

BUSINESS TRAVEL

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ
ВСТРЕЧИ ■ ИНСЕНТИВ ■ КОНФЕРЕНЦИИ ■ ВЫСТАВКИ

12+

**ТРЕНДЫ
2019 ГОДА**

MICE «ЗЕЛЕНЕЕТ»

**СОЧИ: РАЙ ДЛЯ
ИНСЕНТИВА**



ДЕСЯТЬ ЛЕТ НАГРАДЕ

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD: ПЕРВЫЙ ЮБИЛЕЙ

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

РЕКЛАМА

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.

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

©000 «Турбизнес»

СОДЕРЖАНИЕ

2 СОБЫТИЯ

Семь с минусом: главные тренды и события 2019-го
Всероссийский День MICE. Главный день года
Десять лет награде Russian Business Travel & MICE Award
Обладатели премии RBT&MA

12 НОВОСТИ КОМПАНИЙ

UTS.group представил uts.prostranstvo
Demlink People School набирает студентов
Business Travel Community вышло в офлайн
Raketa.travel интегрируется с Booking.com
MAXIMICE провело осенний бизнес-завтрак
«Жарков-тур» открывает Таджикистан
«Интурист» получил World Travel Leaders Award
Задача — «задержать» и привлечь
«Академсервис». Праздник, как и работа — вместе

15 ПОЛЕМИКА

Татьяна Спурнова. Репутация дороже

16 ТЕХНОЛОГИИ

Пора взять ответственность на себя

20 ОТЕЛЬ

Фокус: открытие

22 ТЕХНОЛОГИИ

Денис Матюхин. Искусственный интеллект — будущее туризма?

24 НАПРАВЛЕНИЕ

Минск деловой и не только

26 РЕГИОН

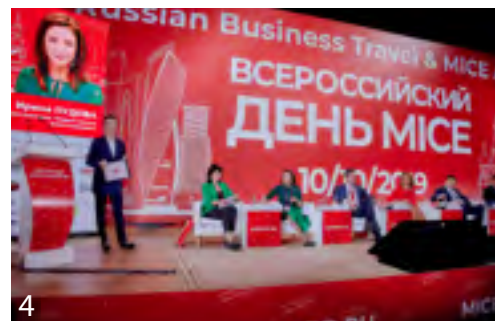
Сочи и Краснодарский край. Не хватает системности
Индустрия встреч России набирает очки

35 БИЗНЕС-ПАУЗА

Зальцбург. Прогулки с Моцартом



2



4



16



24



26

Семь с минусом: главные



1 СТАБИЛЬНЫЙ, НО «ОСТОРОЖНЫЙ» РОСТ РЫНКА

В то время как эксперты говорят о небольшом плюсе отрасли, международные показатели России ухудшились, так как в рейтинге ICCA за 2018 год РФ оказалась на 42 месте (83 мероприятия), Москва опустилась на 79-е (35), а город на Неве свалился на 154-е (19 мероприятий). И если в рублевом выражении объемы постепенно растут, в валютном они еще не достигли уровня 2014 года. Как считает генеральный директор VTI Russia Филипп Лукьяненко, главная причина — отсутствие органического роста экономики в целом ряде отраслей. При этом если MICE как ориентированное на поддержание имиджа направление развивается, business travel практически стоит на месте.



2 НЕСОСТОЯВШИЙСЯ АЛЬЯНС АТН С ВТМ И «ТАЛАРИИ»

Летом 2017-го к компании АТН присоединилось корпоративное агентство «Таларии», а в ноябре того же года — и Business Travel Management: слияние должно было сделать группу одним из крупнейших игроков на российском рынке business travel. Однако процесс интеграции так и не был завершен: по оценке ряда экспертов, неудаче способствовали неправильная организация объединения и ряд других причин. Мирно разрешить возникшие при этом недоразумения сторонам не удалось: между компаниями и их руководителями начались многочисленные судебные разбирательства, которые сопровождаются спорами с иными юридическими лицами и бывшими сотрудниками.

АТН + HRG
= ?

3 ГЛОБАЛЬНЫЙ АЛЬЯНС HRG И АТН

С 14 июня текущего года Hogg Robinson Group передала права собственности на свои активы в России новому официальному партнеру — American Express GBT в лице компании Andrew Travel House. Холгер Луикенга, вице-президент American Express GBT, заявил: «Мы исключительно довольны нашим партнерством с АТН и рассчитываем на продолжение плодотворного сотрудничества на протяжении последующих пяти лет». В свою очередь глава российского подразделения АТН Андрей Воронин сообщил, что это партнерство позволит увеличить инвестиции в технологии и персонал для того, чтобы предоставить клиентам непревзойденное предложение по набору услуг и уровню сервиса. Но как будет происходить объединение двух международных компаний в России, до сих пор неясно.



4 ПОГЛОЩЕНИЯ КРУПНЫМИ ИГРОКАМИ РЫНКА КОМПАНИЙ-«СЕРЕДНЯКОВ»

«Процесс объективен: во многих отраслях первая пятерка предприятий чаще всего контролирует до 80% всего рынка, — считает генеральный директор компании «Вип-сервис» Дмитрий Горин. — Не исключение как туризм в целом, так и такое направление, как MICE&business travel». При этом начавшийся довольно давно процесс консолидации и интеграции, скорее всего, уже подходит к завершению, поскольку грядущие в 2020 году изменения в законодательстве основные игроки рынка предпочитают встретить в комфортном для них юридическом состоянии, не имея незавершенных объединительных процессов.

2019

Тренды и события 2019-го



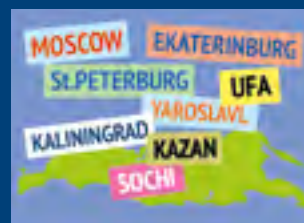
5 ДАЛЬНЕЙШАЯ ЦИФРОВИЗАЦИЯ УСЛУГ

Как и на рынке туризма в целом, в MICE&business travel активно происходит процесс «оцифровки» всех услуг — от автоматизации документооборота и стремления заказчика заказать сервис в режиме онлайн до использования элементов искусственного интеллекта. Интернет вещей, виртуальная и дополненная реальность, а также блокчейн позволяют не только упростить и сделать более прозрачным процесс оказания услуги, но и предоставлять клиенту все более персонализированный сервис, который «заточен» исключительно на его предпочтения. Вопрос: не вытеснят ли в будущем глобальные и крупные локальные онлайн-сервисы для путешественников самих игроков рынка business travel?

ВСЕРОССИЙСКИЙ ДЕНЬ MICE

6 ДЕНЬ MICE СТАЛ ВСЕРОССИЙСКИМ

В этом году он охватил пять городов. Профессиональная площадка для встреч лидеров и новичков отрасли, заказчиков и поставщиков, креаторов и коммуникаторов, которой стал впервые проведенный в 2018-м День MICE, в 2019 году вышла на принципиально новый, всероссийский уровень. В его рамках в течение года состоялся цикл мероприятий в пяти городах России: это были Ростов-на-Дону (31 мая), Екатеринбург (28 июня), Санкт-Петербург (13 сентября), Москва (10 октября) и Сочи (14 ноября). Каждое из них включало в себя целую серию событий для профессионалов рынка — пленарное заседание, выставку, воркшоп и насыщенный инсентив.



7 АКТИВНОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ КОНГРЕСС-БЮРО В РОССИИ

В России действует семь конгресс-бюро, объединенных в ассоциацию «Национальное конгресс-бюро», которая была создана в конце 2017-го. Это «Конгрессно-выставочное бюро» Санкт-Петербурга, конвеншн-бюро Ярославля и Татарстана, конгресс-бюро Башкортостана и Екатеринбурга, а также «Конгресс визит-бюро Сочи» и «Черноморское конвеншн-бюро». В большинстве случаев профильные бюро созданы по инициативе участников рынка и финансируются из их собственных источников, а главной целью появления таких организаций является продвижение и систематизация работы по привлечению и проведению деловых мероприятий.



8 СМЕЩЕНИЕ ВЕКТОРА MICE&BUSINESS TRAVEL В СТОРОНУ РОССИИ

По оценке ряда экспертов, объем заказов на внутреннем рынке составляет 70–90% от общего. В этой связи увеличивается потребность в проведении мероприятий не только в Москве, Санкт-Петербурге, Сочи и Казани, но и в Ленинградской области, Калининграде, на Алтае, Байкале и в других регионах. По мнению главы «Аэроclub» Юлии Липатовой, во многом развитию делового туризма в России способствовало и проведение ЧМ-2018, поскольку это увеличило количество и вариативность площадок, а также сбалансировало ценообразование за счет большего предложения. Подходящая инфраструктура появилась в Самаре, Нижнем Новгороде, Калининграде, Екатеринбурге и других городах страны.

2020



Главный День года

ЛИДЕРЫ ИНДУСТРИИ ВСТРЕТИЛИСЬ НА ВТОРОМ ВСЕРОССИЙСКОМ ДНЕ MICE

1020

профессионалов отрасли из России, Беларуси, Азербайджана, Италии, Норвегии, Японии и других стран

5

крупных мероприятий на одной площадке

40

спикеров конференции

>3000

интернет-голосований в рамках мероприятий

Крупнейшее мероприятие в сфере делового туризма состоялось 10 октября в Москве в стенах «Президент-Отеля». Всероссийский День MICE собрал на одной площадке более тысячи профессионалов делового и событийного туризма, ведущие компании и предприятия отрасли, а также представителей федеральных и региональных органов власти в области туризма и инвестиций.

«**В**сероссийский День MICE — важное событие. Прекрасно то, что был не один, а пять дней в регионах России. Хочется надеяться, что эти дни будут продолжаться, ведь возможности MICE-индустрии безграничны. Регион начинает жить по-новому, верить в себя, находить новые решения для клиентов», — так отозвался о знаковом для отрасли мероприятии Дмитрий Горин, генеральный директор компании «Випсервис».

Программа Всероссийского Дня MICE включала в себя несколько отраслевых мероприятий: конференцию

«MICE-индустрия — драйвер экономического развития регионов России», суперворкшоп «BE IN RUSSIA/ТОП 100», MICE-баттл регионов России и 10-ю юбилейную церемонию вручения профессиональной премии в области делового туризма и MICE — Russian Business Travel & MICE Award.

ОСТРЫЕ ТЕМЫ, ПРИОРИТЕТЫ, ТОЧКИ РОСТА

Деловую программу Дня торжественно открыла популярная телеведущая, travel-журналист Ирина Пудова. Она зачитала приветственное слово президента Тор-

гово-промышленной палаты РФ Сергея Катрырина, в котором отмечалось, что проведение MICE-мероприятий в регионах России дает значительный импульс для развития инфраструктуры, повышения уровня сервисных услуг, развития малого и среднего предпринимательства, вовлеченности молодежи, создания новых рабочих мест. Президент ТПП РФ подчеркнул, что мероприятия, проходящие в рамках деловой программы Всероссийского Дня MICE, будут способствовать дальнейшему развитию как отрасли, так и экономики России в целом.

Алексей Калачев, директор Национального конгресс-бюро, поднял острую тему привлечения деловых туристов из-за рубежа. «Мы активно занимаемся вопросом интеграции в международное профессиональное сообщество, рассказывая о нашем потенциале и о том, что Россия может и способна проводить различные мероприятия. Для того чтобы все удалось, в первую очередь, как показывает мировая практика, в успехе кампании должно быть заинтересовано государство. Потому что доля делового туризма в общем обороте туристического потока составляет порядка 20%, а это колоссальный доход в государственную казну», — сказал он.

Далее Алексей Калачев обратил внимание коллег на важную роль повышения квалификации кадров, а также на то, что инфраструктура в регионах должна отвечать международным стандартам, а площадки на местах — быть многофункциональными.

Сергей Кривоносов, заместитель председателя Комитета Государственной Думы РФ по физической культуре, спорту, туризму и делам молодежи, в ходе пленарной сессии «Приоритетные направления инвестиций

в конгрессно-выставочный и событийный туризм» обозначил основные точки роста для MICE-индустрии — активное продвижение деловых возможностей России на внутреннем и международном рынках, «цифровизацию индустрии туризма», а также объединение усилий органов государственной власти и бизнеса в развитии делового и событийного туризма.

Директор Департамента выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности Торгово-промышленной палаты РФ Сергей Селиванов в своем выступлении затронул актуальные вопросы развития MICE-индустрии в России. Он отметил, что по инициативе ТПП РФ был утвержден профессиональный стандарт по подготовке специалистов в области выставочной деятельности, а в данный момент ведется разработка стандарта подготовки специалиста по организации конгрессных мероприятий. Кроме того, обсуждались роль конгрессно-выставочной деятельности в реализации национальных проектов и меры государственной поддержки отечественных участников конгрессно-выставочных мероприятий в России и за рубежом.

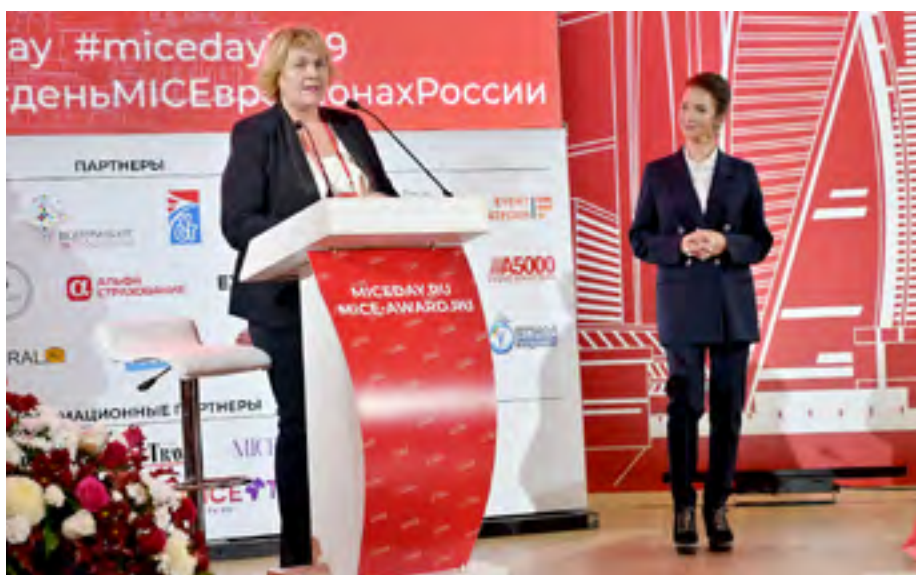
В дискуссии приняла участие руководитель департамента деловых мероприятий фонда «Центр стратегических инициатив» Татьяна Анисимова. «Мы занимаемся планом мероприятий, которые будут развивать деловой туризм и, соответственно, MICE-отрасль. Эта отрасль приносит в экономику большие дивиденды. Будут развиваться конгресс-направления, будут строиться конгресс-центры в городах приоритетного развития. Будут поддерживаться событийные календари регионов. Будут создаваться программы амбассадоров регионов и страны», — отметила она.



