

**ПРЕДСТАВЬТЕ СЕБЕ: ПОПУЛЯРНЫЙ  
ДЕЛОВОЙ ЦЕНТР СТАНОВИТСЯ  
ЦЕНТРОМ МИРОВЫХ ИННОВАЦИЙ**

Круглый год в Дубае проходят инновационные торговые и деловые мероприятия. Помещения и оборудование мирового уровня, прогрессивная бизнес-культура в сочетании с прекрасными пляжами, отелями и ресторанами делают город идеальным как для бизнеса, так и для отдыха, круглый год. Откройте бесконечные возможности в Дубае на [dubaibusinesssevents.com](http://dubaibusinesssevents.com)



**DUBAI**

[www.bt-magazine.ru](http://www.bt-magazine.ru)

2016 I №9–10 I октябрь – ноябрь

# BUSINESS TRAVEL

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ

ВСТРЕЧИ ■ ИНСЕНТИВ ■ КОНФЕРЕНЦИИ ■ ВЫСТАВКИ

BUSINESS TRAVEL BUREAU СЕРВИС BUSINESS TRAVEL  
МЫ ДЕЛАЕМ МICE СЕРВИС И ЕЩЕ РАЗ СЕРВИС  
МЕРОПРИЯТИЯ ЛЕГЕНДОЙ ЭКОНОМИЯ БЮДЖЕТА НА ДЕЛОВЫХ ПОЕЗДКАХ

12+



**BUSINESS  
TRAVEL  
BUREAU**

ЭКОНОМИЯ БЮДЖЕТА НА ДЕЛОВЫХ ПОЕЗДКАХ BUSINESS TRAVEL  
МЫ ДЕЛАЕМ СЕРВИС BUSINESS СЕРВИС  
МЕРОПРИЯТИЯ ЛЕГЕНДОЙ TRAVEL И ЕЩЕ РАЗ  
BUSINESS TRAVEL BUREAU СЕРВИС  
СЕРВИС BUSINESS TRAVEL  
СЕРВИС И ЕЩЕ РАЗ СЕРВИС  
ЭКОНОМИЯ БЮДЖЕТА НА ДЕЛОВЫХ ПОЕЗДКАХ

**БТБ – лидер рынка  
делового туризма  
по уровню  
и качеству услуг**



# РОССИЯ. КОНГРЕСС-УСЛУГИ 2017



ДАТА ВЫХОДА: МАРТ 2017

ТИРАЖ: 10 000 ЭКЗ.

## В КАТАЛОГЕ БУДУТ ПРЕДСТАВЛЕНЫ:

- Выставочные комплексы
- Бизнес- и конференц-отели
- Конгрессно-выставочные и деловые центры
- Тематические площадки
- MICE-компании
- Business travel-агентства
- Поставщики оборудования для конференций



## РАСПРОСТРАНЕНИЕ КАТАЛОГА:

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



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

conference.ru

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ  
**BUSINESS TRAVEL**

**Турбизнес**  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

**BUSINESS TRAVEL**  
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ  
ВСТРЕЧИ ■ ИНСЕНТИВ ■ КОНФЕРЕНЦИИ ■ ВЫСТАВКИ  
ОКТАБРЬ — НОЯБРЬ 2016 #9—10 (90)

**Главный редактор:** Александра Загер  
a.zaiger@tourbus.ru  
**Бильд-редактор:** Юлия Калашникова  
**Корреспонденты:** Ирина КУДИНОВА  
Александр ПОПОВ  
Владимир СЕРГАЧЕВ  
Анна ЮРЬЕВА  
**Художник:** Владислав Суворегин

Отпечатано в России  
Тираж: 9000 экз.

**Редакция журнала «Business Travel/**  
**Международный деловой туризм»**

**Адрес редакции:** Суворовская пл., д. 2, стр. 3  
**Почтовый адрес:** 107031, Москва, а/я 32  
**Тел./Факс:** (495) 723-72-72  
**Интернет:** www.bt-magazine.ru

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору  
за соблюдением законодательства в сфере массовых  
коммуникаций и охране культурного наследия.  
Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-18985

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

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

**Турбизнес**  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ 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

**Директор по рекламе:** Ольга Гришина  
o.grishina@tourbus.ru  
**Менеджер по рекламе:** Анастасия Пшеничная  
reclama@tourbus.ru

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

**Отдел workshop:** Людмила Сивова  
l.sivova@tourbus.ru  
Елена Архипова  
Виктория Перова  
Илья Плюсунов  
Кристина Сивова  
workshop@tourbus.ru

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

**Турбизнес**  
TRAVEL TRADE RUSSIA

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

**destination**  
ТУРБИЗНЕС

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

**Пятьзвезд**

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

**Турбизнес**  
TRAVEL TRADE RUSSIA

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

©ООО ИД «Турбизнес»

## СОДЕРЖАНИЕ

### 2 НОВОСТИ

Новый глава столичного туризма  
IASP 2016: всемирная «олимпиада технопарков»  
Вопрос месяца  
Спрос на железнодорожные билеты вырос  
По Москве – по делам и со вкусом  
Что? Когда? Где?

### 4 ТЕМА НОМЕРА

Семь лет побед  
Russian Business Travel & MICE Award 2016

### 14 СОБЫТИЯ

Время быть эффективными  
IMG Show Russia 2016

### 18 ПРОФИЛЬ

Долой дедовский способ работы!  
Или как с помощью Online Booking Tool  
повысить эффективность

### 19 ВЕСТНИК АВТ-АСТЕ RUSSIA

### 20 НОВОСТИ КОМПАНИЙ

### 21 БИЗНЕС-ПАРТНЕР

Антон ГАЛАТЕНКО.  
Мы давно выбрали свой путь

### 26 РЕГИОН

Уфа. Новый конгрессный центр России  
Беларусь. Нужна эффектная подача

### 32 ОТЕЛЬ

Синан КОСЕОГЛУ. Мы за гибкий подход  
Концептуально

### 38 РЫНКИ

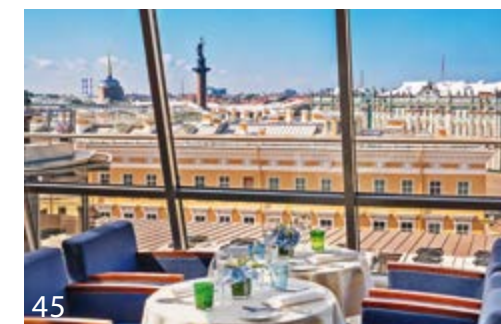
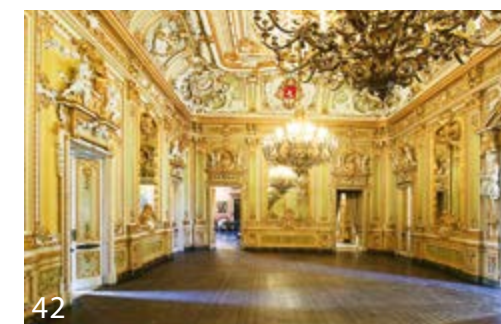
Креативно? Клас!

