле сецессион входят термальная купальня и несколько бассейнов. Довольно сложно отказать себе в удовольствии поплавать в теплой минералке в дворцовых интерьерах.

«ПОЙТЕ, ПЛАЧЬТЕ СКРИПКИ»

У Будапешта репутация города, который никогда не спит. Венгры умеют радоваться жизни; видимо, в их крови действительно много перца. Непременный атрибут хорошего будапештского ресторана —

цыган со скрипкой. А то и целая цыганская капелла с цимбалами, флейтами и контрабасом в духе Имре Кальмана.

С мая по октябрь в Будапеште наступает клубный сезон. Повсюду прямо на улицу выставляются барные стойки, столы, сцены и диджейские пульты. Все дружно кочуют из одного бара или ночного клуба в другой: из GoodSpirit в Dobox, оттуда в Tuk Tuk Bar, а затем, возможно, в Jonas Kezmuves Sorhaz. Лучший ночной клуб Будапешта — A38 — расположен на списанном украинском сухогрузе «Артемовск-38». На крыше — джаз, в трюме — рейв, на верхней палубе — ресторан и лаундж-бар, где выступают мировые поп-знаменитости вроде Джареда Лето или трио The Tiger Lillies. А вот ценителям классики придется выбирать между Венгерским оперным театром и Театром оперетты. Другими словами, между «Деревянным принцем» Бели Бартока и «Веселой вдовой» Франца Легара.



ПРИГЛАШЕНИЕ К СТОЛУ

Один из лучших путей познания Будапешта — гастрономический. Кухня Венгрии, как страстная женщина, привлекает яркостью красок, разнообразием обликов и предвкушением новых ощущений. Венгры подарили миру паприку — они первыми стали размалывать в порошок сухие стручки красного перца. Все мясные блюда с паприкой, чесноком, луком и помидорами, приправленные сметаной, называются паприкаш. В каждом заведении его готовят по-своему, но чем дольше оно томится на огне, тем выразительнее его вкус.

Национальную кухню в начале XX века облагородил и обновил «отец венгерской кулинарии» Карл Гундель. Судак и телячьи котлеты, приготовленные по его рецепту, по-прежнему подают в ресторане Gundel. Он был открыт в 1910 году и сразу же стал очень популярным. В период между двумя мировыми войнами Gundel слыл одним из самых изысканных заведений в Центральной Европе. В 1991 году американские наследники Карла Гунделя приватизировали ресторан и вернули ему былую славу. Уже через четыре года он был назван лучшим рестораном страны. В нем перебивали, пожалуй, все именитые особы, приезжавшие в венгерскую столицу, — от князя Монако Альберта II до Мадонны и британской королевы Елизаветы II. Вне зависимости от статуса гостей все столы сервируются жолнайским фарфором, серебряными приборами и хрустальными бокалами. Только здесь подают знаменитые на весь мир тонкие «блинчики Гундель» с начинкой из изюма, грецких орехов и цедры, политые шоколадом и фламбированные ромом.

Ресторан «Погреб Матьяша» — место подемocratичнее, но тоже с историей. В винной карте этого ресторана лучшие вина Венгрии, а в темах росписей интерьера — сюжеты из жизни короля Матьяша. Но назван ресторан в честь его первого владельца Матьяша Балдауфа, а не короля, как можно подумать. Те же, кто хочет быть поближе к народу, выбирают ресторанчики в национальном стиле, где в большом котле готовится суп-гуляш, воздух пропитан специями, а в бокалы льется благородный «Токай» или темная «Бычья кровь» из Эгера. **BT**



Наталья ЯКУБОВА



Учиться никогда не поздно!

В онлайн-академиях издательского дома «Турбизнес» занятия проходят на «факультетах»: «Европа-парк», «Карловарский край», «Испания» и «Саксония». Сюда принимают без экзаменов.