Сергей Кривоносов,

заместитель председателя комитета Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации по физической культуре, спорту, туризму и делам молодежи, председатель правления Ассоциации экономического взаимодействия субъектов Российской Федерации

Наиболее эффективным форматом взаимодействия государства и бизнеса событийной индустрии является синергичный подход при продвижении делового потенциала страны как на внутреннем, так и на зарубежном рынках. Больше внимания уделить вопросу транспортной доступности, чтобы обеспечить регионы необходимой логистикой. Обеспечить конкурентоспособность ценовой политики авиа- и железнодорожных компаний на международном рынке. Обеспечить регионы современными отелями.



Наталья ЕВНЕВИЧ: «В будущем году День MICE расширяет географию. Помимо Москвы и С-Петербурга он пройдет в Нижнем Новгороде, Воронеже и Калининграде»



Постоянные ведущие церемонии награждения RBT&MA Людмила МИХАЙЛОВА и Дмитрий ГОРИН сумели превратить ее в яркий праздник



Татьяна Анисимова,

руководитель департамента деловых мероприятий фонда «Центр стратегических инициатив»

Среди ожидаемых мероприятий, направленных на улучшение ситуации в сегменте делового туризма, на первом месте стоит государственная поддержка, государственное финансирование и софинансирование. Создание календаря событий в регионах, которые являются приоритетными для развития конгрессно-выставочной отрасли и делового туризма. Программа создания бренда амбассадоров, как всей России, так и регионов.

На Всероссийском Дне MICE также выступили Елена Кривенкова, член Генсовета общероссийской организации «Деловая Россия», председатель Комитета по туризму, Елена Мельникова, генеральный директор MAXIMICE, Татьяна Флеганова, заместитель генерального директора АНО «Агентство по привлечению инвестиций Свердловской области», Александр Мальцев, генеральный директор проекта BE IN RUSSIA, Татьяна Быкадорова, управляющая конгресс-отелем Don Plaza, учредитель и вице-президент АПИГ, Максим Головин, директор по развитию туроператора «Интурист», и другие эксперты.

РЕГИОНЫ ГОТОВЫ. ПОРА НАЧИНАТЬ!

В рамках конференции состоялась тематическая дискуссия «Регионы России как MICE-направления», модераторами которой выступили генеральный директор BE IN RUSSIA Александр Мальцев и гендиректор компании MAXIMICE Елена Мельникова.

В ходе сессии участники обсудили актуальные вопросы развития MICE-индустрии в России, в частности раздел «Деловой туризм» утвержденной «Стратегии развития туризма в Российской Федерации до 2035 года», доступность MICE-индустрии для российских и зарубежных партнеров, готовность российских городов конкурировать с зарубежными странами в проведении мероприятий международного масштаба, привлечение международных мероприятий в регионы, точки роста для развития MICE-индустрии в регионах России.

Максим Головин, директор по развитию туроператора «Интурист», полагает, что пришло время активно привлекать в регионы мероприятия: «Сегодня на конференции обсуждался вопрос готовности регионов принимать MICE-мероприятия. Это важно, поскольку они готовы. В рамках конференции были определены

те моменты, которые регионам, принимающим компаниям, отелям нужно принимать во внимание, чтобы обеспечивать прием клиентов на высоком уровне. Это поможет развитию регионов как MICE-дестинаций». «Наша компания готова участвовать в развитии крупных форумов, проектов, связанных с событийным туризмом, также мы готовы принимать участие в обучающей составляющей этого проекта», — добавил Максим Головин.

Московский офис Японской Национальной туристической организации (JNTO) в рамках мероприятия организовал деловой обед, во время которого представил TMC-компаниям и корпоративным клиентам MICE-возможности страны.

«За 9 месяцев рост турпотока составил 22% — мы приняли у себя более 87 тысяч россиян и довольны темпами роста, — рассказала Айри Мотокура, глава московского представительства JNTO. — В нашу страну все больше поездок осуществляется именно с деловыми целями. Росту турпотока способствуют рейсы и их частота с Дальнего Востока и увеличение числа посадочных мест на лайнерах, следующих из Москвы в Токио».

ВСЁ ПРОСТО СУПЕР: И БАТТЛ, И ВОРКШОП, И ПРЕМИЯ

Участники Всероссийского Дня MICE смогли не только показать свой высокий профессионализм, но и проявить свое творческое начало в рамках креативного мероприятия нового формата — MICE-баттл, которое проводилось во второй раз.

Команды из пяти регионов России (Большой Урал, Калининград, Воронеж, Горный Алтай, Ростов-на-Дону) сражались за высокие оценки компетентного жюри и зрительские симпатии. Покорила сердца экспертов и зрителей команда из Ростова-на-Дону, которая и увезла заветную статуэтку и диплом победителей.



Подписание соглашения о сотрудничестве. Алексей ВОЛКОВ, Общенациональный союз индустрии гостеприимства (на фото слева), и Максим ГОЛОВИН, «Интурист»



Выступления Сергея Кривоносова (Государственная дума РФ) и Сергея Селиванова (ТПП РФ) об инвестициях и развитии MICE-индустрии в России были одними из самых ярких на Дне MICE

«САМОВАРЫ И ПРЯНИКИ» — НОВОЕ ПРОЧТЕНИЕ

На следующий день, 11 октября, по приглашению администрации Тульской области состоялся ознакомительный визит профессионалов индустрии в регион. Была предложена интенсивная однодневная программа знакомства с MICE-объектами. Гостям представили классические объекты и площадки, но в новом прочтении: например, Тульский кремль и Музей оружия, которые предлагают проведение конференций до 150 человек.

Также были представлены новые и креативные площадки — такие как комплекс «Патриот» и кластер «Октава», расположенный в бывшем здании завода, с залом на 300 человек, интерактивным музеем, кафе, редакцией и студией звукозаписи.

Участники поездки отметили, что Тула — это не только «самовары и пряники», а современный комфортный город с прекрасной инфраструктурой и отличной логистикой — всего два часа от Москвы на машине или на «Ласточке». В MICE-визите приняли участие более 20 представителей корпоративных заказчиков и агентств.

В рамках Дня MICE также с успехом прошел воркшоп «BE IN RUSSIA/ТОП-100», объединивший представителей московских и региональных MICE-агентств и корпоративных заказчиков. Система назначения встреч зарегистрировала 1192 деловых контакта!

Беседа с представителем СМИ, Александр Мальцев, генеральный директор проекта BE IN RUSSIA, отметил: «Эффективность Всероссийского MICE Дня очень высокая. Мы можем судить об этом по нашему суперворкшопу «BE IN RUSSIA/ТОП-100». В нем приняли участие 48 MICE-продуктов регионов России — более 100 представителей отелей, площадок, DMC и Event-агентств, а также 250 MICE-заказчиков — представителей корпоративных клиентов и московских MICE-агентств. Широчайшая география MICE-продуктов

России, от Республики Алтай до Калининграда — это, пожалуй, главная отличительная черта воркшопа. Конференция логически связала два мероприятия. Она — движок, который будет толкать регионы вперед, подстегнет к дальнейшему развитию».

Александр Ванюков, генеральный директор Sunny Travel, делясь впечатлениями от посещения мероприятия, сказал: «Это наш второй Всероссийский День MICE, мероприятие интересное. Это площадка, которая объединяет игроков рынка. Воркшоп, конференции, контакты — все собрано в одном месте, формат и идея отличные. На российской карте не хватало такого сегмента. Мы думаем о том, чтобы в следующем году представить деловые возможности Беларуси, нам бы это очень хотелось сделать». **BT**



Алексей Калачев,

директор Национального конгресс-бюро

В успехе кампании должно быть заинтересовано государство. Потому что доля делового туризма в общем обороте туристического потока составляет порядка 20%, а это колоссальный доход в государственную казну. Плюс это развитие поможет создать новые рабочие места, МСП, за счет мероприятий и потребности в их организации. Государство должно понимать, что это создает определенный имидж России и регионов. Именно имидж играет первую скрипку в вопросе инвестиционной привлекательности.

ОРГАНИЗАТОРЫ ВСЕРОССИЙСКОГО ДНЯ MICE:



ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА РФ



Турбизнес
МЕДИАХОЛДИНГ • с 1997 г.

ПРИ УЧАСТИИ КОМИТЕТА ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ, СПОРТУ, ТУРИЗМУ И ДЕЛАМ МОЛОДЕЖИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ПАРТНЕРЫ ВСЕРОССИЙСКОГО ДНЯ MICE И ПРЕМИИ RBT&MA:

Официальный партнер дня MICE



Специальный партнер дня MICE

EXPOFORUM

Официальный партнер дня MICE



Партнер номинации RBT&MA



Страховой партнер дня MICE



Партнер дня MICE



Транспортный партнер дня MICE



Партнер дня MICE





Десять лет награде

12 номинаций

2

специальные награды — победителю MICE Баттл от проекта Be in Russia и «Ивент Локомотив» от Национального конгресс-бюро

175

номинантов от Калининграда до Хабаровска

>300 тыс.

интернет-голосов за номинантов

100

MICE-академиком — членом Экспертного совета награды

Завершился Всероссийский День MICE церемонией награждения победителей и лауреатов 10-й премии Russian Business Travel & MICE Award. Иван Калашников, генеральный директор медиахолдинга «Турбизнес» — главного организатора проекта, открывая торжественный вечер, заявил со сцены: «Награде исполнилось 10 лет. В далеком 2010 году на первой церемонии я говорил, что на нашем рынке бизнес-трелвел есть свои компании-лидеры, ассоциации, издания и выставки, но нет профессиональной награды. И вот, я могу гордо сказать, что уже 10 лет в начале октября мы вручаем наши Оскары лучшим из лучших на рынке».

Как отметил Иван Калашников, «награда старается идти в ногу со временем, каждый год в ней появляется что-то новое. Главная новация этого года — механизм определения победителей стал более объективным». Для этого организаторы пригласили выступить в качестве рефери сто признанных экспертов рынка. Именно они по результатам открытого онлайн-голосования выбрали тех, «кому будут вручены золотые статуэтки».

В 12 номинациях были названы лучшие конгрессные гостиницы в Москве и регионах страны, лучшие конгрессно-выставочные и деловые центры, организаторы конференций и инсентив-программ в России

и за рубежом, business travel агентства, российские и зарубежные конвеншн-бюро, лучшие онлайн-разработки для сферы MICE.

Впервые во время церемонии RBT&MA была вручена отдельная награда Национального конгресс-бюро России «Ивент Локомотив». Золотой статуэткой директор НКБ Алексей Калачев отметил самый динамично развивающийся MICE регион России. В этом году награду увезла с собой в Екатеринбург Оксана Трофимова-Ниденталь — генеральный директор Конгресс-бюро столицы Урала.

Как и в прошлые годы ведущими церемонии награждения стали хорошо известные профессионалы рынка. В первом отделении неизменному ведущему профессионального праздника — руководителю холдинга «Вип-сервис» Дмитрию Горину аккомпанировала Людмила Михайлова, представляющая одну из крупнейших отечественных переводческих компаний «Эго Транслейтинг». Во второй части в роли соведущей артистического и искрометного Алексея Крылова, руководителя UTS Group, выступила гендиректор известной транспортной компании Very Good Transfer Ирина Ермакова.

Гостями торжественной церемонии награждения стали около 400 представителей отелей, компаний, работающих в сфере MICE и business travel, а также крупных российских и зарубежных корпоративных MICE-заказчиков.



Обладатели премии Russian Business Travel & MICE Award — 2019

ПОБЕДИТЕЛЬ

ЛАУРЕАТЫ

ПОБЕДИТЕЛЬ

ЛАУРЕАТЫ

ЛУЧШАЯ КОНГРЕССНАЯ ГОСТИНИЦА МОСКВЫ КАТЕГОРИИ 5*

Moscow Marriott Grand Hotel

Radisson Collection Hotel Moscow
Swissotel Красные Холмы Москва

ЛУЧШАЯ КОНГРЕССНАЯ ГОСТИНИЦА МОСКВЫ КАТЕГОРИИ 4*

Novotel Moscow Kievskaya

Отель & Конгресс-центр
ВЕГА Измайлово
Palmira Business Club

ЛУЧШАЯ РЕГИОНАЛЬНАЯ КОНГРЕССНАЯ ГОСТИНИЦА

Radisson Hotel Kaliningrad
Гостиничный комплекс
«Имеретинский» (Сочи)

Конгресс-отель «Форум» (Рязань)
Green Resort Hotel & Spa
(Кисловодск)
Hyatt Regency Sochi
Кемпински Гранд Отель
(Геленджик)

ЛУЧШИЙ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ИЛИ ДЕЛОВОЙ ЦЕНТР

Конгрессно-выставочный центр
«ЭКСПОФОРУМ» (С.-Петербург)

Центральный выставочный
комплекс «Экспоцентр» (Москва)
«Конгресс-холл Торатау» (Уфа)

ЛУЧШАЯ АЛЬТЕРНАТИВНАЯ ПЛОЩАДКА ДЛЯ ДЕЛОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Флотилия «Рэдиссон Ройал»

Loft Министерство (Москва)
«Горизонт Cinema&Emotion»
(Ростов-на-Дону)

ЛУЧШИЙ ОРГАНИЗАТОР КОНФЕРЕНЦИЙ

Туроператор KMP Group

«Агентство АВИА ЦЕНТР»
GCS Business Group
Агентство Event8

ЛУЧШИЙ ОРГАНИЗАТОР ИНСЕНТИВ-ПРОГРАММ

Компания «Подъежики»

UTS.Russia
Elki-project
«Балтма Турс» (Калининград)

ЛУЧШЕЕ BUSINESS TRAVEL АГЕНТСТВО

DEMLINK

Aerotone Business travel
Aeroglobus Business Travel

ЛУЧШИЙ ОФИС ПО ТУРИЗМУ ИЛИ КОНВЕНШН-БЮРО В СФЕРЕ ПРОДВИЖЕНИЯ MICE

Конгрессно-выставочное бюро
Санкт-Петербурга

Конгресс-бюро Азербайджана
Конгресс-бюро Екатеринбурга
Туристско-информационный
центр Приморского края

ЛУЧШИЙ ОНЛАЙН-ПРОДУКТ В СФЕРЕ MICE И ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА

Click to MICE

City Travel
DEMLINK

ЛУЧШИЙ ОРГАНИЗАТОР ИНСЕНТИВ-ПРОГРАММ В ИТАЛИИ

PAC GROUP

«Демлинк Атлас»
uts.mice

ЗА ВЫДАЮЩИЙСЯ ВКЛАД В РАЗВИТИЕ КОНГРЕСС-УСЛУГ В РОССИИ

Татьяна Анисимова,
руководитель департамента
деловых мероприятий фонда
«Центр стратегических инициатив»

«Президент-Отель» (Москва)

СПЕЦИАЛЬНАЯ НАГРАДА НАЦИОНАЛЬНОГО КОНГРЕСС-БЮРО РОССИИ «ИВЕНТ ЛОКОМОТИВ»

Агентство по привлечению инвестиций Свердловской области



Артистичные и зажигательные ведущие церемонии — Дмитрий ГОРИН, Людмила МИХАЙЛОВА, Ирина ЕРМАКОВА и Алексей КРЫЛОВ



Иван КАЛАШНИКОВ и Лариса ЗАЦЕПИЛИНА, гостиничный комплекс «Имеретинский» — победитель в номинации «Лучшая региональная конгрессная гостиница»



Герои юбилейной церемонии — Олег БЕГЛЯРОВ, Demlink, и Татьяна АНИСИМОВА, фонд «Центр стратегических инициатив»



Популярная телеведущая Ирина ПУДОВА и директор Департамента выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности ТПП РФ Сергей СЕЛИВАНОВ довольны результатами Дня MICE



Юбилейная церемония RVT&MA объединила на сцене и ее ведущих, и победителей, и лауреатов премии



Победитель в новой номинации «Лучшая альтернативная площадка для деловых мероприятий» — Флотилия «Рэдиссон Ройал». С наградой Ольга ТКАЧЕВА



«Московских окон негасимый свет...»
Традиционный завершающий аккорд церемонии



Заслуженная награда лучшему конгрессно-выставочному центру России — петербургскому «Экспофоруму» в руках Елены УБЛИЕВОЙ



Региональные лидеры вместе — Дмитрий ОСИПОВ, Владислав ЛОСЕВ, «Фордевинд», Оксана ТРОФИМОВА-НИДЕНТАЛЬ, Конгресс-бюро Екатеринбурга, Элина АКИНШИНА, «Планета Сочи»



Золотая статуэтка у Киры ЗАХАРОВОЙ, генерального директора «Президент-отеля» — одного из MICE-символов Москвы



Как всегда MICE Баттл — состязание среди регионов России — прошел ярко и креативно



Джазовое выступление команды Ростова-на-Дону во время MICE Баттла не оставило равнодушными ни судей, ни болельщиков в зале

UTS.group представил

uts.prostranstvo

UTS.Prostranstvo — самостоятельный участник рынка MICE&Event, появившийся на свет в рамках масштабной трансформации UTS.group. Презентация нового коммуникационного агентства состоялась в столичном отеле «Метрополь».