### 42 НАПРАВЛЕНИЕ

Путешествие в стиле люкс

### 45 ПАУЗА

До свиданья, друг мой, до свиданья...







## НОВЫЙ ГЛАВА СТОЛИЧНОГО ТУРИЗМА

Виталий Сучков возглавил Департамент национальной политики, межрегиональных связей и туризма города Москвы. Виталий Сучков до этого был заместителем Владимира Черникова. Владимир Черников сейчас перешел на должность главы Департамента региональной безопасности и противодействия коррупции Москвы. Как сообщает официальный портал мэрии Москвы, Виталий Сучков родился в 1960 г. в Брянской области. В 1981 г. г-н Сучков окончил Московское высшее общевойсковое командное училище имени Верховного Совета РСФСР по специальности офицер с высшим военно-специальным образованием, инженер по эксплуатации колесных и гусеничных машин; В 1993 г. – Гуманитарную академию Вооруженных Сил по специальности офицер с высшим военным образованием, социальный работник; в 1997 г. – Военный университет по специальности офицер с высшим военно-спе-

циальным образованием, юрист по специальности «юриспруденция». С 1977 по 1999 г. проходил службу в Вооруженных силах СССР и РФ. Воинское звание – полковник. С 1999 по 2012 г. работал в коммерческих структурах директором департамента по работе с персоналом. В 2012–2015 гг. возглавлял отдел государственной службы и кадров Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы. В апреле 2015 г. назначен первым заместителем руководителя Департамента национальной политики, межрегиональных связей и туризма города Москвы. Напомним, что Владимир Черников, который с декабря 2010 г. руководил департаментом СМИ и рекламы столицы, возглавил новое объединенное ведомство по курированию национальной политики, межрегиональных связей и туризма в марте минувшего года.

## IASP 2016: ВСЕМИРНАЯ «ОЛИМПИАДА ТЕХНОПАРКОВ» ЗАВЕРШИЛАСЬ В МОСКВЕ



Осенью в Москве прошло одно из наиболее значимых событий в мировом инновационном календаре – IASP 2016, конференция Всемирной ассоциации научных парков и зон инновационного развития. В Москве «олимпиада технопарков», имеющая 33-летнюю историю, состоялась впервые. Гостями инновационной Москвы стали 1,7 тыс. профессионалов из 70 стран мира. За 6 дней на 3 площадках выступили около 70 спикеров. Заявочную кампанию на проведение встречи выиграл Инновационный центр «Сколково», в числе организаторов конференции – правительство Москвы, научный парк МГУ, технопарк «Строгино», АО РВК и Фонд содействия инновациям. В роли оператора культурной программы мероприятия выступило Конгрессно-выставочное бюро г. Москвы. В открытии конференции приняли участие премьер-министр РФ **Дмитрий Медведев**, мэр Москвы **Сергей Собянин** и генеральный директор IASP **Луис Санз**. Обращаясь к делегатам, Дмитрий Медведев подчеркнул: «Российская столица по праву принимает 33-ю Всемирную конференцию технопарков. Вы убедились в том, что Москва современный и динамичный мегаполис, и конечно, это то место, где во всю применяются высокие технологии, которые прочно вошли в жизнь москвичей». Мэр Москвы Сергей Собянин назвал точное число технопарков в столице: 26, причем, если первые из них создавались на бюджетной основе, то теперь технопарки в большинстве своем создаются на основе частной инициативы. Сергей Собянин отметил основной вектор инновационного развития города – большое количество технопарков возникает на базе депрессивных промзон, которые превращаются в точки технологического развития. В рамках конференции IASP в московском Центре международной торговли работала зона MatchMaking, где за эти дни прошло более 1000 международных деловых встреч. Важнейшей частью программы конференции стало знакомство делегатов с Москвой инновационной: Конгрессно-выставочное бюро г. Москвы организовало для зарубежных гостей бизнес-визиты в ведущие технопарки столицы – Технополис «Москва», технопарки «Строгино» и «Калибр».

Осенью в Москве прошло одно из наиболее значимых событий в мировом инновационном календаре – IASP 2016, конференция Всемирной ассоциации научных парков и зон инновационного развития. В Москве «олимпиада технопарков», имеющая 33-летнюю историю, состоялась впервые. Гостями инновационной Москвы стали 1,7 тыс. профессионалов из 70 стран мира. За 6 дней на 3 площадках выступили около 70 спикеров. Заявочную кампанию на проведение встречи выиграл Инновационный центр «Сколково», в числе организаторов конференции – правительство Москвы, научный парк МГУ, технопарк «Строгино», АО РВК и Фонд содействия инновациям. В роли оператора культурной программы мероприятия выступило Конгрессно-выставочное бюро г. Москвы. В открытии конференции приняли участие премьер-министр РФ **Дмитрий Медведев**, мэр Москвы **Сергей Собянин** и генеральный директор IASP **Луис Санз**. Обращаясь к делегатам, Дмитрий Медведев подчеркнул: «Российская столица по праву принимает 33-ю Всемирную конференцию технопарков. Вы убедились в том, что Москва современный и динамичный мегаполис, и конечно, это то место, где во всю применяются высокие технологии, которые прочно вошли в жизнь москвичей». Мэр Москвы Сергей Собянин назвал точное число технопарков в столице: 26, причем, если первые из них создавались на бюджетной основе, то теперь технопарки в большинстве своем создаются на основе частной инициативы. Сергей Собянин отметил основной вектор инновационного развития города – большое количество технопарков возникает на базе депрессивных промзон, которые превращаются в точки технологического развития. В рамках конференции IASP в московском Центре международной торговли работала зона MatchMaking, где за эти дни прошло более 1000 международных деловых встреч. Важнейшей частью программы конференции стало знакомство делегатов с Москвой инновационной: Конгрессно-выставочное бюро г. Москвы организовало для зарубежных гостей бизнес-визиты в ведущие технопарки столицы – Технополис «Москва», технопарки «Строгино» и «Калибр».

## ВОПРОС МЕСЯЦА

Можно ли с помощью креативных концепций оптимизировать бюджеты мероприятий?