Чтобы поступить в академию, достаточно зарегистрироваться в любом из этих проектов. Для этого надо зайти на сайт www.tourbus.ru в раздел онлайн-обучение и выбрать нужное направление.

Каждый выпускник может распечатать сертификат специалиста по выбранному направлению. Предусмотрены специальные призы, включая поездки. Желаем успеха!



[Ваша-Чехия.РФ](http://www.vashachehia.ru)

ВАША-ЧЕХИЯ.РФ

В рамках совместного онлайн-проекта Национального туристического управления – ЧехТуризм и ИД «Турбизнес» на сайте ВАША-ЧЕХИЯ.РФ представлен Карловарский край. Он известен, прежде всего, как регион медицинского и оздоровительного туризма, но создатели сайта не забыли рассказать и о местных достопримечательностях, местных брендах, ярких событиях и возможностях активного летнего и горнолыжного отдыха.



www.munich-airport-academy.ru

«БАВАРСКИЙ ДУЭТ»

В учебной программе – столица Баварии и аэропорт города Мюнхена. В программе два раздела. После экзамена – лотерея. Главный приз: два авиабилета в Мюнхен и проживание в отеле 4* – три ночи, два человека. В числе памятных призов и сувениров ваучеры на двоих на две-три ночи размещения в мюнхенских отелях, проездной билет на общественный транспорт, фирменные сумки, рюкзаки и другие подарки.

В 2019 г. по результатам опроса Skytrax, аэропорт Мюнхена был в 12-й раз назван лучшим в Европе. Пассажиропоток в аэропорту Мюнхена в 2018 г. составил 44,6 млн человек. Это единственная воздушная гавань Европы со статусом «5-Star Airport».



www.saxony-academy.ru

САКСОНИЯ

Очередной семестр обучения в онлайн-академии «Саксония» посвящен Лейпцигу, интересному городу, безусловно, достойному особого внимания. При этом структура курса отличается от предыдущих программ тем, что составлена по типу обзорной экскурсии по историческому центру города с «посещением» важнейших туристических достопримечательностей города.



www.spain-academy.ru

ИСПАНИЯ

Онлайн-академия Испании представлена на сайте ИД «Турбизнес» факультативным курсом «Испанские города – памятники Всемирного наследия», их пятнадцать. В программу также включены более десятка государственных гостиниц-парадоров, которые находятся в городах, входящих в список Всемирного достояния человечества ЮНЕСКО.

Государственная сеть гостиниц-парадоров Испании в прошлом году отметила 90-летие. В нее входят около 100 отелей категории 4–5 звезд. Это самые красивые гостиницы Испании. В сеть входят как исторические, так и современные отели.

В лейпцигском центре Панометр Азизи демонстрируется панорама CAROLA'S GARDEN — A Return to Paradise, в которой воплощенный в изображениях мир цветов представлен так, как его видят насекомые и животные.

10 юбилейная
профессиональная награда в области бизнес-туризма и MICE

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD

2019

12 номинаций
Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

www.mice-award.ru

Церемония награждения
10 октября 2019 г.

Дополнительная информация:

Ирина Ильина

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



УЧРЕДИТЕЛИ



Турбизнес
МЕДИАКОМПАНИЯ • с 1997 г.

ОРГАНИЗАТОР

to events
ТУРБИЗНЕС

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ



ПАРТНЕР ДНЯ MICE



ПАРТНЕР ДНЯ MICE



ПАРТНЕР ДНЯ MICE



ПАРТНЕР ДНЯ MICE



СТРАХОВОЙ
ПАРТНЕР ДНЯ MICE



ТРАНСПОРТНЫЙ
ПАРТНЕР ДНЯ MICE



СТРАНА-ПАРТНЕР ПРЕМИИ



ПАРТНЕР ПРЕМИИ



ПАРТНЕР ПРЕМИИ



ПАРТНЕР ПРЕМИИ



РЕКЛАМА