«У нас меняется практически все. В первую очередь структура — юридическая, организационная и финансовая. Меняется модель бизнеса, идет реструктуризация направления. Наступает переосмысление. С одной стороны, трудный, а с другой — необходимый процесс для людей и компании, — заявил по телемосту Алексей Крылов, генеральный директор холдинга UTS.group. — Трансформация — это то, без чего невозможно развитие каждого. Компаниям, которые смотрят в будущее, предстоит ответить на вопросы — как будет выглядеть наша услуга, кто станет ее потребителем, что будет представлять из себя компания и с кем придется конкурировать». Евгений Бибилюров, исполнительный директор UTS.business travel, поделился с гостями встречи планами по реализации задач в рамках цифровой трансформации: «Наша задача как инновационного партнера оперативно отвечать динамичным требованиям рынка. Поэтому мы запустили комплексную модернизацию бизнеса, цифровую трансформацию».

Мария Широкова, CEO коммуникационного агентства UTS.Prostranstvo, отметила: «MICE в своем классическом понимании умирает. Сейчас индустрия событий — это постоянное эмоциональное влияние на принятие решения. Важно понимать не только ключевую потребность компании заказчика, но и фундаментальный запрос аудитории. Зачем компании устраивают мероприятия? Чтобы изменить отношение некой группы людей к чему-либо. Мы предлагаем не только логистические решения, но и мероприятия с добавочной стоимостью».



Demlink People School набирает студентов

В этом году «ДЕМЛИНК» представил новый образовательный проект.

В рамках корпоративного обслуживания компания проводит обучающий тренинг с получением сертификата на тему «business travel». Спикеры тренинга — профессионалы с большим стажем, директора профильных департаментов «ДЕМЛИНК».

На тренинге расскажут о рынках поставщиков, о правилах бронирования и подбора услуг под требования трэвел-политики, ценообразовании, об особенностях той или иной услуги.

Тематика занятий охватывает такие разделы, как авиа- и железнодорожные перевозки, комплекс наземных услуг в России и за рубежом, паспортно-визовое и миграционное обслуживание.

С начала лета 2019 года тренинг прошли около 60 корпоративных клиентов.

Business Travel Community вышло в офлайн

В лофте на «Красном Октябре» состоялась неформальная встреча участников сообщества Business Travel Community и членов Рабочей группы по вопросам делового туризма при Ростуризме.

Основатель Facebook-сообщества — Павел Васин, генеральный директор ВТМ и председатель рабочей группы, отметил важность события: «Идея встретиться офлайн в неформальной обстановке возникла давно. Самое ценное в нашем деле — это люди и взаимоотношения, как деловые, так и просто человеческие. И это здорово, видеть в людях — людей».

Встреча состоялась 11 октября сразу после одного из главных событий года — Russian Business Travel & MICE Award. В организации вечеринки, завершившей рабочую неделю, принимали участие известные профильные компании: «Кортеос» угощал гостей пивом, B2B Ostrovok и Sbooking создавали настроение музыкой и напитками для хорошего настроения, гостевой комплекс Veslevo.club подарил счастливым сертификаты на проживание.



Raketa.travel интегрируется с Booking.com

Все клиенты компании получили доступ к максимальному количеству отелей, представленных в популярной системе.

«Мы первыми провели прямую B2B-интеграцию с этим гигантом онлайн-бронирования. Удешевление дистрибуции железнодорожных билетов, доступ к мировым железнодорожным операторам — сейчас мы на пике контент-бума», — рассказал гендиректор компании Анатолий Курюмов. «Все больше компаний понимают ценность современного IT-продукта, который не требует никаких имплементационных и лицензионных платежей», — пояснили представители «Ракеты»



и указали на то, что корпоративные клиенты ожидают финансовой прозрачности, понятного ценообразования и отсутствия скрытых сборов. В 2019 году компания запустила новый сайт raketa.world и успешно «запустилась» в Украине и Казахстане. Это означает, что любой корпоративный клиент может свободно управлять своими поездками на территории нескольких стран одновременно. В планах компании в следующем году добавить к этому списку еще восемь стран.

«Жарков-тур» открывает Таджикистан

В 2020 году компания проведет большой ознакомительный тур по Таджикистану в рамках сотрудничества с местными туроператорами и принимающими компаниями. Задача — показать страну, ее туристические и деловые возможности.

По словам Андрея Жаркова, гендиректора одноименной компании, о Таджикистане как о MICE-направлении пока мало знают. Но стоит обратить на него внимание. Душанбе и Худжанд — два крупных города, обладающих необходимой инфраструктурой для бизнес-мероприятий. Есть пяти- и четырехзвездные отели с высоким уровнем сервиса. Представлены цепочки Sheraton, Hyatt, скоро появятся Hilton и Marriott, что привлечет новые инвестиции и увеличит поток деловых туристов. Не стоит забывать о том, что страна безвизовая для россиян.

Направление круглогодичное. «Множество культурно-исторических памятников, интересная кухня и колоритные традиции прекрасно дополняют неформальную программу выезда», — говорит Андрей Жарков.

К плюсам направления он относит и стоимость турпродукта: «Конкуренции почти нет, в Таджикистане еще не поняли своих ресурсов и будут давать привлекательные цены, чтобы привлечь MICE на свою территорию».

MAXIMICE провело осенний бизнес-завтрак

Традиционное событие, ориентированное исключительно на заказчиков деловых корпоративных мероприятий, прошло 17 октября. «Основные



блюда» бизнес-завтрака были составлены с уклоном на MICE-экспертизу направлений и приправлены обязательным компонентом креатива.

Елена Мельникова, основатель и генеральный директор компании, рассказала о клиентском спросе и о том, какие предложения он порождает. Глава MAXIMICE недавно участвовала в нескольких значимых мероприятиях индустрии (Travel Hub, MICE Day), посвященных развитию российских MICE-направлений, и поделилась с гостями впечатлениями о том, какие удивительные преобразования претерпели некоторые города всего за последние пару лет. Казахстан стал следующим смысловым блоком программы — с презентациями выступили представители Air Astana и Discover Almaty. Спикеры были единодушны: востребованность

данного направления будет только увеличиваться в ближайшее время.

Аргентина, Япония, Южная Корея — MAXIMICE пережило настоящий бум возвращения дальних экзотических дестинаций. На бизнес-завтраке поговорили и о Вьетнаме: вспомнили лучший креативный проект, реализованный агентством в этой стране и заслуживший одну из высших профильных наград. Представители Vietnam Airlines, партнера MAXIMICE, рассказали о сверхкомфорте путешествий на бортах их самолетов. Бизнес-завтрак проходил в Pentahotel — дизайнерском отеле, расположенном на Новом Арбате в одном из знаменитых «домов-книжек». А компания Eventicious, еще один партнер MAXIMICE, предоставила на тестирование всем участникам события свое приложение для мероприятий.



«Интурист» получил World Travel Leaders Award

Российский туроператор стал лауреатом престижной премии, ежегодно вручаемой в ходе ведущей профессиональной турвыставки Европы — World Travel Market.

В начале ноября в Лондоне уже в 40-й раз прошла выставка World Travel Market — одно из крупнейших событий для профессионалов отрасли.

В первый день WTM были объявлены имена лауреатов премии World Travel Leaders Awards-2019. Ежегодно ею отмечают наиболее динамично развивающиеся туристические компании, отели, гостиничные сети, офисы по туризму из ведущих туристических держав.

В число обладателей престижной награды в этом году вошла старейшая российская туроператорская компания «Интурист». Отметить ее заслуги как лидера туристической России предложил глобальный медиапартнер WTM — медиахолдинг «Турбизнес».

В этом году «Интурист» отметил 90 лет с момента своего создания. Это один из надежнейших и самых известных российских туристических брендов. За свою историю компания обслужила сотни миллионов туристов, и ее имя стало нарицательным, когда речь заходит об иностранных гостях, посещающих нашу страну.

Сегодня «Интурист» лидирует на рынке выездного туризма, занимает ведущие позиции на внутрироссийских направлениях и входит в топ-5 крупнейших туроператоров на рынке выездного туризма.



Задача — «задержать» и привлечь



Ассоциация «Союз развития туризма в РФ» и АНО «Проектный офис по развитию индустрии организации мероприятий» договорились о совместном продвижении туристического потенциала регионов РФ.

В Государственной Думе Российской Федерации 7 ноября подписано соглашение о сотрудничестве между Ассоциацией экономического взаимодействия субъектов РФ «Союз развития

туризма в РФ» и Автономной некоммерческой организацией «Проектный офис по развитию индустрии организации мероприятий».

В подписании принимали участие заместитель председателя Комитета Госдумы по физической культуре, спорту, туризму и делам молодежи Сергей Кривонос от ассоциации «Союз развития туризма в РФ» и исполнительный директор Наталья Евневич от АНО «Проектный офис по развитию индустрии организации мероприятий». АНО «Проектный офис по развитию индустрии организации мероприятий» — организатор крупнейших событий в сфере делового туризма, среди которых Всероссийский день MICE, ежегодно проходящий в Москве и других субъектах РФ. «Перед нами стоит задача раскрыть потенциал MICE-отрасли в регионах», — отметил Сергей Кривонос. Наталья Евневич уточнила: «Доля делового туризма в общей массе туристических поездок по России составляет от 30% в курортных и до 90% в промышленных регионах. Задача российских регионов — «задержать» на своей территории делового гостя и привлечь организаторов мероприятий».

Праздник, как и работа — вместе



Туроператор «Академсервис» отметил свое 30-летие, гостиничная сеть Best Eurasian Hotels — 20-летие. Общий юбилей отметили 8 ноября в московском Hyatt Regency Petrovsky Park.

На праздник приехали почти 800 представителей отелей из 109 городов 11 стран бывшего Советского Союза.

Презентация управляющего директора сети и заместителя генерального директора «Академсервиса» Евгения Липеца изобиловала статистическими данными. Достижения компаний впечатляют: в маркетинговый проект Best Eurasian Hotels входит более 3500 отелей



со всего постсоветского пространства, а 10 тысяч профессиональных покупателей «Академсервиса» из 104 стран мира создают поток во все гостиницы, обеспечивая объем продаж в 10 млрд рублей в год. Ежегодно «Академсервис» обслуживает более 2,5 млн клиентов.

В этот вечер наградами были отмечены отели и партнеры «Академсервиса»: 18 отелей за длительные контрактные отношения и 11 компаний-партнеров за многолетнее сотрудничество и помощь в контрактинге отелей. Прозвучали поздравления и в адрес Евгения Липеца — ему 60! Праздничной настрой в зале поддержала приглашенная группа «Машина времени».



Репутация дороже

Не секрет, что участие в тендерах — большая статья расходов времени и сил для MICE-агентств. Ведь все чаще в требования входит четкая и детальная проработка предложений и идей. Да и заимствование организаторами тендеров идей, полностью или частично, тоже явление не редкое. Тем не менее работать без тендеров вряд ли получится.

По просьбе ВТ основатель и генеральный директор креативного MICE-агентства MaxMedium **Татьяна СПУРНОВА** рассуждает на эту тему и делится опытом минимизации подобных рисков.

Я недавно подсчитала, во сколько нам обошлось участие в тех тендерах, что мы не выиграли в прошлом году, — 42,6 млн рублей! Это, разумеется, сумма за год, но от этого она не становится менее впечатляющей. Она складывается из времени, сил и зарплат сотрудников, затраченных на детальную проработку идей и смет. И тем обиднее потом узнать, что все это клиент у тебя позаимствовал, не посчитав нужным заплатить.

Недавно мы получили предложение принять участие в тендере на ежегодное мероприятие, в котором участвовали и в прошлом году, но не выиграли. Представьте себе наши эмоции, когда в брифе мы увидели описание прошлогоднего мероприятия, где была реализована наша идея. Якобы не подошедшая. И таких анекдотических случаев только за прошлый год было предостаточно.

В эпоху социальных сетей полностью закрытых мероприятий не бывает. Достаточно подписаться на хэштег-кампанию и, зная дату и площадку, можно увидеть, что и как проходит. Такая практика как раз и дает возможность оценить, насколько идеи заимствуются.

Мы стараемся с этим бороться всеми возможными способами, в компании уже выработались критерии участия (или неучастия) в тендерах. Прежде всего, мы не работаем по постоплате. Если клиент настаивает только на таком способе, нам не по пути.

Во-вторых, мы смотрим, сколько еще агентств участвуют в тендере. Если всего, включая нас, четверо участников и меньше, мы, что называется, остаемся в игре. В противном случае мы тоже можем участвовать, но только если очень интересен проект.

Третий критерий самый сложный и субъективный из всех. Это возможность работать с клиентом по принципу партнерства. Тут лучше всего объяснить на примере. Вот клиент пригласил нас в тендер. Мы придумали некую концепцию по брифу, приехали ее презентовать и наткнулись на абсолютное безразличие со стороны клиента. Ни вопросов, ни уточнений с их стороны, ничего. Однако через неделю клиент неожиданно прислал письмо с правками и сроками, очень сжатыми, когда их надо внести. Мы задали уточняющие вопросы, спросили, почему не подошли прошлые предложения.