44%

Это один из инструментов оптимизации бюджетов

38%

Да, это лучший путь к оптимизации

11%

Это может быть лишь вспомогательной мерой

11%

Нет, креативные концепции никак не связаны с оптимизацией бюджетов

Источник: опрос на сайте [www.bt-magazine.ru](http://www.bt-magazine.ru)

## СПРОС НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫЕ БИЛЕТЫ ВЫРОС

### Самые популярные направления – Москва, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Новосибирск и Ярославль

Эксперты ГК «АэроКлуб» проанализировали деловые поездки сотрудников российских и зарубежных корпораций и выяснили, насколько изменился спрос на железнодорожный транспорт за последние несколько лет. Как оказалось, чаще всего деловые путешественники, отправляясь в Москву, Санкт-Петербург и Нижний Новгород, предпочитают поездку авиатранспорту. При этом спрос на железнодорожные билеты в столицу за год вырос на 22%, в Петербург – на 19%. Стоит отметить, что в целом на Северную столицу приходится около четверти железнодорожных поездок по России, что примерно в полтора раза меньше числа перевозок в Москву. Следом за Нижним Новгородом по объемам продаж ж/д билетов также лидируют Новосибирск и Ярославль – за год количество поездок в оба города выросло на 27% и 51% соответственно. При этом рост продаж билетов в Ярославль обеспечили сотрудники FMCG и ритейл-компаний. Среди зарубежных направлений деловые путешественники чаще всего отправляются на поездах в Хельсинки, Минск и Киев. При этом число поездок в столицу Украины за два года увеличилось почти в четыре раза, а средний чек вырос с 5 400 до 9 580 рублей. Стоимость поездки в Минск за этот же период выросла на 27%, в Хельсинки – на 30%. Самой дорогой в этом году стала поездка из Санкт-Петербурга в Москву в купе-переговорной «Сапсана» стоимостью 80 тыс. рублей. Как показало исследование, в 2014 г. бизнес-туристы вдвое чаще ездили в вагонах класса люкс, тогда как в 2016-м 43% билетов приобретают на сидячие места, столько же – в купе и лишь 6% поездок приходится на люкс. Кроме этого, 5% командированных путешествуют плацкартом. Исходя из анализа бронирований железнодорожных билетов, чаще всего поездами пользуются сотрудники фармацевтических компаний. Москва, Санкт-Петербург и Нижний Новгород – наиболее востребованные направления среди бизнес-туристов, занятых в этой сфере. Спрос на железнодорожные поездки сократился лишь среди представителей энергодобывающей промышленности, а также сотрудников автомобильной сферы – падение продаж билетов составило 12% и 35%.

## ПО МОСКВЕ – ПО ДЕЛАМ И СО ВКУСОМ



Подготовлена новая серия изданий по Москве: путеводитель «Москва гастрономическая», справочник «Деловая Москва», тематический лифлет «ТОП-30 столичных событий» и туристская карта-схема Москвы. Все издания выпущены на трех языках – русском, английском и китайском. В справочнике «Деловая Москва» представлены более ста ведущих столичных бизнес- и конференц-отелей, конгрессно-выставочных центров, тематических площадок для проведения различных по направленности и масштабу деловых мероприятий. Примечательно, что помимо привычных площадок дается информация об уникальных местах столицы, которые также могут принимать MICE-мероприятия – Кремле в Измайлово, Дарвиновском музее, Центральном доме художника, дворце спорта «Мегаспорт», спорткомплексе «Олимпийский», музеях-заповедниках «Коломенское» и «Царицыно», Останкинской телебашне и многих других. В путеводителе «Москва гастрономическая» можно будет найти исчерпывающую информацию о русских кулинарных праздниках. Изучить глоссарий русской кухни и узнать, из чего делается гурьевская каша, с чем бывают расстегаи и когда подавать сбитень. Глоссарий снабжен и несколькими простыми рецептами описанных в нем блюд. В путеводителе представлены рестораны русской, грузинской, итальянской, немецкой, французской, испанской, сербской, греческой, китайской, японской, узбекской, австралийской, вьетнамской, мексиканской кухонь. В путеводителе рассказывается и о ресторанах в советском стиле, верных лучшим кулинарным традициям недавнего прошлого.

## ЧТО? КОГДА? ГДЕ?



**ЧТО: ANTOR MICE Workshop 2017**  
Workshop посвящен теме организации конференций, деловых встреч и другим аспектам бизнес-туризма. Он проводится с целью представить продукт делового и корпоративного туризма из самых разных уголков мира. Мероприятие ориентировано на корпоративных клиентов, организаторов деловых мероприятий и туроператоров из Москвы и российских регионов.  
**ГДЕ:** Россия, Москва, отель The Ritz-Carlton Moscow  
**КОГДА:** 26 января 2017 г.  
**WEB:** [www.antormice.com](http://www.antormice.com)



**ЧТО: ITB Berlin**  
ITB Berlin – это крупнейшая международная туристическая выставка. На ITB представлены все сегменты туристической индустрии. В ее рамках можно принять участие в различных семинарах, симпозиумах, встречах с экспертами, круглых столах для прессы и т.д.  
**ГДЕ:** Германия, Берлин  
**КОГДА:** 8–12 марта 2017 г.  
**WEB:** [www.itb-berlin.de](http://www.itb-berlin.de)



**ЧТО: MITT**  
Московская международная выставка MITT «Путешествия и туризм» входит в пятерку крупнейших туристических выставок мира и по праву признана международным туристическим сообществом.  
**ГДЕ:** Россия, Москва, Экспоцентр на Красной Пресне  
**КОГДА:** 14–16 марта 2017 г.  
**WEB:** [www.mitt.ru](http://www.mitt.ru)





# Семь лет побед Russian Business Travel & MICE Award 2016

Седьмая церемония награждения победителей и лауреатов премии Russian Business Travel & MICE Award 2016 с успехом прошла в Москве в гостинице «Президент-Отель» 29 сентября.

Вот уже семь лет подряд осенью представители конгрессных гостиниц Москвы, Санкт-Петербурга и регионов страны, конгрессных центров, компаний-организаторов конференций и инсентив-программ в России и за рубежом, business travel агентств, онлайн-систем бронирования, авиакомпаний для бизнес-путешественников, конвеншн-бюро собираются в Москве, чтобы узнать, кто из них стал лучшим в своей области в этом году. Напомним, что Russian Business Travel & MICE Award – награда для лучших компаний и предприятий сферы делового туризма и MICE, которую в 2010 г. учредили Торгово-промышленная палата РФ, журнал Business Travel и портал Conference.ru.

В этом году вернулась номинация «За выдающийся вклад в развитие конгресс-услуг в России». Здесь не было выдвижения кандидатов на голосование, победителя в этой номинации определил Экспертный совет, выделив из лидеров отрасли людей, благодаря активности которых рынок растет и развивается. В этом году награды удостоились генеральный директор UTS Group **Алексей Крылов** и директор Департамента выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности Торгово-промышленной палаты Российской Федерации **Игорь Коротин**. Более 200 номинантов боролись на престижную награду. За три месяца голосования за претендентов в 15-ти номинациях было подано около

2 млн интернет-голосов. География номинантов на награду широка, за обладание ею боролись компании со всей страны – от Калининграда до Красноярска и от Мурманска до Сочи.

Для подведения итогов был сформирован Экспертный совет Russian Business Travel & MICE Award, объединивший экспертов рынка, ведущие российские и международные компании – крупных заказчиков услуг business travel и MICE. Специализация деятельности компаний, представители которых являются членами Экспертного совета, охватывает самые разные рыночные секторы – авиационную, оборонную промышленность, фармацевтику, телекоммуникации и другие. Во главе Экспертного совета RBT&MA – вице-президент Торгово-промышленной палаты РФ **Владимир Дмитриев**.