Вопросы разумные, которые требуются для дальнейшей работы. Ответ был удивительным, нас упрекнули в том, что мы хотим получить более выгодное положение, чем другие агентства. Да, хотим, поэтому и задаем вопросы, они нужны для анализа потребностей и более качественного предложения для вашего мероприятия. Оказалось, что вопросы можно задавать только в том случае, если ты выиграл тендер. По опыту зная, что такие истории всегда печальны, из тендера мы вышли. Партнерства не получилось.

Мероприятия всегда делаются с определенной целью, чтобы решить те или иные задачи для компании. И далеко не всегда эти проблемы очевидны из брифа. Например, цель — повысить лояльность. Сразу возникает вопрос: почему сейчас сотрудники не лояльны, что изменилось за последнее время? Нужно ли повышать ее мероприятием, или нужны другие инструменты? А может быть, нужно решить другие проблемы, которые не на поверхности? Зная ответы на эти вопросы, мы сможем предложить решения, точно и так, чтобы они были максимально эффективными. Чем плотнее партнерство, тем лучше результат. Когда ты копаешь вглубь проблемы, это напрямую влияет на бюджет, это достигает нужного эффекта и деньги тратятся с толком.

Есть и юридические инструменты защиты авторских прав, но они работают слабо. Можно попробовать подписать с клиентом соглашение о неразглашении идей, выставленных на тендер. А также еще до презентации отправить самому себе заказным письмом свои идеи в распечатанном виде. И это письмо не вскрывать.

Сложность в том, что идеи не всегда берут целиком. Иногда клиент собирает из разных предложений то, что понравится, и делает «солянку», тут доказать ничего нельзя.

Проблема, кстати, не только на стороне клиента. Агентствам стоит начать с себя и ввести некий этический кодекс, как это сделали мы в ассоциации REMA (Russian Event Marketing Association). Так, мы не берем в работу чужие идеи, выступаем за честную конкуренцию и делимся экспертизой через образовательные проекты, а также стараемся помнить о том, что не всегда бизнес дороже репутации. Хочется надеяться, что рано или поздно к этому придет весь рынок. **ВТ**



Пора взять ответственность на себя

Речь Греты Тунберг на недавно прошедшем в Нью-Йорке Саммите ООН по климату заставила многих более пристально взглянуть на вопросы экологии и связанные с этим принципы ведения бизнеса. Касается это и подходов к организации мероприятий. ВТ решил узнать, с какими сложностями приходится сталкиваться организаторам при подготовке «зеленых» и социально ответственных мероприятий и как это отражается на их бюджете.

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

«Не многие из нас задумывались о том, что MICE-индустрия входит в лидеры со знаком «минус» сфер бизнеса, наиболее негативно влияющих на экологию», — отмечает **Татьяна Бакланова**, генеральный директор компании «BTG Event Solutions DMC». «Многочисленные авиаперелеты и наземные переезды, печать огромных тиражей бумажных материалов, большое количество пластика, упаковки, используемых для проведения выставок, конференций и других бизнес-мероприятий, неподдающееся учету потребление пластиковых бутылок с водой и так далее».

Что касается ответственной организации мероприятий, то с кого начинать, если не с себя? Пример такого подхода — недавно прошедшее ежегодное IMG Show, которое российская ассоциация бизнес-туризма АБТ-АСТЕ Russia сделала в этом году максимально «зеленым».

«Мы понимаем, что невозможно сразу объять необъятное и с первой попытки сделать идеальное с экологической точки зрения мероприятие, но с чего-то надо начинать. Ведь даже наша внутренняя статистика потребления ресурсов поражает — за 2018 год на наших площадках побывало около 3000 посетителей. А это не менее центнера бумажных каталогов, листовок и брошюр, десяток пресс-воллов и баннеров, килограммы нево-

стребованных закусок и сотни промосумок для участников. Поэтому, прежде всего, мы постарались избавиться от всего одноразового. Стойки с обозначением номеров столов и названиями компаний мы используем уже третий год, а вывески напечатали на переработанной бумаге», — рассказывает исполнительный директор АБТ-АСТЕ Russia **Ирина Михалькова**.

В этом году не было и печатных каталогов, их заменили электронные, которые можно посмотреть у себя в смартфоне или в специальных киосках, а также на планшетах у волонтеров. Это в прямом и переносном смысле облегчило жизнь участникам мероприятия.

Пресс-волл тоже может быть вполне экологичным — из мха, а логотипы партнеров — в виде деревянных табличек. Помимо прочего, это еще и красиво. И про пластик постарались забыть — в этом году на столах не было пластиковой одноразовой посуды, бутылок, соломинок для воды. А отказ от промосумок и вовсе вырос в отдельную благотворительную историю. От их раздачи решили отказаться, потому что уверены, что у многих такие сумки просто лежат дома невостребованные. Участникам и посетителям IMG Show было предложено использовать свои пакеты или купить за символическую плату сумку «Приношу пользу». Сумки для этой акции были безвозмездно переданы организаторам офисом по туризму

Швейцарии. Все средства от продажи были перечислены в один из фондов, заботящихся об охране окружающей среды.

Ирина Михалькова подчеркнула, что мероприятия отрасли business travel & MICE сделать «зелеными» проще всего. Эта индустрия объединяет людей, которые любят путешествовать, и все хотят ходить на чистые пляжи и в чистые леса. И это может стать трендом, но сначала — в крупных городах. А также в тех местах, которые развивают туризм за счет своих внутренних красот.

СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Очевидно, что для появления тренда на «зеленые» мероприятия нужно, чтобы на них был спрос со стороны корпоративных клиентов. А насколько готовы к новым технологиям поставщики и сами агентства?

«Про тренд пока говорить не приходится, но такие клиенты есть. Из общего потока тендеров клиентов эконаправленности — единицы. В нашем пуле есть клиент, который на свое цикловое совещание запрашивал экобейджи. Одно из условий — бейджи должны быть утилизированы без вреда окружающей среде. Мы предложили несколько вариантов: бумажные, картонные и деревянные. Также клиент запрашивал экологически безопасные баннеры. Мы предлагали сделать их не из ПВХ, а, например, из ткани. Кроме того, наша команда предлагала отказаться от пластиковых трубочек и заменить их стеклянными или металлическими аналогами», — рассказывает **Екатерина Новикова**, старший менеджер UTS.Prostranstvo.

PR-менеджер департамента по развитию бизнеса компании MAXIMICE **Екатерина Зазыкина** отмечает, что у заказчиков стало меняться сознание. «Не так важно, сколько заказывается мероприятий с экоориентиром, важно, что пришло понимание, что это не должны быть разовые акции — необходимо менять весь характер деятельности, вводить новые паттерны поведения. Ведь результат будет только при регулярном воздействии, систематической активности. И, забегая вперед, скажем, что в MAXIMICE разработана такая программа, некая серия мероприятий эконаправленности, которую мы будем предлагать клиентам. И это уже не конкурентное преимущество среди агентств, это конкурентное преимущество качества нашей жизни, нашего общего будущего».

Привела Екатерина Зазыкина и пример такого мероприятия, причем неожиданно — от крупного производителя бытовой химии, компании Henkel. Здесь регулярно проводят научные изыскания с целью выявить возможности

минимизации вреда для окружающей среды. Исследованиями не ограничиваются — проводят регулярную работу с сотрудниками: есть программы социальной ответственности и бережного использования ресурсов, также в рамках каждого мероприятия проходят экологические активности.

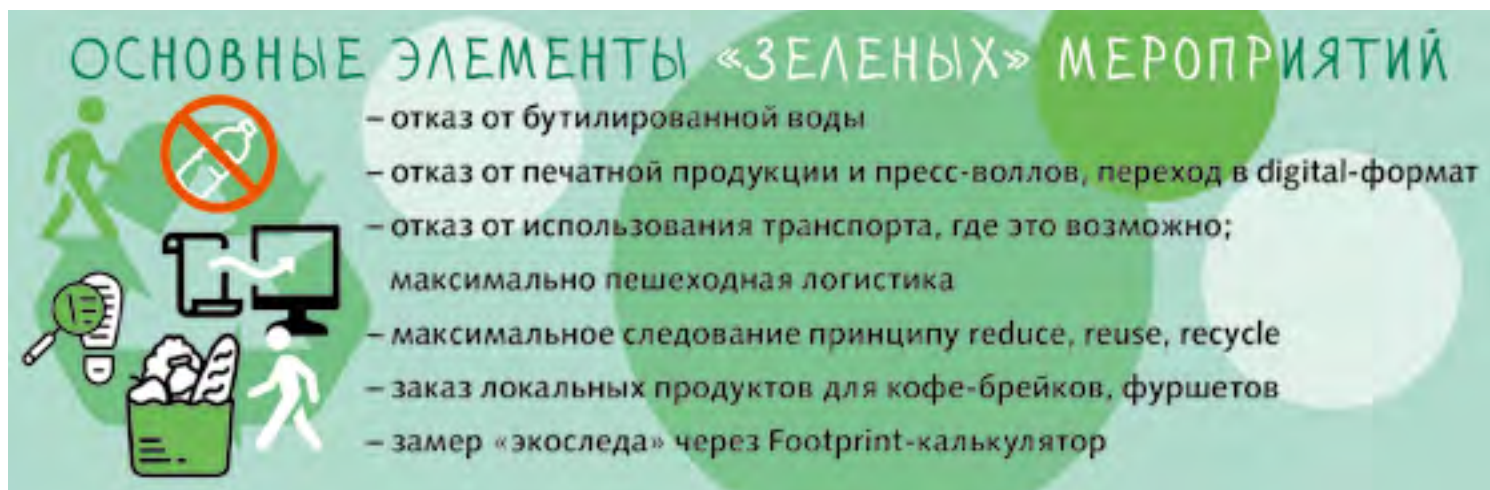
В этом году на конференции в Сочи сотрудники компании приняли участие в экологическом тимбилдинге — высаживали растения в Орнитологическом парке. Таким образом они внесли свой вклад в восстановление экосистемы, пострадавшей из-за строительства значимых объектов Олимпиады.

Екатерина Новикова, в свою очередь, привела пример компаний, которые на фуршеты и кофе-брейки просят организовать ЗОЖ-меню — с минимумом сладкого и жирного, большим количеством фруктов, овощей и полезной качественной пищи. Клиенты считают, что это положительно влияет не только на участников таких мероприятий, но и на окружающую среду. «Все, что делается с приставкой «эко», для клиента стоит дороже, чем не «эко». Ручки, бейджи, баннеры — всё дороже. Оценить, насколько это экономически выгодно или нет, достаточно трудно, потому что бюджеты у клиентов разные. Одни себе могут позволить потратить больше, другие — нет. Если говорить о тенденциях, то последние несколько лет клиент уделяет особое внимание оптимизации расходов. И в этой связи экоматериалы не вписываются в бюджет», — отмечает она.

Ручки, бейджи, баннеры — всё дороже. Оценить, насколько это экономически выгодно или нет, достаточно трудно, потому что бюджеты у клиентов разные. Одни себе могут позволить потратить больше, другие — нет. Если говорить о тенденциях, то последние несколько лет клиент уделяет особое внимание оптимизации расходов. И в этой связи экоматериалы не вписываются в бюджет», — отмечает она.

С коллегой не согласна Татьяна Бакланова: «Проведение мероприятий с приставкой «эко» вовсе не означает их удорожания. Замена пластиковых бутылок на графины с водой, отказ от производства пресс-воллов и ролл-ап баннеров, печатных материалов, сокращение и оптимизация транспортных переездов — существует немало резервов для облегчения бюджета «зеленых» мероприятий».

Получается, что хоть Россию и нельзя назвать страной, стоящей в авангарде «зеленых» мероприятий и устойчивого развития, но подвижки есть. Сознание и клиентов, и поставщиков постепенно меняется в сторону бережного отношения к природе. Пусть маленькими шагами, но мы движемся к тому, чтобы проводить экологически ответственные мероприятия. **BT**





Учиться никогда не поздно!

В онлайн-академиях издательского дома «Турбизнес» занятия проходят на «факультетах»: «Аэропорт Штутгарта и Баден-Вюртемберг», «Карловарский край», «Испания. Путешествие со вкусом» и «Саксония/Лейпциг». 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

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.stuttgart-airport-academy.ru

АЭРОПОРТ ШТУТГАРТА И БАДЕН-ВЮРТЕМБЕРГ

Учебный курс построен в виде викторины. Его задача – дать представление об этом туристическом направлении в диапазоне от достопримечательностей до активного отдыха. Его называют «солнечной стороной Германии». На сайте есть видеозал, где выложены видеofilмы о Штутгарте и Баден-Вюртемберге. Для победителей викторины предусмотрены памятные призы и сувениры.

Крупным народным праздником вина и пива Cannstatter Wasen, собирающим более четырех миллионов гостей, Баден-Вюртемберг обязан Катарине, супруге вюртембергского короля Вильгельма I, дочери Павла I Екатерине Павловне Романовой (1788–1819).



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 в учебном отделе ИД «Турбизнес» новым факультативом «Испания. Путешествие со вкусом». В нем три основных раздела. Два посвящены гастрономии и напиткам, один – славной кулинарными традициями Стране Басков. Плюс к этому рубрики «Библиотека», «Видеозал» и «Рецепты». Для победителей традиционно предусмотрены призы и награды, в том числе поездка в Страну Басков.

А вы знаете, что название «паэлья» происходит от названия большой сковороды, на которой готовили рис в крестьянских семьях. В нее добавлялось все, что было под рукой: овощи, улитки, морепродукты, колбаски, куриное мясо, зелень...

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.



Отель «Кортъярд Марриотт Нижний Новгород»



Четырехзвездочный бизнес-отель в историческом центре города

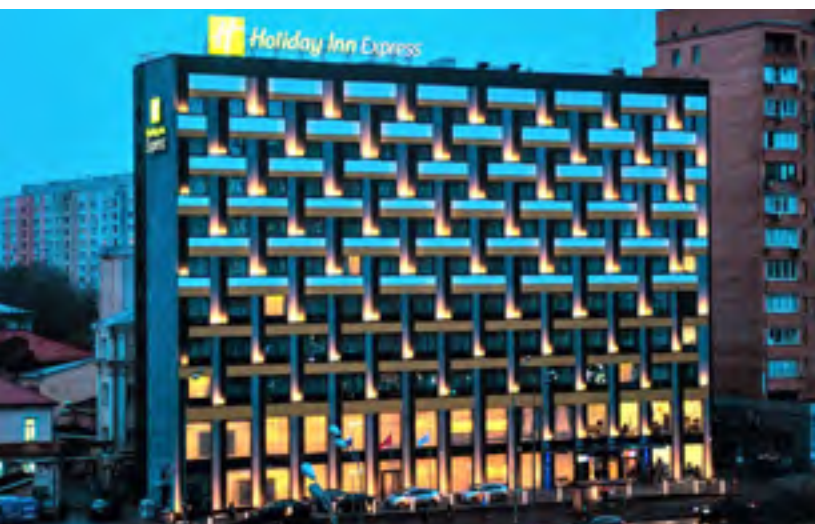
- В пешей доступности главные достопримечательности города — Нижегородский Кремль, Большая Покровская, набережная Федоровского
- Просторные изящные номера разных категорий для туристов и бизнес-путешественников
- Конференц-залы для проведения деловых мероприятий любого формата вместимостью от 5 до 200 человек
- Ресторан Center 46 с сезонными блюдами и фирменными коктейлями
- Современный фитнес-центр



COURTYARD
BY MARRIOTT

Нижний Новгород, ул. Ильинская 46
Тел.: +7 831 200 99-00


www.marriott.com/ru/hotels/travel/gojcy-courtyard-nizhny-novgord-city-center/



HOLIDAY INN EXPRESS BAUMANSKAYA



3*

ДАТА ОТКРЫТИЯ:
март 2019 г.

 **РАСПОЛОЖЕНИЕ:**
Москва, Переведеновский пер., 2А

 **НОМЕРНОЙ ФОНД:**
128 номеров

 **СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ:**
от 4958 руб. за стандартный двухместный номер в сутки

-  **К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ**
-  Бар, номера для некурящих и бесплатный Wi-Fi. Предоставляются услуги консьержа. Круглосуточная стойка регистрации. В номере — кондиционер, телевизор с плоским экраном и спутниковыми каналами, письменный стол, холодильник, чайник, душ, фен, собственная ванная комната. В отеле сервируется завтрак «шведский стол».

КОНФЕРЕНЦ-ВОЗМОЖНОСТИ

Бизнес-центр и конференц-зона — трансформер вместимостью до 40 человек для проведения деловых встреч и переговоров.


СПРАВКА «ВТ»

Holiday Inn Express Moscow — Baumanskaya расположился в деловом районе на Третьем транспортном кольце. Концепция отелей Holiday Inn Express: «Все, что вам нужно, и ничего лишнего». Именно такой формат максимально отвечает потребностям деловых путешественников, поскольку обеспечивает наилучшее соотношение цена–качество.


CHEKHOFF HOTEL MOSCOW, CURIO COLLECTION BY HILTON



5*

ДАТА ОТКРЫТИЯ:
июль 2019 г.

 **РАСПОЛОЖЕНИЕ:**
Москва, ул. Малая Дмитровка, 11

 **НОМЕРНОЙ ФОНД:**
95 номеров

 **СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ:**
от 14900 руб. за стандартный двухместный номер в сутки

-  **К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ**
-  В каждом номере — встроенные док-станции для зарядки гаджетов, Smart TV и высокоскоростной Wi-Fi, премиальная английская косметика Molton Brown, усиленная звукоизоляция. На первом этаже находится авторский ресторан Chekhoff Cafe & Bar, где подают блюда классической русской кухни.

КОНФЕРЕНЦ-ВОЗМОЖНОСТИ

Трансформируемый конференц-зал и бизнес-центр.

СПРАВКА «ВТ»

Первый отель сети Curio Collection by Hilton открылся в центре Москвы в историческом здании, построенном в 1891 году по заказу купца А.А. Шешкова. Здесь когда-то жил и создавал свои произведения великий русский писатель Антон Павлович Чехов. Ранее отель был известен как «Золотое Яблоко», с лета 2019 года работает по франшизе компании «Хилтон».





MERCURE MINSK СТАРЫЙ ГОРОД

4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ:


май 2019 г.

 **РАСПОЛОЖЕНИЕ:**
Беларусь, Минск, Зыбицкая ул., 4

 **НОМЕРНОЙ ФОНД:**
124 номера различных категорий

 **СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ:**
от \$94 за стандартный двухместный номер

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

 Номера оснащены письменным столом, телевизором с плоским экраном, кондиционером и шкафом. В собственной ванной комнате установлен душ. Каждое утро для гостей сервируется континентальный завтрак или завтрак «шведский стол». В инфраструктуру отеля входят велнес-зона, ресторан Busel House с летней террасой на 500 человек и круглосуточный лобби-бар. Для гостей предусмотрена парковка.

КОНФЕРЕНЦ-ВОЗМОЖНОСТИ

Два современных оборудованных зала общей вместимостью 130 человек. Предлагаются варианты конференц-пакетов и кейтеринга.

СПРАВКА «ВТ»


«Mercure Minsk Старый Город» стал первым в Беларуси отелем группы Accor. Он расположен в центре туристической и деловой жизни столицы Беларуси и отлично подходит как для проживания бизнес-туристов, так и для проведения мероприятий.


KRASNODAR MARRIOTT HOTEL


5*

ДАТА ОТКРЫТИЯ:


сентябрь 2019 г.

 **НОМЕРНОЙ ФОНД:**
266 номеров и апартаментов

 **РАСПОЛОЖЕНИЕ:**
Краснодар, Красная ул., д. 120

 **СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ:**
от 7200 руб. за стандартный двухместный номер

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

 Все номера оформлены в современном европейском стиле. Проживающие на представительских этажах могут пользоваться клубной гостиной M Club Lounge, где подают бесплатный горячий завтрак, напитки и закуски в течение дня. Гостиная открыта круглосуточно, оборудована принтерами и розетками, есть бесплатный доступ к Wi-Fi. В комплексе отеля — ресторан Potrapo и стейк-хаус The Local. В спа-центре Aqua Urban площадью более 600 кв. м доступны услуги массажа, оздоровительная терапия и современные косметологические процедуры. Работает большой крытый бассейн.

КОНФЕРЕНЦ-ВОЗМОЖНОСТИ

Для бизнес-туристов предусмотрены восемь конференц-залов общей площадью 615 кв. м и многофункциональный бизнес-центр.

СПРАВКА «ВТ»

Новый отель находится рядом с главными местными достопримечательностями, в деловом районе и в 35 минутах езды на автомобиле от международного аэропорта Краснодара. Проектом 21-этажного здания и дизайном интерьера занималось архитектурное бюро Джона Сиферта. Особенность отеля — 70-метровый атриум с застекленными пассажирскими лифтами.

Искусственный интеллект — будущее туризма?



Каким потенциалом обладают технологии искусственного интеллекта (ИИ), что они могут предложить туристической индустрии, превосходят ли они возможности традиционных поисковых систем и менеджеров, какие у них перспективы в России? Разбираемся вместе с председателем совета директоров и основателем «Аэроклуба» **Денисом МАТЮХИНЫМ.**

себе позволить автоматизировать процесс работы или не хотят и все запросы обрабатывают вручную. Для второго пласта характерен достаточно высокий уровень автоматизации, сюда относятся и те, кто занимается самостоятельным развитием технологий продуктов, оптимизирует внешние и внутренние бизнес-процессы. Стоит выделить компании, использующие системы типа «Портбилет» «Випсервиса», чтобы хоть как-то оторваться от офлайна и стать более прогрессивными.

Понятно, что ИИ может быть только у представителей второй группы. Представим, что компания полностью автоматизировалась, отошла от работы в офлайне, и у нее появилась возможность собирать данные о клиенте. Встает вопрос — зачем? Большинство компаний делает это для того, чтобы выставить счет и получить минимальную статистику для клиента. Теперь внимание: при выписке билета агентство получает большой объем данных — 200–300 полей, из них в работу пойдет не больше 50 полей плюс несколько для сбора статистики, все остальное, можно сказать, просто выбрасывается. То есть из 100% данных сохраняется не больше 20%.

Зачем нужны остальные 80% данных?

К примеру, клиент хочет перелет Москва — Санкт-Петербург, летают туда часто. Компания отправляет запрос системе, и та выдает 300 вариантов. Из них клиент выберет один, и именно его система сохранит, а остальные 299 вариантов сотрет. То есть в будущем никто не сможет сказать, из каких именно 300 вариантов перелета клиент выбрал подходящий и почему. Получается, что, получив новый запрос от этого клиента, никто не сможет сделать анализ принципа выбора клиента, то есть не будет машинного обучения, и, как следствие, вы в будущем не сможете обратиться к «предыдущему опыту работы с этим человеком» и сразу предоставить ему подходящий вариант.

Мы отошли от такой модели работы в 2014 году. Именно тогда мы поняли, что важно сохранять данные по всем полям, включая время вылета, номер рейса, аэропорт вылета, выбранное пассажиром кресло и многое другое.

За последние несколько лет на рынке сложилась благоприятная ситуация для использования высоких технологий: высокие мощности процессоров позволяют быстро обрабатывать большие объемы данных, научные исследования в области машинного обучения достигли больших успехов и применяются во многих областях. Неудивительно, что все больше компаний начинают применять в своей работе технологии искусственного интеллекта. Стартапы гремят по всему миру и привлекают огромные инвестиции в свои проекты, а титаны бизнеса вкладывают миллионы рублей в разработки на базе алгоритмов ИИ.

Денис, как обстоит ситуация с ИИ на российском рынке?

Начать лучше не с ИИ, а с данных, потому что без данных ни о каком ИИ речи идти не может.

В России туристическая индустрия делится на два больших пласта — это офлайн-компании и автоматизированные компании. Соотношение на данный момент, по моей оценке, 70% на 30%. Первые не могут

Значит, основные проблемы автоматизации и ИИ на рынке сосредоточены вокруг сбора данных и машинного обучения?

Нет. Если представить, что компания обладает всеми необходимыми данными о предпочтениях клиента, возникает другая проблема — проблема хранения big data.

Когда компания сохраняет порядка 10–20% данных запроса, они спокойно могут уместиться на двух-трех серверах, стоимость обслуживания которых составляет около 10 тысяч долларов США в год за каждый. Если же хранить все данные, отправленные клиенту по запросу, то через очень короткое время стоимость их содержания и хранения будет исчисляться десятками тысяч долларов США в месяц. Не все могут позволить себе подобные расходы, потому что с клиента сервисный сбор за хранение данных взыскать не получится.

Теперь представим себе, что есть агентства, которые сохраняют запросы и ответы клиентов, у них огромный data-центр... И вновь сталкиваемся с проблемой — они хранят так называемые «грязные данные», которые нужно систематизировать перед использованием.

И как же это сделать?

Нужен «инструмент» типа business intelligence (business intelligence — компьютерные методы и инструменты, позволяющие интерпретировать большое количество данных, заостряя внимание лишь на ключевых факторах. — Ред.), который позволит обратиться только к нужной «ячейке информации». Это означает, что компаниям, желающим автоматизироваться, нужно не просто собирать данные, им нужно создать правильную базу данных с правильно структурированной информацией.

А как правильно наращивать базы данных, чтобы информация была структурирована?

Необходимость начинать процесс «искусственно» нет. Обладая всеми необходимыми данными, со временем компания сама по себе начнет оптимизацию.

Представим, что 20% запросов компании приходится на рейс Москва — Санкт-Петербург на дату N. Бессмысленно постоянно узнавать о наличии мест и всего остального, если через каждые 20 минут приходит идентичный запрос. В игру включается оптимизация процесса на уровне кэша, который, кстати, тоже нужно оптимизировать и понимать, насколько быстро он «протухает» — это зависит от потока клиентов.

Теперь, после оптимизации, появляется возможность «прогнозировать» клиента. А что, если в ответ на запрос предложить клиенту вариант, выбранный другим пассажиром, с идентичными параметрами?

Здесь важно обратить внимание на то, что, если клиент уже путешествовал с компанией, то предугадать его предпочтения легче, есть на что опереться. А если клиент новый? Вступает в игру массив собранных ранее данных.

То есть именно тут включается машинное обучение?

Именно, мы очень близко подошли к этому вопросу и ИИ. Посмотрим на ситуацию с запросом по принципу Парето (закон/принцип Парето — эмпирическое правило, которое в наиболее общем виде формулируется как «20% усилий дают 80% результата, а остальные 80% усилий — лишь 20% результата». — Ред.), то есть сколько пассажиров в соотношении 80% на 20% выбирали рейс Москва — Санкт-Петербург, к примеру, в среду из аэропорта Домодедово в 7.30 утра.

Исходя из собранных данных, вы приходите к выводу, что 80% отправивших подобный запрос выбирали «Уральские авиалинии» с вылетом в среду в 7.30 утра. Вы отправляете вариант клиенту, и он нажимает «ЗАБРОНИРОВАТЬ», подтверждая, что рейс ему подходит. Все, машинное обучение состоялось, теперь получая новый похожий запрос от этого клиента, система будет его идентифицировать и знать, что ему предложить.

Если клиент не выбрал этот вариант, система вновь пытается угадать его предпочтение и предлагает рейс «Аэрофлота» из Шереметьево. Согласен? Машинное обучение вновь состоялось, только теперь мы понимаем, что клиент попал в 20%, а не в 80%. А если оба варианта клиент проигнорировал и стал вручную выбирать параметры рейса? Обучение системы все равно происходит, только теперь напротив его запроса можно сделать пометку «мы ничего не угадали, наш процент выигрыша равен 0», но при этом запись нужных ему параметров в системе сохраняется. То есть, получив в следующий раз заявку от этого клиента, нужно будет взять этот ответ, сравнить с новым запросом и на основе этого всего сделать некоторые допущения, которые могут помочь попасть в диапазон предпочтений этого конкретного клиента.

Для чего нужна такая мощная оптимизация работы с запросами?

Для того чтобы экономить время клиентов. По сути, мы поглощаем информацию в режиме реального времени, на уровне нескольких секунд.

В авиабилетах, да и вообще в тревел-сервисах, можно сделать так, чтобы давать не тысячи вариантов, а один нужный. «Угадывая» таким образом, что нужно клиенту, мы повышаем его лояльность и доверие к компании. Как только он поймет, что за 5–10 секунд получит готовый ответ на свой запрос, ему даже не нужно будет ничего выбирать — это уже будет сервис на очень-очень высоком уровне. Через какое-то время использование ИИ перестанет восприниматься как чудо и диковинка, клиенты будут ждать от компаний такого высокого уровня обслуживания и будет странно, если они этого не получат.

Получается, что ИИ решит все проблемы, с которыми сталкиваются сегодня менеджеры?

Чтобы эта система работала по принципу, о котором я рассказал, мало иметь ИИ, нужны правильные базы данных, big-data, data scientist'ы (data scientist — это эксперт по аналитическим данным, который обладает техническими навыками для решения сложных задач, а также любопытством, которое помогает эти задачи ставить. — Ред.), нужны люди, которые проверяют гипотезы, и проч. Нужна структура, которая требует не только затрат на фонд оплаты труда, но также инфраструктурных затрат, очень больших.

В России немного компаний, которые могут позволить себе содержать даже самый усеченный вариант отдела, занимающегося ИИ и автоматизацией, там должно работать хотя бы пять специалистов. Траты на инфраструктуру вместе с отделом будут исчисляться десятками миллионов рублей. При этом приносить равноценных доходов это не будет. Отбить деньги можно только имея большие обороты бизнеса. Но доходность туристического бизнеса в России не так высока, и процесс автоматизации и внедрения ИИ затянется на долгие годы. **BT**

Беседовала Мария Акунова

Минск деловой и не только

Беларусь — новая точка на карте делового гостеприимства, завоевывающая сердца бизнес-туристов.