По традиции ведущими церемонии стали профессионалы индустрии встреч: генеральный директор управляющей компании «Аккорд менеджмент групп» **Екатерина Гаранина** и генеральный директор компании UTS Group **Алексей Крылов**. А также директор по развитию бизнеса ATH American Express GBT **Екатерина Никитина** и генеральный директор компании «Випсервис» **Дмитрий Горин**.

Гостями церемонии стали более 350 руководителей конгрессных гостиниц, профильных компаний, представители крупных корпоративных заказчиков MICE и business travel услуг.

Учредители награды: ТПП РФ, журнал Business Travel, интернет-проект Conference.ru  
При поддержке: Федерального агентства по туризму РФ  
Генеральный партнер награды: «Дубай туризм»  
Официальный партнер награды: Туристический многофункциональный комплекс «ГРИНН»  
Зарубежный партнер награды: компания Green Code

1 апреля 2017 г.  
стартует номинирование участников  
на премию Russian Business Travel  
& MICE Award – 2017



## ПОБЕДИТЕЛИ И ЛАУРЕАТЫ RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD 2016

### Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 5\*

**Победитель:**

«Марriott Москва Гранд»

**Лауреаты:**

«Марriott Новый Арбат»,  
«Рэдиссон Ройал, Москва»

### Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 4\*

**Победитель:**

Holiday Inn Moscow Sushevsky

**Лауреаты:**

«Ренессанс Москва Монарх Центр»,  
«Mercure Москва Павелецкая»

### Лучшая конгрессная гостиница Санкт-Петербурга

**Победитель:**

Radisson Royal, St Petersburg

**Лауреаты:**

Crowne Plaza St.Petersburg Airport,  
«Репино Cronwell Park Отель»

### Лучшая региональная конгрессная гостиница

**Победитель:**

Бизнес-отель «Татарстан»  
(Набережные Челны)

**Лауреаты:**

«Gorki Hotels Сочи»,  
отель «Имеретинский» (Сочи),  
конгресс-отель «Ареал» (Подмосковье),  
отель Radisson Kaliningrad,  
отель Radisson Resort Zavidovo,  
отель «Radisson Blu Челябинск»

### Лучшая гостиничная сеть для деловых мероприятий

**Победитель:**

Kempinski Hotels

**Лауреаты:**

Steigenberger Hotel Group,  
AMAKS Hotels & Resorts,  
AccorHotels Россия, Грузия и СНГ

### Лучший конгрессный центр России

**Победитель:**

ПАО ЦЕНТР МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

**Лауреаты:**

Автономная некоммерческая  
организация по подготовке  
и реализации мероприятий по развитию  
межнационального и международного  
сотрудничества «Офис-группа Республики  
Башкортостан», Конгресс-парк гостиницы  
«Рэдиссон Ройал Москва»

### Лучший организатор конференций в России

**Победитель:**

Unifest Congress

**Лауреаты:**

«МЕДИ Экспо»,  
«Випсервис»

### Лучший организатор конференций за рубежом

**Победитель:**

ATH American Express GBT

**Лауреаты:**

ANEX Tour,  
компания «Инновации.Бизнес.Тревел.»

### Лучший организатор инсентив-программ в России

**Победитель:**

Business Travel Bureau

**Лауреаты:**

Aerotone Business Travel,  
MICE Direction,  
Агентство бизнес-туризма и мероприятий  
MICE Market

### Лучший организатор инсентив-программ за рубежом

**Победитель:**

BTM – Business Travel Management

**Лауреаты:**

Active MICE Mouzenidis Group,  
Aerotone Business Travel

### Лучшее business travel агентство

**Победитель:**

CITY TRAVEL

**Лауреаты:**

«Агентство АВИА ЦЕНТР»,  
«Конкорд-Тревел»

### За инновации и лучшие креативные концепции в деловых мероприятиях

**Победитель:**

IBC Corporate Travel

**Лауреаты:**

UTS Group,  
Западно-Сибирский Центр Бронирования

### Лучшая авиакомпания для бизнес-путешественников

**Победитель:**

Korean Air

**Лауреаты:**

«Аэрофлот – российские авиалинии»,  
Emirates Airlines

### Лучший национальный офис по туризму в сфере продвижения MICE

**Победитель:**

Агентство по развитию туризма  
во Францию, Atout France

**Лауреаты:**

Санкт-Петербургское государственное  
бюджетное учреждение  
«Конгрессно-выставочное бюро»,  
Отдел Туризма Посольства Испании в Москве

### Лучшая онлайн-система бронирования для бизнес-путешественников

**Победитель:**

Demlink

**Лауреаты:**

TravelPRO.ru,  
Bronevik.com

### За выдающийся вклад в развитие конгресс-услуг в России

**Победитель:**

Генеральный директор UTS Group  
Алексей Крылов

**Победитель:**

Директор Департамента выставочной,  
ярмарочной и конгрессной деятельности  
Торгово-промышленной палаты Российской  
Федерации Игорь Коротин





Владимир ДМИТРИЕВ, вице-президент ТПП РФ, председатель экспертного совета Russian Business Travel & MICE Award – 2016

Уважаемые коллеги, друзья!

Последние семь лет каждую осень мы выбираем и чествуем лучшие компании, отели, конгресс-центры, авиакомпании, конвеншн-бюро, онлайн-системы на российском рынке MICE и бизнес-трэвел.

Отрадно отметить, что участников с каждым годом становится все больше, а борьба, особенно в некоторых номинациях, все напряженнее. При этом количество номинаций в этом году уменьшилось – их стало шестнадцать.

Интересно, что уже несколько лет подряд самая высокая конкуренция сохраняется в номинации за звание лучшей региональной конгрессной

гостиницы. Это говорит о том, что внутренний рынок MICE и делового туризма растет и развивается. Растет спрос и на регионы России как на MICE-направления. Более того, такая тенденция сохраняется уже несколько лет.

В этом году вернулась номинация «За выдающийся вклад в развитие конгресс-услуг в России», которой была отмечена Торгово-промышленная палата Российской Федерации.

Я искренне желаю проекту Russian Business Travel & MICE Award расти и развиваться. Процветание и рост отрасли невозможны без здоровой конкуренции и демонстрации своих новинок и достижений, а ведь именно такую возможность дает участникам рынка награда RBT&MA.



Эмиль АБДУЛЛАЗАДЕ и Эмиль АЛИЕВ, управляющие партнеры компании Green Code

Прежде всего, хотелось бы поблагодарить организаторов за приглашение участвовать в этой замечательной премии уже второй год подряд.

Нам очень приятно встречаться с лидерами индустрии, каждый год у нас появляются новые знакомства, что положительно влияет

на будущее нашей компании. На наш взгляд, эта премия благоприятно влияет на рынок. В трудное для нас всех время проведение такого рода мероприятий дает дополнительный стимул, добавляет сил для того, чтобы удваивать усилия и развивать MICE-индустрию в России.

Мы рады сотрудничеству и надеемся, что партнерство нашей компании будет продолжаться много лет.



Алина ПЛЯСУНОВА, директор филиала АО «Корпорация «ГРИНН» ТМК «ГРИНН»

Туристический многофункциональный комплекс «ГРИНН» уже не раз был среди лауреатов и победителей Russian Business Travel & MICE Award прошлых лет. Поэтому для нас особая честь – стать официальным партнером и вручать эту почетную награду. В эпоху глобализации сложно представить себе мир без путешествий и бизнес-туризма. Деловые поездки – это ценный опыт, полезные бизнес-контакты и яркие впечатления. В профессиональных поездках можно узнать об инновациях отрасли, встретиться с коллегами для обмена знаниями, обрести новые идеи для совершенствования работы компании. В наших силах поддерживать столь необходимое для России направление внутреннего туризма. Это нужно не только для успешного ведения бизнеса и развития экономики в целом, но и для духовного обогащения жителей нашей страны. Ежегодная профессиональная премия в области делового туризма и MICE объединяет представителей различных отраслей со всех уголков России. Russian Business Travel & MICE Award дает возможность всем участникам рынка делового туризма доказать свое право

на звание лучшей конгрессной гостиницы, авиакомпании для бизнес-путешественников или интернет-системы бронирования и т.д.

Отмечая заслуги компаний, которые вносят свой вклад в развитие MICE в России, мы обращаем внимание общественности на важные вопросы и мотивируем организации, работающие в сфере бизнес-туризма, постоянно совершенствовать свои услуги.

Безусловно, хотелось бы проводить подобные мероприятия не только в Москве, но и в регионах. Благодаря премии Russian Business Travel & MICE Award мы не раз убеждались в том, что уникальные конгрессные центры есть и в провинциальных городах. Например, в Орле расположен Туристический многофункциональный комплекс «ГРИНН», который не только располагает возможностями для организации экскурсионных поездок в музеи и заповедники Орловщины, но и сам является своего рода достопримечательностью. Сегодня ТМК «ГРИНН» – это 212 000 кв. м площади, где есть все условия для проведения деловых мероприятий, туристического отдыха и развлечений.



Иван КАЛАШНИКОВ, генеральный директор ИД «Турбизнес», руководитель проекта RBT&MA

Прошел непростой год, и мне приятно отметить, что все компании-номинанты, а их у нас больше 200, не просто выстояли в этом пресловутом кризисе, а нашли новые возможности, укрепили свой бизнес и еще больше повернулись лицом к российскому MICE. Подтверждает это то, что наиболее острая борьба развернулась именно в номинациях, в названии которых есть слова «Россия» и «российский».

В рамках церемонии было проведено интерактивное голосование, чтобы определить наиболее перспективный для проведения MICE-мероприятий регион России. Регионов-соискателей на звание лучшего было три – Калининград, Сочи и Владивосток. Победил Калининград.

Церемония награждения премией RBT&MA прошла уже в седьмой раз. Рынок MICE оказался более устойчив к экономическим, политическим и другим проблемам, которые заметно сказались на туристическом рынке. Деловые поездки, поездки на выставки и конференции всегда были, есть и будут. Наша награда – своего рода барометр рынка MICE. Ведь несмотря ни на что рынок развивается, крепнут позиции старых игроков, появляются новые компании, а вместе с ними развивается и наш проект. К счастью, рынок умеет приспосабливаться к тем условиям, в которые он поставлен. Неизбежно какая-то часть услуг уходит, какая-то становится более востребованной, но так или иначе баланс спроса и предложения сохраняется.

Мы стараемся откликаться на все эти изменения, и награда каждый год находит своих героев.



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

Учредив семь лет назад награду Russian Business Travel & MICE Award, ИД «Турбизнес» выступил с очень важной инициативой.

С одной стороны, возникновение такой награды отражало новые направления в развитии туристического рынка России. А с другой – давало возможность посоревноваться между собой лучшим отелям, конгресс-центрам, организаторам мероприятий, авиакомпаниям, системам бронирования и т.д. Такого рода соревнования отлично стимулируют развитие отрасли. Таким образом, сложно недооценить вклад создателей награды Russian Business Travel & MICE Award в развитие рынка MICE в России. В России теперь есть компании, способные провести мероприятие на должном уровне как в своей стране, так и за рубежом. Дубай был и остается одним из самых популярных направлений для проведения разного рода MICE-мероприятий. Не случайно «Дубай туризм» уже второй год подряд является генеральным партнером награды.

Круглый год в Дубае проходят международные профильные выставки и деловые мероприятия. Площадки и оборудование мирового уровня, прогрессивная бизнес-культура в сочетании с прекрасными пляжами, отелями и ресторанами делают Дубай идеальным MICE-направлением. Свидетельством этого служит богатое портфолио успешно проведенных международных конференций, а также сильная позиция эмирата в международном рейтинге. Город удерживает 14-е место в официальном рейтинге международных конференций, опубликованном Союзом международных ассоциаций.

Такая популярность обусловлена успешной работой конгресс-бюро «Бизнес ивентс» по привлечению в город международных мероприятий. В числе стратегических партнеров конгресс-бюро: Дубайский центр международной торговли, авиакомпания Emirates, лидеры гостиничной индустрии и государственные институты.

conference.ru  
уникальная интернет-система поиска и бронирования залов

- конференц-залы
- банкетные залы
- MICE за рубежом
- конференц-услуги

www.conference.ru  
+7 (495) 684-89-78





За семь лет вид награды не менялся. Но в этом году она «подросла» на пять сантиметров



Ведущие первой части церемонии генеральный директор управляющей компании «Аккорд менеджмент групп» Екатерина ГАРАНИНА и генеральный директор компании UTS Group Алексей КРЫЛОВ



Президент РСТ, советник вице-мэра г. Москвы Сергей ШПИЛЬКО, начальник Управления Президента РФ по обеспечению деятельности Госсовета РФ Михаил БРЮХАНОВ и заместитель руководителя Федерального агентства по туризму Сергей КОРНЕЕВ



Сразу после окончания официальной части церемонии. Слева направо: Дмитрий ГОРИН, Сергей ШПИЛЬКО, Екатерина НИКИТИНА, Михаил БРЮХАНОВ, Иван КАЛАШНИКОВ, Сергей КАНАЕВ



Генеральный директор ATH American Express GBT Алексей КУШКИН с наградой и призом от партнера – компании Green Code



Директор филиала АО «Корпорация «ГРИНН» Туристический многофункциональный комплекс «ГРИНН» Алина ПЛЮСУНОВА



Руководитель Конгрессно-выставочного бюро г. Москвы Татьяна АНИСИМОВА вручает награду директору департамента конгрессов компании Unifest Congress Александру СУВОРОВУ



Руководитель отдела MICE компании IBC Corporate Travel Елена РОЖКО радуется награде за инновации и лучшие креативные концепции в деловых мероприятиях. Вручает награду главный специалист института автоматизации им. Духова госкорпорации «Росатом» Александр КОЛЕГОВ



Финансовый директор компании «Демлинк» Олег ШАБУЦКИЙ с наградой за лучшую онлайн-систему бронирования для бизнес-путешественников