Туристическая отрасль Республики Беларусь развивается в рамках госпрограммы «Беларусь гостеприимная», запланированной на 2016–2020 годы. Основная цель — сформировать и развить современный конкурентоспособный туристический комплекс, с помощью туризма сделать вклад в развитие экономики республики. Ежегодно в стране увеличивается число объектов туристической инфраструктуры, предлагающих площадки для конференц-туризма и широкий спектр конгресс-услуг. Беларусь граничит с пятью государствами: Польшей, Литвой, Латвией, Россией и Украиной. Благодаря этому здесь активно развиваются торговля и иные сферы бизнеса. Несомненный плюс — легкая транспортная доступность, добраться в Минск из Москвы можно за час двадцать на самолете. А высокая частота полетов позволяет подобрать наиболее выгодный вариант для путешественника.

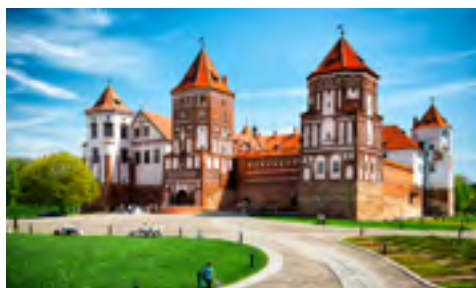
ПОРАБОТАЛИ? МОЖНО ОТДОХНУТЬ!

Рассказывать о том, как скрасить вечер после трудового дня в Беларуси, можно бесконечно. Здесь перечислены лишь некоторые варианты.

ЭККУРСИИ



▶ Дворцово-замковый комплекс Несвиж, замок также можно арендовать под семинар или конференцию, устроить квест.



▶ Замково-парковый комплекс «Мир» — прекрасное место для тимбилдинга и квестов.



▶ Музейный комплекс старинных ремесел «Дудутки».

АКТИВНОСТИ

- ▶ Кулинарные мастер-классы с приготовлением национальных и старобелорусских блюд, выпечкой традиционного хлеба.
- ▶ Бар-хоппинг — знакомство с лучшими барами города, квесты.
- ▶ Велопрогулки.
- ▶ Байдарочные походы.
- ▶ Прогулки по национальным заповедникам (Беловежская пуща, Национальный парк Нарочанский, Браславские озера и проч.).
- ▶ Посещение агротуристического комплекса «Наносы-Новоселье».



▶ Историко-культурный комплекс «Линия Сталина» — здесь можно не просто устроить квест, но и сыграть в «Зарницу», покататься на военной технике.



▶ Завод «БелАЗ», ознакомление с процессом производства, квесты и возможность прокатиться на самом большом самосвале в мире БелАЗ-75710.

САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ОТЕЛИ МИНСКА ДЛЯ МІСЕ-МЕРОПРИЯТИЙ

Beijing Hotel Minsk 5*

Отель находится в живописной парковой зоне на берегу реки Свислочь недалеко от центра города. Особенность гостиничного комплекса — гармоничное сочетание китайских традиций и европейского комфорта с высоким уровнем обслуживания. Конференц-возможности: общая площадь залов — 1 043 кв. м, бальный зал-трансформер площадью 499 кв. м, 3 конференц-зала площадью от 53 до 220 кв.м.

Renaissance Minsk Hotel 5*

Отель расположен в деловой части города и подходит для организации самых разнообразных мероприятий. Бальный зал — самый большой в Минске. Конференц-возможности: общая площадь залов — около 950 кв. м, бальный зал-трансформер площадью 569 кв. м, 6 конференц-залов площадью от 58 до 74 кв. м.

Minsk Marriott Hotel 5*

Отель с функциональным event-пространством и восемью конференц-залами расположен на берегу реки Свислочь, недалеко от центра города. Конференц-возможности: общая площадь залов — около 950 кв. м, бальный зал-трансформер площадью 516 кв. м, 3 зала-трансформера площадью от 63 до 139 кв. м, 5 залов площадью от 27 до 60 кв. м.

Victoria Olimp 4*

Из окон отеля открываются виды на парк или проспект Победителей, главную транспортную артерию города. К услугам гостей конгресс-холл, конференц-залы, VIP-комнаты для переговоров. Конференц-возможности: общая площадь залов — около 895 кв. м, конгресс-холл площадью 310 кв. м, 5 конференц-залов площадью от 55 до 330 кв. м.

Минск — столица республики, динамично развивающийся город-миллионник, крупный транспортный центр. Тут находится множество научных центров, высокотехнологичных производств, масштабных предприятий и выставочных комплексов. Все это вкпе привлекает в город большие инвестиции, особенно со стороны КНР, и деловую аудиторию.

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, за последние пятнадцать лет был отмечен рост въездного делового туризма в страну, что свидетельствует о повышении интереса деловых туристов к Беларуси как к бизнес-партнеру. За прошлый год страну посетило 4,8 млн иностранных туристов, 100 тысяч из которых прибыли по безвизовому режиму. Напомним, что в 2017 году в стране зарегистрировали 4,2 млн иностранных граждан. Наибольший приток деловых-путешественников обеспечивают страны СНГ (особенно Россия и Украина), европейские страны (Польша, Литва, Германия, Великобритания, Италия,

Франция), страны Ближнего Востока (Турция, ОАЭ, Сирия), Индия, Китай.

Среди основных направлений развития делового туризма в республике можно выделить конгрессный туризм, международные выставки и ярмарки, проведение международных смотров научно-технических достижений на базе крупных научных центров и промышленных предприятий, инсентив, научный и образовательный туризм, деловые и коммерческие события.

Ежегодно в стране проходит множество различных экономических, политических, культурных форумов. Беларусь регулярно принимает на своей территории правительственные делегации, политических и государственных деятелей со всего мира, представителей дипкорпуса, крупных зарубежных компаний, мировых звезд шоу-бизнеса, спорта.

Согласно официальной статистике за 2018 год, в Беларуси работает 587 гостиниц с общим номерным фондом более 20 тысяч номеров. Отели столицы делятся на государственные и частные. К первым относятся реновированные пятиз-

вездочные отели «Президент» и «Европа», расположенные в центре города, ко вторым — брендовые сетевые отели Crown Plaza, Marriott и Beijing Hotel Minsk, получивший титул «Лучшего отеля» Беларуси в номинации World Travel Awards–2018, Renaissance Minsk Hotel и четверки Victoria Olimp, DoubleTree By Hilton.

Большая часть отелей расположена в культурно-историческом центре города или вблизи от него, по соседству с основными достопримечательностями. Каждый отель располагает номерами бизнес-класса и повышенной комфортности, а также обладает сертификатами международных ассоциаций.

Стоит отметить и удобное расположение международного аэропорта Минска — дорога до центра города займет не больше сорока минут, железнодорожный вокзал Минск-пассажирский находится в пяти минутах езды от главной площади. Городской метрополитен, единственный на территории страны, состоит из двух линий, на которых действует 29 станций. **BT**

SUNNY TRAVEL
Luxury & MICE

БЕЛАРУСЬ

БЛИЖЕ, ЧЕМ ВЫ ДУМАЕТЕ
И БОЛЬШЕ, ЧЕМ ВЫ ОЖИДАЕТЕ





Не хватает системности

Наряду с наиболее развитыми в России по части MICE&business travel Москвой и Петербургом Краснодарский край лидирует в стране как по количеству годных для приема деловых гостей площадок, так и по интересу к региону со стороны организаторов мероприятий и заказчиков. Однако по целому ряду причин весомость этого направления если и растет, то не такими темпами, как хотелось бы.

Владимир Сергачев

>17 млн

туристов побывало в Краснодарском крае в 2018 году. В этом году ожидается рост турпотока на уровне 10%.

12%

из посетивших край туристов прибыли с деловыми и профессиональными целями. Только в Сочи ежегодно проходит 300 деловых, культурных и спортивных событий, не считая корпоративных.

Жаловаться на недостаток инвестиций или влияние санкций, как это происходит с соседним Крымом, здесь не приходится. По результатам Российского инвестиционного форума, состоявшегося в феврале 2019-го в Сочи, Краснодарский край заключил 228 соглашений на сумму более 298 млрд рублей (примерно 30% от суммы всех сделок). «Это на 56 млрд больше, чем в прошлом году», — пояснил глава Кубани Вениамин Кондратьев.

При этом наибольший интерес инвесторов вызвали проекты края в сфере ТЭК, ЖКХ, АПК и строительства, а также в туристической отрасли: на форуме было подписано и соглашение по туристическому проекту «Золотое кольцо Боспорского царства», участие в котором принимают сразу четыре региона Азово-Черноморского побережья РФ. «Инвесторы понимают, что

инвестиции в предложенные краем проекты окупятся в кратчайшие сроки», — подчеркнул губернатор края. Соответственно прибавляет и деловой туризм. «Объем заказов рынка MICE в Сочи серьезно вырос начиная с 2014 года: сейчас есть определенная стабильность в портфеле проводимых мероприятий, многие из которых стали ежегодными», — замечает Элла Тарасова, генеральный директор компании «Ривьера-Сочи».

ИНФРАСТРУКТУРА ПРОДОЛЖАЕТ РАСТИ

Очевидно, что деловой туризм идет туда, где есть инфраструктура и куда приходят инвестиции. В Краснодарском крае и с первым и со вторым все в порядке: инвесторы регион любят, а его возможностям по части приема деловых событий многие завидуют.

Что позволяет развивать здесь MICE&business travel? В регионе четыре аэропорта (два из них имеют ста-

тус международных), развитое железнодорожное (41 станция) и автомобильное сообщение, широкие возможности передвижения по Азовскому и Черному морям. В крае действует около 6,3 тысячи классифицированных объектов размещения (на 373 тысячи мест), из которых не менее 1,5 тысяч имеют те или иные ресурсы для проведения деловых мероприятий, а более тысячи оказывают услуги. Регион может предложить около семидесяти выставочных площадок, крупнейшая из которых — выставочный центр «КубаньЭкспоцентр» (Краснодар), располагающий несколькими большими павильонами и развитой инфраструктурой (общая площадь — свыше 38 тысяч кв. м).

По экспертным оценкам, круглогодично и на современном уровне в крае способны работать с MICE-туристами не менее 200 больших гостиниц и санаториев. У них есть и качественный номерной фонд, и полный набор дополнительных сервисов (конференц-залы, переговорные комнаты, рестораны, бизнес-центры, оборудование для синхронного перевода и т. д.). При этом к уровню отелей 3–5*, наиболее востребованных деловыми туристами, в регионе отнесены более 600 классифицированных объектов.

Площадок для проведения деловых мероприятий разного «калибра» в крае хватает: и в Сочи (в прибрежном секторе и в Красной Поляне), и в других городах. К примеру, в отеле «Надежда SPA&Морской

рай» (Геленджик) имеется конгресс-холл «Югорский» вместимостью в тысячу человек, где нередко проводят концерты звезды российской эстрады, а дополняют его девять конференц-залов разной вместимости. В двух шагах от олимпийских объектов построен комплекс Radisson Blu Resort & Congress Hotel (5*), он включает в себя около 500 номеров четырех категорий, набор ресторанов, комнат для переговоров и большую зону спа, а также самый крупный в регионе конгресс-зал «Премьер», способный вместить до 1,3 тысячи человек.

В Красной Поляне — своя деловая и конгрессная структура. В данный момент на курорте расположено 9 отелей общим номерным фондом 1436 номеров, 1398 апартаментов. Отели Sochi Marriott Krasnaya Polyana, Hotel Rixos Krasnaya Polyana Sochi и Radisson Hotel Rosa Khutor. Golden Tulip Rosa Khutor и Azimut Hotel Freestyle... «Комфортные, с высококлассным уровнем обслуживания, популярные во всем мире, с роскошными SPA-комплексами и современными конференц-пространствами, — констатирует Ольга Филипенкова, директор по стратегическому развитию Курорта Красная Поляна. — На Курорте Красная Поляна — самое большое количество брендовых отелей, ориентированных как на российский, так и на международный рынок». Каждый из них располагает инфраструктурой, способной удовлетворить самые разные потребности деловых гостей.



Бэлла Тарасова,

генеральный директор компании «Ривьера-Сочи»

После Олимпиады-2014 Сочи остается модным и востребованным направлением на рынке MICE: здесь сосредоточена почти половина номерного фонда всей России. Для нас, как принимающей компании, важно получать в работу полный пакет услуг для участников, включая размещение, — только в этом случае можно предложить организатору оптимальные цены на все услуги и иметь возможность для развития собственного бизнеса и инвестиций.



Ольга Филипенкова,

директор по стратегическому развитию Курорта Красная Поляна

Успешному развитию делового туризма способствует все большее количество масштабных площадок, позволяющих в рамках одной инфраструктуры, со стабильно высокими стандартами сервиса, охватить все потребности MICE-организаторов. Недавно мы, к примеру, объявили о запуске WOW Арены — это новая многофункциональная площадка, потребность в которой назрела давно: открытие арены, на которой можно проводить и шоу-программы, позволяет сделать шаг в сторону улучшения рынка не только делового, но и событийного туризма.



ОБЪЕКТЫ МИСЕ-ИНТЕРЕСА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

- ▶ Олимпийский парк в Сочи
- ▶ Казачья станица «Атамань»
- ▶ Абрау-Дюрсо
- ▶ Грязевые вулканы Таманского полуострова
- ▶ Сафари-парк в Геленджике
- ▶ Скайпарк в Сочи
- ▶ Долина индийских лотосов
- ▶ Парк-дендрарий в Сочи
- ▶ Дольмены Западного Кавказа
- ▶ Сочинский национальный парк

В Park Inn by Radisson Rosa Khutor, к примеру, находится конференц-зал площадью 150 кв. м вместимостью до 100 гостей и зал, рассчитанный на 30 человек. В Radisson Hotel Rosa Khutor хороший номерной фонд, есть спа- и фитнес-центры, более десятка переговорных комнат и залов для встреч, самый большой из которых способен вместить (в режиме «театр») почти 400 человек. Да и один из первых открывшихся в Красной Поляне отелей «Гранд-отель Поляна» по-прежнему популярен у заказчиков, поскольку кроме основной инфраструктуры в нем девять конференц-залов, самый большой из которых способен вместить до 520 человек.

«Мы отмечаем рост интереса к мероприятиям в горном кластере Сочи, площадки которого с апреля по ноябрь предлагают очень выгодные условия для организаторов в сочетании с шикарной инфраструктурой и номерным фондом», — говорит Бэлла Тарасова. По ее словам, в Сочи появился новый панорамный ресторан в «Скайпарке», в июле открылась

новая панорамная площадка с круговым обзором на высоте 2200 м на горном курорте «Горки Город» и запущены новые конференц-залы и «Деловой квартал» в городе-отеле «Бархатные сезоны».