Сергей КОРНЕЕВ поздравляет регионального директора по продажам, Восточная Европа, Carlson Rezidor Hotel Group Юлию ЛЕОНЦЕВУ с победой отеля Radisson Royal St Petersburg в номинации «Лучшая конгрессная гостиница Санкт-Петербурга»



Kempinski Hotels – Лучшая гостиничная сеть для деловых мероприятий. Менеджер по MICE-продажам отеля «Балчуг Кемпински Москва» Юлия СИДОРЕНКО получает награду из рук соучредителя и коммерческого директора компании Big Tree и сообщества профессионалов гостиничного бизнеса Frontdesk.ru Антона МАТВЕЕВА



Михаил БРЮХАНОВ объявляет победителя в номинации «Лучший конгрессный центр России»



Руководитель ФГУП «Национальный маркетинговый центр по туризму Visit Russia» Юлия МОХОВА и директор российского представительства ATOUT FRANCE – Агентства по развитию туризма во Францию Инесса КОРОТКОВА





Ведущие второй части церемонии директор по развитию бизнеса ATH American Express GBT Екатерина НИКИТИНА и генеральный директор компании «Випсервис» Дмитрий ГОРИН



Вице-президент Торгово-промышленной палаты РФ Владимир ПАДАЛКО и претенденты на победу в номинации «Лучшая региональная конгрессная гостиница»



Управляющие партнеры компании Green Code Эмиль АБДУЛЛАЗАДЕ и Эмиль АЛИЕВ объявляют победителя в номинации «Лучший организатор конференций за рубежом»



Один из двух обладателей награды в номинации «За выдающийся вклад в развитие конгресс-услуг в России» директор Департамента выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности ТПП РФ Игорь КОРОТИН



Korean Air – лучшая авиакомпания для бизнес-путешественников. С наградой – генеральный менеджер штаб-квартиры для России и стран СНГ Чжан СУН СИК



Алексей КРЫЛОВ с наградой за выдающийся вклад в развитие конгресс-услуг в России



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



Руководитель MICE-проектов компании Business Travel Bureau Алена ЭЙВЕЛ с наградой в номинации «Лучший организатор ин센сив-программ в России». На заднем плане Алина ПЛЯСУНОВА



Генеральный директор компании BTM – Business Travel Management – лучшего организатора ин센сив-программ за рубежом Павел ВАСИН



Заместитель руководителя Департамента национальной политики, межрегиональных связей и туризма города Москвы Константин ГОРЯИНОВ вручает диплом руководителю лучшей конгрессной гостиницы Москвы категории 5\* Максиму БРОВОДСКОМУ



Генеральный директор ИД «Турбизнес», руководитель проекта RBT&MA Иван КАЛАШНИКОВ





Руководитель проекта Conferense.ru Андрей КОЗЯР вручает дипломы партнерам награды



Команды отелей «Мариотт Москва Гранд» и Holiday Inn Moscow Suschevsky с наградами. В центре Максим БРОДОВСКИЙ – генеральный менеджер «Мариотт Москва Гранд», крайняя слева Светлана МИХАЛЕВСКАЯ – генеральный менеджер отеля Holiday Inn Moscow Suschevsky



Команда компании CITY TRAVEL, в центре – руководитель отдела продаж Максим ШЕВЦОВ



Руководитель отдела развития Департамента конгрессов Unifest Congress Татьяна ВОЛЖОВА и Александр СУВОРОВ с наградой лучшему организатору конференций в России



Александр КОЛЕГОВ вручает специальные награды от корпорации «Росатом» Екатерине НИКИТИНОЙ и Дмитрию ГОРИНУ



Компания «Демлинк» радуется победе вместе с менеджером по закупкам департамента закупок услуг компании МТС Гаянэ КОЧАРЯН (в центре). С наградой генеральный директор Виктор КУПРИН



Лучшая региональная конгрессная гостиница – бизнес-отель «Татарстан». С наградой – генеральный директор Валентин ГОЛУБЕВ



Команда лучшего организатора инсентив-программ в России – Business Travel Bureau. Генеральный директор Антон ГАЛАТЕНКО, Алена ЭЙВЕЛ, управляющий директор Кирилл КОЗИНЦЕВ



Директор департамента конгрессной деятельности и развития новых видов бизнеса ЦМТ Дарья САЛАМАТОВА (с наградой) и заместитель директора по продажам и маркетингу Департамента Конгрессной деятельности и развития новых видов бизнеса Анна ЭНТЭЛИС



ATOUT FRANCE – лучший национальный офис по туризму или конвеншн-бюро в сфере продвижения MICE. Слева с наградой – Инесса КОРОТКОВА



Генеральный директор компании IBC Corporate Travel Анатолий КУРЮМОВ торжествует победу





## Время быть эффективными

В условиях оптимизации трэвел-бюджетов перед ТМС встают новые задачи: как делать интересные мероприятия с небольшим бюджетом? Как совмещать развлекательную и деловую часть? Как, используя современные технологии, достигать максимального эффекта от каждого ивента? Об этом рассказали эксперты на прошедшей в рамках 22-го Международного туристического форума ОТДЫХ конференции «Индустрия встреч в России». При этом красной нитью сквозь все выступления спикеров проходило открытие неизведанных в качестве MICE-дестинаций городов и регионов России.

Подготовила Анна ЮРЬЕВА

### «НАКРЫТЬ ПОЛЯНУ» НЕДОСТАТОЧНО

Как отметила Ирина Самотаева, директор департамента бизнес-ивента МахиMICE, главный продюсер студии идей «Крапива», запросы клиентов при организации мероприятий в последние годы существенно изменились.

«Не секрет, что сегодня мероприятие – это не просто развлечение. Мы ушли от 90-х, от 2000-х, когда достаточно было накрыть хорошую «поляну», сделать классное новогоднее мероприятие с Дедом Морозом и Снегурочкой», – говорит она.

По словам эксперта, сегодня любое мероприятие это в первую очередь – инструмент, который поможет сделать бизнес эффективнее. У нас много запросов, в которых фигурирует эта задача – клиент говорит: «Мы хотим, чтобы это мероприятие было эффективным». С этим надо уметь работать, компаниям нужно адаптироваться к такому требованию рынка. Задумывая одно мероприятие, клиент хочет решить множество задач: вместить и деловую часть, и образовательную, и развлекательную.

В соответствии с этими задачами меняются и параметры выбора клиентом агентства, которое будет реализовывать мероприятие. «На первое место выходит креатив. Какой бы ни был бюджет, креатив всегда может прийти на помощь. Это тренд, поэтому чем предложение более креативно, тем скорее клиент его купит.

Второе – это эксклюзивность, прошли те времена, когда мероприятия можно было делать по шаблону, клиенты хотят видеть мероприятия, разработанные под себя.

Третье – упор на инновации. В предложении клиент хочет видеть не только эксклюзивность и креатив, но еще и гаджеты, использование цифровых новинок», – рассказала Ирина Самотаева.