«Современная инфраструктура в городе и уникальная природа дают возможность реализовать любую идею, от корпоративного тимбилдинга до мегамероприятия мирового масштаба, — оценивает Сергей Шуклин, генеральный директор компании «Страна-Реинфо». — Сочи превратился в мощную платформу, которая готова принимать тысячи мероприятий круглый год». Увеличивается и количество других интересных бизнес-площадок. Так, в Novotel Resort Krasnaya Polyana Sochi появилась летняя терраса в 245 кв. м: она вмещает до 180 гостей и отлично подходит для проведения корпоративных мероприятий или частных закрытых вечеринок. Терраса расположена на 8 этаже отеля под открытым небом, что открывает перед гостями восхитительную панораму горных вершин Главного Кавказского хребта, а в вечернее время

5 ИДЕЙ ДЛЯ ИНСЕНТИВ-ТУРОВ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ



1 По морям и горам. Программа состоит из двух частей и предусматривает «контрастное» проведение деловых мероприятий — в прибрежной части Сочи и на Красной Поляне. В зависимости от погоды часть программы может быть проведена под открытым небом в горном секторе или в море.



2 Виногастрономический тур. Гости принимают участие в приготовлении и дегустации блюд. Программа может носить разные акценты и предполагать как поездки на отдельные предприятия, так и организацию мастер-классов по приготовлению популярных блюд (шашлыка, чурчелы и проч.) в подходящих условиях.



3 Эко-уикенд в горах. Возможна организация ряда интерактивных мероприятий на свежем воздухе. Может проводиться в разных форматах в зависимости от места и рельефа (горы, море, лес и пр.).



4 Мы — команда. Программа проводится на основе какого-либо веревочного парка, полосы препятствий и пр., а также может состоять из нескольких этапов, на которых предполагается поочередное преодоление природных и искусственных препятствий пешком, на велосипеде, квадроцикле и т. д.



5 Добавь адреналина. Программа с использованием возможностей парка аттракционов Gorky Fly, где можно прогуляться на подвесном мосту над пропастью, полетать над облаками на высотных качелях или прокатиться на самом длинном зиплайне России длиной 1027 метров.

ПАНОРАМНЫЕ ПЛОЩАДКИ ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ



ЛУЧШИЕ ВИДЫ НА КРАСНОЙ ПОЛЯНЕ!

ТЕРРАСА RIXOS

+960 м

Общая площадь террасы – 475 кв.м.
Площадь зоны с песком – 154 кв.м.
Вместимость до 100 чел.



СМОТРОВАЯ ПЛОЩАДКА КРАСНОЙ ПОЛЯНЫ 360°

+2200 м

Самые красивые виды в Красной Поляне с обзором 360°.
Общая площадь площадки – 630 кв.м.
Вместимость до 500 чел.



ЛУЖАЙКА ПЕРЕД «ГОРКИ ПАНОРАМА» +960 м

Самая популярная площадка для проведения свадебных регистраций, торжественных мероприятий и барбекю-вечеринок.
Вместимость до 150 чел.



ТЕРРАСА NOVOTEL

+960 м

Общая площадь террасы – 245 кв.м.
Вместимость до 180 чел.





Дмитрий Осипов,
генеральный директор компании
«Фордевинд»

Больше всего краю не хватает крупных сетевых отелей, способных размещать большие группы и гарантировать качество сервиса на всех этапах обслуживания. Хотелось бы, чтобы такие отели открывались не только в Сочи, но и повсеместно. А вот с тематической составляющей инсентив-программ, транспортом и логистикой проблем нет. В регионе полно возможностей для создания программ любой тематики и сложности.

именно здесь — одна из лучших смотровых площадок с видом на потрясающие закаты. Панорамная терраса Rixos Summer Terrace в 475 кв. м обладает собственным пляжем с белоснежным песком и шезлонгами и также представляет гостям роскошные виды в любое время. Но самая масштабная и наиболее впечатляющая обзорная площадка для MICE-мероприятий — Красная Поляна 360° — открылась на высоте более 2200 метров над уровнем моря. Перед гостями, поднявшимися на такую высоту, предстает роскошная круговая панорама с видом на Кавказские горы, поселки Красная Поляна и Эсто-Садок, долину реки Мзымты. Вместе с тем Дмитрий Осипов, генеральный директор компании «Фордевинд», признает: если в Сочи объектов размещения хватает, в других дестинациях побережья не достаёт сетевых отелей. «Корпоранты часто ориентированы именно на них, поскольку уверены в наличии нужной инфраструктуры и качестве сервиса, — говорит он. — Однако в целом ряде городов побережья таких гостиниц не хватает».

МАЛО-ПОМАЛУ

Вместе с тем за годы, прошедшие после Олимпиады-2014, доля MICE&business travel в регионе увели-

чилась не сильно: если несколько лет назад примерно 11% гостей приезжали в край с деловыми и профессиональными целями, сейчас, согласно статистике, она немногим превышает 12%.

Правда, количественно таких гостей все же существенно больше, чем раньше. Если оценить долю приезжающих в край по делу, на нее приходится до 2 млн человек. Цифра, конечно, вызывает вопросы (по экспертной оценке, в Петербурге MICE-туристов в год не более 1 млн человек), но тем не менее: в Сочи от 10% до 35% доходов туристические фирмы получают как раз за счет делового туризма. И планы края на этот счет амбициозные: экспорт туристических услуг в регионе к 2024 году должен составить \$17 млн. Казалось бы, сам бог велел краю быстро прибавлять. Однако есть и факторы, сдерживающие развитие MICE&business travel. Среди них выделяют нехватку современных специализированных площадок для крупных событий, слабое продвижение направления со стороны властей и отсутствие системного подхода к его развитию.

Способных принять деловые мероприятия площадок много. Однако, если речь заходит о событиях с численностью участников больше 1,5–2 тысяч человек,



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

БЛАНК-ЗАКАЗ НА ПОДПИСКУ

(укажите издание и количество комплектов)

Фирма _____

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

ФИО получателя _____

Должность _____

Индекс _____ Факт. адрес _____

Тел/факс _____

e-mail _____

ИНН _____

КПП _____

**Подписка на 2020 год
продолжается!**

ТУРБИЗНЕС
(8 выпусков)
3040,00 руб.

BUSINESS TRAVEL
(4 выпуска)
1520,00 руб.

возникают сложности. «КубаньЭкспоцентр» в Краснодаре — это выставочные площадки, а Зимний театр в Сочи и вовсе не предназначен для деловых целей. Что касается объектов Олимпиады, они все-таки в первую очередь спортивные: их вместимость велика, но принцип проведения деловых мероприятий под одной крышей все равно приходится нарушать.

Два других «тормоза» связаны. Да, в Концепции развития санаторно-курортного и туристского комплекса края до 2030 года есть указание на то, что регион постепенно будет превращен в «международный все-сезонный центр делового, событийного (в том числе спортивного) и образовательного туризма, регион — лидер MICE-туризма в России». И эта задача названа одной из стратегических целей. Однако там же указано, что бюджет на рекламу и продвижение курортов региона почти в 10 раз меньше, чем тратит на эти же цели в России Турция, а конкретных цифр роста показателей по линии делового туризма не названо. Кроме того, перечислена масса факторов, препятствующих развитию направления (нехватка квалифицированного персонала и пр.), тогда как конкретных путей расшивки «узких мест» не указано.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

В Краснодарском крае, как и в целом на российском рынке MICE&business travel, наблюдается тенденция некоторого увеличения продолжительности деловых поездок при сохранении числа их участников.

По экспертным оценкам, средняя численность корпоративных групп составляет 30–50 человек, типичные деловые мероприятия длятся два-три дня, а их бюджет составляет 1–3 млн рублей (за полный пакет). При этом с учетом тяги заказчиков к bleisure-поездкам, интенсиву и креативу и продолжительность таких туров, и их бюджет, и численность мероприятий могут быть заметно большими. «В нашем портфеле растет число конгрессов и конференций с числом участников от 150 человек», — констатирует Бэлла Тарасова.

«Мы наблюдаем рост спроса на такие нестандартные программы корпоративного отдыха, как квесты, интеллектуальные игры, винные казино, гастротуры, кулинарные мастер-классы и другие, — подчеркивает она. — Растет и число программ обслуживания для иностранных участников крупных форумов, которые хотят ближе познакомиться с принимающей дестинацией». При этом очень ценится способность партнера предложить нестандартное решение и наличие в его портфолио собственной «фишки» в виде эксклюзивных программ или технологических решений, комфортных для организатора и участников. В «Ривьера-Сочи», к примеру, новинкой этого года стали эксклюзивные эногастрономические туры «Винные дороги юга России и легенды Боспорского царства», в рамках которых гости могут побывать в самых живописных уголках юга России и попробовать одни из лучших российских вин в сочетании с местными деликатесами.

По мнению Ольги Филипенковой, Красная Поляна идеальна для летних и зимних инсентивов. Для активных программ особенно подойдет Поляна 2200, где расположен парк аттракционов Gorky Fly. «Здесь можно прогуляться на подвесном мосту над пропастью, полетать над облаками на высотных качелях или прокатиться на самом длинном зиплайне России длиной 1027 метров. — комментирует она. — А заключительный ужин в одном из наших ресторанов прекрасно дополнит программу мероприятия, а может стать и ее ключевой гастрономической точкой. Кроме того, мы можем организовать и кулинарный мастер-класс с участием шеф-повара одного из роскошных ресторанов курорта». **BT**



FORWIND.RU
FORWIND
FORWIND

Индустрия встреч России набирает очки

В №1-3 журнала за этот год была опубликована статья «Великолепная семерка» о зарождающейся в России индустрии встреч. В продолжение этой публикации мы задали руководителям представленных в ней конгресс-бюро три вопроса, в которых попросили рассказать о том, что произошло в отрасли за этот год.



- 1** Какую работу проделало ваше конгресс-бюро, ваши члены или партнеры в этом году, какие крупные бизнес-мероприятия (выставки, конгрессы, конференции) были проведены с вашей подачи?
- 2** Появились ли новые конгресс-площадки в вашем городе?
- 3** Произошли ли за это время какие-то изменения в юридической форме вашей организации, членстве, партнерстве, финансировании?

ДИРЕКТОР АССОЦИАЦИИ «НАЦИОНАЛЬНОЕ КОНГРЕСС-БЮРО» АЛЕКСЕЙ КАЛАЧЕВ:

1 Среди наиболее значимых деловых мероприятий, поддержанных в 2019 году НКБ, можно отметить Евразийский ивент-форум EFEA (16–19 января 2019, Санкт-Петербург), Российский инвестиционный форум (14–15 февраля 2019, Сочи). Здесь НКБ организовало специальную сессию — джем-сейшен «Доброе утро, страна!», где были озвучены результаты рейтинга событийного потенциала российских регионов 2018 года, а представители лидирующих регионов поделились своими лайфхаками по достижению высоких результатов. А также MICE Forum Сочи (4–6 апреля 2019, Сочи), Форум «Большой Урал» (25–26 апреля 2019, Екатеринбург), Всероссийский День MICE в регионах (28–29 июня 2019, Екатеринбург), Петербургский международный экономический форум (ПМЭФ–2019, 5–8 июня 2019, Санкт-Петербург). В рамках деловой программы ПМЭФ–2019 НКБ при поддержке ТПП РФ организовало специальную сессию «Место встречи изменить нельзя: на пути к устойчивому развитию через диалог власти и бизнеса». Что касается работы на международном рынке, при участии и поддержке НКБ в этом году выиграно три заявки на проведение в России международных деловых мероприятий: Strategic Alliance of the National Convention Bureaux of Europe (2019 год, Санкт-Петербург, 50 участников), конференция GSMA Mobile 360

(2019 год, Москва, 600 участников), 2-я конференция «Дни Аничкова» Международного общества по изучению атеросклероза / IAS Conference on Atherosclerosis (2020 год, Москва, 800 участников). В проработке находятся еще 13 мероприятий.

2 Событие этого года — открытие нового конгресс-холла Международного выставочного центра «Екатеринбург-ЭКСПО», вошедшего в число флагманов российского рынка деловых мероприятий. Самым первым мероприятием, которое приняла новая площадка, было очередное общее собрание членов НКБ, а первыми ее гостями в рамках этого собрания стали

ведущие представители российской ивент-индустрии, которые по достоинству оценили масштаб и потенциал нового конгрессно-выставочного центра.

3 Количество членов Ассоциации растет и составляет уже около 100 компаний из числа ведущих игроков событийной индустрии. В этом году к Ассоциации присоединились АО «ВДНХ», АНО «Агентство по привлечению инвестиций Свердловской области» и НАО «Корпорация развития Краснодарского края», что, безусловно, является важным шагом в развитии этих регионов как дестинаций для проведения международных мероприятий.



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ «КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЕ БЮРО» АНДРЕЙ МАЦАРИН:

1 В этом году Конгрессно-выставочное бюро провело отраслевой семинар для представителей ивент-индустрии Санкт-Петербурга «Новые цифровые технологии в организации и проведении событий» и две панельные дискуссии. Одна из них о «зеленых стандартах» в области делового и событийного туризма, вторая, прошедшая на полях ПМЭФ-2019, была посвящена формам государственной поддержки в сфере туризма. В июне 2019 года при активном содействии КВБ в Петербурге прошел 6-й Молодежный форум Мирового нефтяного совета — форум будущих лидеров. Событие привлекло 1100 участников из 62 стран мира.

КВБ Санкт-Петербурга принимало участие в привлечении в город ряда ротируемых мероприятий: это 23-я Генеральная ассамблея Всемирной туристской организации ООН (UNWTO, 9–13 сентября 2019 года, около 1500 делегатов из 159 стран); симпозиум Международной ассоциации кинокомиссий (AFCI Cinerposium, 13–16 сентября 2019 года) с участием крупнейших мировых киностудий; Европейский ветеринарный конгресс FECAVA (4–7 сентября 2019 года); конгресс Европейского общества косметической стоматологии (19–21 сентября 2019 года).

Кроме того, совместно с Комитетом по развитию туризма Санкт-Петербурга КВБ выступил организатором форума SAINT PETERSBURG TRAVEL HUB.

2 В марте этого года в Санкт-Петербурге открылся Российско-китайский культурный центр, полезная площадь которого составляет 6060 кв. м. Здесь разместились выставочные и конференц-залы, центр делового общения и творчества, ресторан аутентичной китайской кухни и четырехзвездочная гостиница на 96 номеров. Кроме того, завершилась реновация отеля Azimut — одного из крупнейших в городе конгресс-отелей. Теперь он располагает 14 конференц-залами разной вместимости, самый крупный из них может вместить более 1000 гостей.

3 Мы выстраиваем отношения с коллегами в формате взаимовыгодного партнерства. В настоящий момент в нашем активе около 100 подобных соглашений, 19 из них подписано в этом году. Партнерами нашего Конгрессно-выставочного бюро стали Северо-Западный государственный медицинский университет имени И.И. Мечникова, компании Rusmice DMC, DataForum (техническое обеспечение деловых мероприятий), сеть отелей SOKOS и другие предприятия.