По ее словам, при подготовке предложения важно предоставлять заказчику глубокий экспертный анализ. «Это повысит вероятность того, что именно вы будете реализовывать свой проект», – говорит эксперт.

По ее словам, принципиальным сейчас стало сделать мероприятие запоминающимся, чтобы люди потом хотели поделиться впечатлениями друг с другом. Зачастую wow-эффекта можно достичь, не увеличивая бюджет. В качестве примера спикер привела одну из конференций, первый доклад которой прошел прямо в автобусе по пути в отель. «Это выступление в результате запомнили больше всего», – отметила спикер.

В неспокойной экономической ситуации важно изменить не только подход к клиенту, но и многие бизнес-процессы. «Нужно быть креативными и проактивными, искать новые подходы. Делать упор на обучение своих сотрудников, отправлять их на семинары и выставки, следить за новинками на рынке, устраивать «креативные штурмы» с участием всех членов команды», – подчеркивает Ирина Самотаева.

### ТЕХНОЛОГИИ ДЕЛАЮТ МЕРОПРИЯТИЕ ЭФФЕКТИВНЕЕ

Продлить и усилить эффект от мероприятия помогают современные мобильные технологии. Как рассказал Олег Крючков, основатель и генеральный директор Event Platform, мобильные приложения, разрабатываемые для мероприятий, работают и тогда, когда само мероприятие уже закончилось, и позволяют решить множество проблем.

«Про нашу компанию говорили, что это те ребята, которые делают квесты на планшетах, потом говорили, что мы пишем приложения для мероприятий. На самом деле мы позиционируем себя намного шире. Делаем разные технологические решения, не фишки, а решения, которые направлены на конкретные задачи», – рассказал спикер. По его словам, мобильная платформа позволяет не только сделать эффективнее конкретное мероприятие, но и в целом помочь коммуникации между сотрудниками компании.

У мобильных приложений на мероприятиях есть чисто утилитарные функции: они помогают отказаться от бумаги, предоставляя карту мероприятия, программу, информацию о спикерах, помогают ориентироваться на площадках и соблюдать тайминг.

Еще один важный момент – мониторинг: организаторы мероприятия могут следить за тем, как оно проходит.

Ключевой момент, на который делают акцент разработчики приложений, – обратная связь. Ее наличие мотивирует как докладчиков, которые видят реакцию на свое выступление, так и слушателей, которым важно внести свой вклад в происходящее.



### МЕРОПРИЯТИЕ В ЦМТ – ГАРАНТИЯ УСПЕХА ВАШЕГО БИЗНЕСА!

- Организация и проведение комплексных мероприятий
- Аренда конференц-залов и переговорных комнат вместимостью от 10 до 1500 человек
- Современное конференц-оборудование
- 724 комфортных номера гостиницы Crowne Plaza Moscow WTC
- Банкетное обслуживание
- Деловые услуги, рестораны, бары

ЦЕНТР МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ  
123610, Россия, Москва, Краснопресненская наб., 12  
www.wtcmoscow.ru

T 8 (499) 253 1140, 8 (495) 258 1799  
E intercongress@wtcmoscow.ru





**Ирина САМОТАЕВА,**  
директор департамента бизнес-ивентов MICE, главный продюсер студии идей «Крапива»



**Александр МАЛЬЦЕВ,**  
генеральный директор коммуникационного проекта BE IN RUSSIA



**Николай ФАДЕЕВ,**  
директор АНО «Офис-группа»

## MICE-ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ

В связи с внешнеполитической и экономической ситуацией в стране популярность проведения MICE-мероприятий в российских регионах растет. Однако наиболее востребованными по-прежнему остаются Санкт-Петербург, Сочи, города Золотого кольца, в то время как за последнее десятилетие возможность проведения ивентов на высоком уровне появилась и в тех регионах, которые традиционно в этот список не попадают, поскольку об их конференц-возможностях организаторам неизвестно. Этой проблеме на конференции была посвящена отдельная сессия, которая так и называлась: «Россия – новые горизонты MICE». Решить проблему осведомленности – задача нового коммуникационного проекта BE IN RUSSIA. Как рассказал его генеральный директор **Александр Мальцев**, проект – это инициатива профессионалов индустрии. Проект реализуется при поддержке Торгово-промышленной палаты РФ, администрации городов и регионов и MICE- и ивент-сообщества. «В течение длительного времени показываем MICE- и ивент-возможности регионов клиентам с помощью семинаров, круглых столов. После трех лет такой активной работы, когда изменились внешнеполитические условия, к концу 2015 г. пришли к тому, что этого недостаточно. MICE в РФ в глазах заказчика ограничено наиболее популярными туристическими направлениями. Существует построенная инфраструктура, сформировался MICE-рынок, новое поколение профессионалов, об этом центральный московский заказчик ничего не знает», – отметил Александр Мальцев.

В России существует построенная инфраструктура, сформировался MICE-рынок, новое поколение профессионалов, но об этом центральный московский заказчик ничего не знает

Теперь организация стремится доказать ценность того или иного региона с точки зрения площадки именно через демонстрацию уже проведенных реально мероприятий. На сайте проекта создана веб-карта MICE-возможностей регионов России, а также возможность для регистрации любого продукта региона и фото- и видеозаписи уже проведенных мероприятий. «На ближайшее время запланирована серия воркшопов для агентств с участием представителей регионов, с тем чтобы знакомство превращалось в реальные деловые связи», – подчеркнул спикер. Рассказывая об Уфе как о MICE-направлении, Директор АНО «Офис-группа» **Николай Фадеев** отметил, как изменилась деловая инфраструктура Уфы после проведения там саммитов ШОС и БРИКС. Это и огромный вместительный конгресс-холл, и ряд отелей, принадлежащих к мировым гостиничным брендам, и современный аэропорт, и многое другое.

Генеральный директор «Альянс Тур» **Юлия Уба** рассказала, что в Ульяновске есть два аэропорта, хорошие конгресс-центры, отели, а также широкие возможности для организации как спортивных, так и тематических, исторических тимбилдингов. Особенной популярностью пользуются деловые игры, связанные с эпохой СССР. «Visit Voronezh, Be in Voronezh!», – призвал собравшихся сотрудник Воронежского MICE Бюро **Александр Рудман**. Он отметил, что более 460 тыс. туристов ежегодно приезжают в Воронеж с деловыми визитами и как минимум половина уезжает богатыми и счастливыми, а остальные просто счастливыми. В городе более 20 площадок для проведения деловых мероприятий, порядка 100 отелей и множество мест для организации разнообразных интересных активностей от прыжка с парашютом до бала. Учредитель и финансовый директор ООО МФО «Живые Деньги», партнер event-компании «Ани Цап» **Михаил Лапшин** и исполнительный директор благотворительного фонда межрегиональной общественной организации «Чувашский Национальный Конгресс», директор по проектам журнала «Выбирай» **Наталья Борисова** посвятили свое выступление Чебоксарам и Чувашии в целом. Они рассказали о регионе через призму его истории и культуры, это наследие сейчас – основа многих интересных MICE-мероприятий. С кейсом о MICE-продвижении региона выступила директор ГБУ СО «Центр развития туризма Свердловской области», вице-президент НАИТО **Эльмира Туканова**, рассказав о проблемах и перспективах развития MICE-услуг в Свердловской области. Говоря о крупных