РУКОВОДИТЕЛЬ КОНВЕНШН-БЮРО РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН ГУЗАЛЬ БУРНАЕВА:

1 В этом году наше конгресс-бюро выиграло право проведения 23-й Мировой конференции по кластерному развитию TCI Network (14–16 октября 2020 года). В марте провели международный форум для профессионалов образования EDU RUSSIA. В нем приняли участие 5000 российских и зарубежных специалистов. В ноябре этого года совместно с ведущими медиками Республики Татарстан и России проводим масштабный Конгресс по амбулаторному сопровождению пациентов с сердечно-сосудистыми заболеваниями. Ожидается 3000 участников.

2 Весной в Казани была открыта новая уникальная для республики площадка — пятизвездочный отель Kazan Palace by Tasigo. Это проект турецких инвесторов, реализованный в сотрудничестве с правительством Республики Татарстан на базе Шамовской лечебницы. Отель располагает трансформируемым конференц-залом на 550 человек и переговорными комнатами на 10–15 человек. Здесь можно проводить деловые мероприятия, банкеты и торжественные приемы. Площадка уже стала популярной у организаторов мероприятий.





ДИРЕКТОР АНО «КОНГРЕСС-БЮРО БАШКОРТОСТАНА «ОФИС-ГРУППА» НИКОЛАЙ ФАДЕЕВ:

При содействии Конгресс-бюро Башкортостана «Офис группа» в 2019 году проведены следующие мероприятия: выставка-презентация социально-экономического потенциала Башкортостана, посвященная 100-летию образования республики (Москва, март); Всероссийский конгресс «Вектор «Детство — 2019» (Уфа, май); 10-я Международная встреча высоких представителей 119 стран, курирующих вопросы безопасности (Уфа, июнь); Международный форум «Время экспортировать», посвященный повышению экспортного потенциала российских регионов (Уфа, июль, свыше 500 участ-

ников); Международный архитектурный фестиваль «Эко-берег» (Уфа, август).

В составе учредителей Конгресс-бюро Башкортостана произошли изменения. Теперь единственным нашим учредителем является Государственный комитет Республики Башкортостан по внешнеэкономическим связям. На сегодняшний день у нас около 100 партнеров. Со всеми из них мы сотрудничаем на основе общей заинтересованности в продвижении Башкортостана на национальный и зарубежный рынки и привлечении российских и международных ротируемых мероприятий на площадки нашей республики.



РУКОВОДИТЕЛЬ КОНГРЕСС-БЮРО ЕКАТЕРИНБУРГА ОКСАНА ТРОФИМОВА-НИДЕНТАЛЬ:

В апреле 2019 года Конгресс-бюро Екатеринбурга в рамках форума «Большой Урал-2019» организовало вместе с партнерами ток-шоу MICE Place, посвященное развитию MICE-индустрии в России и на Урале. Мероприятие прошло в Ельцин-центре. Участниками стали около сотни компаний и структур, работающих на рынке делового туризма. На форуме прозвучала мысль о необходимости создания в регионе «одного окна» в лице Уральского Конгресс-бюро для представления региона на российском и мировом рынках индустрии встреч, координации и распределения ресурсов.

Конгресс-бюро Екатеринбурга также содействовало организации всероссийского форума День MICE,

который прошел в июне в новом конгресс-холле МВЦ «Екатеринбург-Экспо». Форум собрал более 200 представителей профессионального сообщества индустрии MICE.

В Екатеринбурге открылся МВЦ «Екатеринбург-Экспо». Это уникальная площадка мирового уровня, которая уже приняла крупнейшие международные мероприятия.

В состав Конгресс-бюро Екатеринбурга вошли два новых члена: сервисная и прокатная компания ООО «Организатор» и Центр международной торговли Екатеринбурга — третья по величине конгрессно-выставочная площадка Екатеринбурга. С нового года к нам присоединится «Сиалион Екатеринбург-Арена».



ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АССОЦИАЦИИ ПО СОДЕЙСТВИЮ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМУ РАЗВИТИЮ РЕГИОНА «ЯРОСЛАВСКОЕ КОНВЕНШН БЮРО» ИРИНА СКОРОХОВА:

По предложению НКБ России и при активном содействии партнеров ЯКБ подготовило паспорт области, в котором систематизирована и обобщена значимая географическая, социальная, культурно-историческая и профессиональная туристическая информация о регионе для его продвижения в качестве места проведения деловых мероприятий.

В этом году впервые ЯКБ получило субсидию от Департамента туризма Ярославской области, что позволило начать работу по созданию нового, современного сайта ЯКБ.

Партнеры ЯКБ провели в августе один из самых заметных и признанных в России гастрономических фестивалей — четвертый городской пикник «Пир на Волге».

Совместно с руководством концертно-зрелищного центра «Миллениум» мы подготовили проект технического задания для поэтапного ввода в строй не-

используемых помещений КЗЦ. Новая площадка будет способствовать повышению конкурентоспособности города на рынке MICE.

В соответствии с требованиями Федерального закона от 05.05.2014 № 99-ФЗ, который исключает некоммерческое партнерство из перечня организационно-правовых форм некоммерческих организаций, изменилась организационно-правовая форма Ярославского Конвеншн Бюро. Его новое наименование — ассоциация по содействию социально-экономическому развитию региона «Ярославское Конвеншн Бюро». Переименование не является реорганизацией и не влияет на деятельность Ярославского Конвеншн Бюро. Ассоциация является полным правопреемником некоммерческого партнерства.

Владимир Савельев

Прогулки с Моцартом

Своим названием Зальцбург обязан соляным копам. Salz по-немецки означает соль. Но такую сладкую жизнь, как здесь, надо еще поискать. Приехав в город Моцарта по делам, в нем стоит задержаться еще хотя бы на день.

ОДИН БОЛЬШОЙ МОЦАРТКУГЕЛЬ

Зальцбург создан для неспешных прогулок. Его многолюдная Гетрайдегассе пестрит вывесками многочисленных кафе и магазинов, которые заставляют поднимать голову, выискивая самые интересные. В доме №9 по Гетрайдегассе родился великий Моцарт. Из интерьеров сохранился только танцевальный зал, но фасад, обращенный к Университетской площади, дошел до нас в первоначальном виде. На четвертом этаже, где жила семья маленького гения, теперь музей. Среди его экспонатов единственный прижизненный портрет Моцарта и ноты его отца с комментариями на русском языке, которые тот привез из Петербурга.

От Моцарта в Зальцбурге никуда не деться. Великий маэстро в белом парике смотрит на вас с тарелок, кружек, махровых полотенец, коробок с печеньями. Лукаво подмигивает с каждой бутылки ликера «Моцартино», и даже зонтики в сувенирных киосках расписаны музыкальными цитатами из его произведений.

На противоположном берегу реки Зальцах на площади Макартплац еще один дом Моцарта. В нем в 8-комнатной квартире он и его семья прожили с 1773 по 1787 год. Отсюда отец и сын Моцарты, придворные музыканты архиепископа Зальцбурга, ходили на работу в кафедральный собор Святых Руперта и Вергилия. Фигуры святых покровителей города стоят по обе стороны от входа в собор — один с бочкой соли в руках, другой с макетом храма, вокруг которого и вырос Зальцбург. Поскольку город всегда управлялся князьями-епископами, именно благодаря им Зальцбург превратился в «золотой город высокого барокко». Построенные отцами церкви Старая и Новая резиденции, чудесный дворец Мирабель с великолепными садами — пример того, что можно сделать, имея большие деньги и хороший вкус.



На улице Бродгассе прячется самая «сладкая» достопримечательность Зальцбурга — небольшая кондитерская «Фюрст», где в 1890 году кондитер Пауль Фюрст придумал рецепт конфет моцарткугельн. Эти знаменитые на весь мир «шарики Моцарта» рассыпью или в коробках продаются в Зальцбурге на каждом шагу. Но только фирма Paul Fürst по-прежнему производит их вручную в полном соответствии с оригинальным рецептом. Не так давно на площади перед собором появился золотой шар высотой 9 м со стоящим на самом верху человеком. Этот странный арт-объект — не что иное, как памятник Паулю Фюрсту, стоящему на конфете моцарткугель, увеличенной в 80 раз. Жители Зальцбурга относятся к нему примерно так же, как москвичи к Петру I Церетели, что, впрочем, ничуть не умаляет заслуг знаменитого кондитера.

Со своего высокого постаменты Фюрст смотрит на Хоэнзальцбург — крупнейшую из целиком сохранившихся средневековых крепостей Европы. Долгое время она служила резиденцией князьям-епископам, пока те не перебрались на более комфортную жилплощадь в нижнем городе. Подняться туда можно в вагончике старого фуникулера. А вот спуститься лучше пешком, любуясь лучшими панорамами Зальцбурга, похожего на один большой моцарткугель.

ПОД ЗВУКИ МУЗЫКИ

Говорят, что воздух в Зальцбурге наполнен музыкой. И похоже, это действительно так. Музыка звучит здесь на улицах, в парках, льется из распахнутых окон Большого Фестивального дворца. Ежегодно летом, с середины июля по конец августа, в нем проходит знаменитый Зальцбургский музыкальный фестиваль, на который съезжаются лучшие исполнители со всего света. В эти дни в Зальцбурге собирается весь европейский бомонд и город прев-

ращается в одно большое театральное фойе. Но и в остальное время музыкальному Зальцбургу есть что предложить своим гостям. Почти каждый день в великолепных исторических интерьерах зальцбургских дворцов и церквей идут прекрасные концерты. Кантаты Вивальди можно услышать в замке Хельбрунн. На сцене зальцбургского Ландестеатра звучат оперные голоса мирового класса. Утренние концерты проходят в Мраморном зале дворца Мирабель и здании Дворца-резиденции. И можно не сомневаться, что вечер в Зальцбурге не обойдется без «Маленькой ночной серенады» Моцарта на одной из его концертных площадок.

Истинно зальцбургское мероприятие — Mozart Dinner Concert. Оно позволяет вернуться в эпоху Моцарта и совместить концерт, в программе которого произведения великого композитора, и романтический ужин с меню из трех блюд, приготовленных по оригинальным рецептам того времени. Отужинать «с Моцартом» можно в барочном зале ресторана «Монастырский погребок Святого Петра», старейшего в Европе, куда нередко заезжал сам маэстро. Или в ресторане «Панорама» в крепости Хоэнзальцбург, где под божественное адажио ми-мажор отлично идет яблочный пирог.

В ресторане «Штернброй» концертный репертуар подобных ужинов дополняют самые известные песни из оскароносного фильма «Звуки музыки». Легендарный голливудский мюзикл снимался в Зальцбурге, и его поклонники каждый год приезжают сюда, чтобы пройтись по следам членов музыкальной семьи фон Трапп. С веселой песенкой «До-ре-

ми» они обошли весь город: от моста Моцарта через Зальцах до Winkler Terrace над Старым городом и сада Мирабель, где все дружно попрыгали на ступенях дворца и дали подзатыльник каменному карлику.

РЕЦЕПТ САЛОМЕИ

Самый известный зальцбургский десерт — зальцбургернокерльн (Salzburger Nockerln) — воздушное суфле, запеченное со сливками в виде трех горок. Посыпанные сахарной пудрой, они символизируют три заснеженные вершины, окружающие город: Мёнхберг, Гайсберг и Капуцинерберг. Эти «зальцбургские клёцки» настолько нежны, что боятся сквозняка. Их рецепт придумала в XVII веке Саломея Альт, любовница князя-епископа Вольфа Дитриха Райтенау. Для полноты ощущений их стоит попробовать в одном из легендарных заведений наподобие «Томаселли» на площади Альтер-Маркт, где в дни Зальцбургского музыкального фестиваля любят собираться знаменитости. Бывал тут и Моцарт вместе с женой Констанцией. Поговаривают, что именно здесь маэстро выпил отравленное миндальное молоко, послужившее причиной его смерти. **BT**



Наталья Якубова

ТОП-3 ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЕЙ В ОКРЕСТНОСТЯХ ЗАЛЬЦБУРГА



МУЗЕЙ «АНГАР-7»

Суперсовременное здание музея «Ангар-7» компании Red Bull рядом с аэропортом Зальцбурга уже само по себе достопримечательность. Под его стеклянной крышей собраны авиационная техника, раритетные автомобили, есть даже костюм и капсула астронавта Феликса Баумгартнера. И в дополнение ко всему, мишленовский ресторан «Икар».



ОЗЕРА ЗАЛЬЦКАММЕРГУТА

В регионе Зальцкаммергут всего около семидесяти озёр. Посещения на один-два дня заслуживают те из них, что расположены неподалёку от Зальцбурга — Хальштедтерзее, Вольфгангзее, Аттерзее, Мондзее. Хальштедтерзее входит в список двадцати красивейших озёр Австрии. Это место привлекательно и для туристов, ценящих красивые виды, чистый горный воздух и для тех, кто любит активный отдых на воде — греблю на каяках, САПах, дайвинг. Вольфгангзее находится на высоте 500 метров над уровнем моря в окружении величественных гор. Летом в озере можно купаться, ходить под парусом, заниматься рыбной ловлей. Круглый год — совершать пешие прогулки по живописным окрестностям. Вдоль побережья озера много уютных курортных городков — Санкт-Вольфганг со знаменитой готической церковью, Санкт-Гильген — со старинными соборами в стиле барокко.

ДВОРЕЦ ХЕЛЬБРУНН

Дворец с парком всего в двух километрах от Зальцбурга был построен в начале XVII века для князя-епископа Маркуса Ситтикуса. Его интерьеры и прекрасные сады дошли до наших дней почти без изменений. Многочисленные фонтаны и бассейны Хельбрунна питает вода из источников, берущих начало в альпийских горах. Любуясь водной феерией, главное не попасть под струи фонтанов-шутих, которые бьют из каменных скамеек в самый неподходящий момент. Так когда-то развлекал своих гостей сам Маркус Ситтикус. Но чудеса на этом не заканчиваются. Вода запускает гидравлические автоматы, которые приводят в движение 140 фигур механического театра. А чтобы зрителям не досаждали звуки перемещающихся фигур, их заглушает орган, приводимый в действие силой воды.



Санкт-Петербург
20 февраля 2020 г.

Москва
25 февраля 2020 г.

- ▶ Морские круизы
- ▶ Речные круизы по России
- ▶ Речные круизы по Европе
- ▶ Круизы на паромках
- ▶ Люксовые круизы
- ▶ Экзотические круизы
- ▶ Бронирование круизов

www.festival-cruise.ru

РЕКЛАМА

ОРГАНИЗАТОР:



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



ФЕДЕРАЛЬНОГО
АГЕНТСТВА
ПО ТУРИЗМУ

НА РЕГИОНАЛЬНЫХ ПЛОЩАДКАХ РОССИИ

МЕСТО ВСТРЕЧИ ЛИДЕРОВ ИНДУСТРИИ MICE

Калининград
ЖЕ
МОСКВА
Норильск
Санкт-Петербург
Воронеж
Ставрополь
Нижний Новгород

ВСЕРОССИЙСКИЙ
ДЕНЬ MICE
2020



ТОРГОВО-
ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА РФ



BE IN RUSSIA
БУДЬ В РОССИИ

MICEDAY.RU

MICE-AWARD.RU

fb @MICEDAY2019