международных событиях, проходящих в регионе, она в частности отметила, что в 2016 г. «Иннопром» стал самой быстрорастущей выставкой в Евразии. Уметь делать интересные захватывающие и продающиеся презентации, ярко и свободно выступать – крайне важно для любого делового человека. О том, как это сделать грамотно, рассказала и показала на пошаговом примере специалист по организации мероприятий **АВОН Мария Здорвенкова**. Отели всегда были если не основной, то очень востребованной площадкой для проведения мероприятий. Опыт международной сети отелей по организации ивентов в отелях поделилась региональный директор по маркетингу и PR Domina Russia **Наталья Белякова**. Менеджер по продажам и маркетингу CALISTA Luxury Resort **Ольга Турчина** рассказала, какой он, роскошный MICE, и почему отель Calista – территория роскоши и безопасности.



# IMG Show Russia 2016

Офисы по туризму Франции, Испании, Монако, Швейцарии и более 30 иностранных компаний приняли участие в IMG Show Russia 2016.

Организатором IMG Show Russia выступила российская Ассоциация бизнес-туризма АБТ-АСТЕ Russia при поддержке Департамента национальной политики, межрегиональных связей и туризма города Москвы. На два дня, 22 и 23 сентября, знаменитая гостиница «Метрополь» стала центром обсуждения трендов индустрии, обучения и установления контактов между поставщиками услуг со всего мира и российскими закупщиками. В этом году помимо семидесяти пяти российских и иностранных компаний, представляющих услуги отрасли (отельных сетей, авиакомпаний, транспортных и круизных агентств и др.), экспонентами шоу стали зарубежные офисы по туризму и конгресс-бюро Франции, Испании, Монако, Швейцарии, Доминиканской Республики, Абу-Даби и Барселоны. Интерес туроператоров к сотрудничеству с представителями отрасли делового туризма России неслучаен: по статистике, расходы бизнес-путешественника по всему миру превышают расходы обычного туриста в три-четыре раза. Так, например, суточные расходы путешественника, приехавшего в Москву по делам бизнеса, составляют около \$300, а расходы обычного туриста – около \$80. По мнению европейских делегатов выставки-воркшопа, IMG Show Russia как мероприятие, собирающее на единой площадке представителей отрасли деловых путешествий со всей страны, становится одним из самых перспективных и значимых международных деловых мероприятий, проводимых в России. Одной из лучших площадок для решения практических задач бизнеса и презентации новых MICE-направлений называют IMG Show Russia и большинство российских участников мероприятия. В рамках масштабного воркшопа прошли более тысячи встреч и переговоров между представителями отельных сетей, авиакомпаний и аэропортов, офисов по туризму, транспортных, трансферных, круизных и туристических компаний, MICE-агентств, конгресс-площадок с одной стороны и закупщиками услуг из Москвы и регионов России – с другой.

На встречах обсуждались не только условия сотрудничества, как то особые тарифы на авиаперевозки или проживание в гостиницах для командированных российскими компаниями сотрудников, но и проходили переговоры о проведении масштабных отраслевых мероприятий в Самаре, Сочи, Екатеринбурге и других городах. Сегодня деловой туризм играет значительную роль в развитии регионов и направлений. Вот что отметил участник IMG Show Russia, директор по развитию внешних связей Администрации Екатеринбурга **Максим Докучаев**: «Второе рождение Екатеринбург получил после саммитов ШОС и БРИКС в 2009 г. На сегодняшний день у нас работает около ста отелей международного класса с общим номерным фондом свыше 11 тыс. мест, отстроен новый аэропорт, открыт громадный выставочный комплекс «Екатеринбург-Экспо», где проходят такие значимые для страны мероприятия, как международная промышленная выставка «Иннопром» и форум высотного строительства «100+». В октябре 2016 г. в Екатеринбурге пройдет ежегодный Национальный чемпионат сквозных рабочих профессий высокотехнологических отраслей WorldSkills Hi-Tech, а в июне 2017 г. «Венский фестиваль музыкальных фильмов». По оценке АБТ-АСТЕ Russia, российский рынок делового туризма растет и развивается, несмотря на сложные времена для туризма в целом. Перспективы этого роста Ассоциация связывает с увеличением количества игроков рынка из российских регионов, развитием новых внутрироссийских MICE-площадок, привлечением иностранных деловых путешественников к участию в российских форумах, конференциях и саммитах. Количество участников IMG Show Russia 2016, выросшее по сравнению с прошлым годом почти в два раза, значительное расширение географии участников, рекордное количество переговоров в рамках воркшопа только подтверждают эти перспективы.





## Долой дедовский способ работы! Или как с помощью Online Booking Tool повысить эффективность

Юлия МАНУЙЛОВА,  
генеральный менеджер компании CITY TRAVEL

Компания CITY TRAVEL всегда славилась интересными технологическими онлайн-решениями для бизнеса и все больше и больше продолжает совершенствовать свой online booking tool.

Принцип работы онлайн-платформы прост – она собирает данные web-сервисов GDS-систем или авиакомпаний и позволяет пользователю выбрать нужный или оптимальный тариф и рейс. Уникальность продукта CITY TRAVEL – в количестве поставщиков, которые есть у агента. А также в том, что с нескольких ведущих GDS собирается информация в сводную выборку на одном экране.

«Единая онлайн-платформа необходима как клиенту, так и менеджеру агента», – рассказывает Юлия Мануйлова, генеральный менеджер компании CITY TRAVEL, которая в этом году завоевала престижную награду «Лучшее business travel агентство 2016».

TMC, которые продолжают работать «вручную», вынуждены искать тарифы и делать бронирования в каждой GDS отдельно. Им приходится сводить результаты для клиента дедовским способом. В CITY TRAVEL программа делает это автоматически, собирая данные от авиакомпаний сразу на одном экране. Таким образом, продуктивность труда менеджера повышается.

Многие западные бизнес-трэвел-агентства отказались от ручной обработки заказов в виде пультов. Сейчас, с огромным разнообразием тарифов, менеджеру намного сложнее стало вручную подбирать рейсы для клиента. На это уходит время, а сейчас важно как можно быстрее получить результат.

«Мы все ратеем за повышение производительности труда. Считаем количество транзакций, билетов, которые менеджер выписывает. А у него безумие по всем фронтам. Для ручной обработки заказов есть физический предел. Поэтому встал

вопрос о том, как наладить и автоматизировать работу менеджера, чтобы каждым менеджером выполнялось определенное количество транзакций. В компании даже провели эксперимент, дав менеджеру работать один день с онлайн-платформой, и потом, примерно с тем же количеством заказов, – вручную. Производительность труда поднялась ровно в два раза», – рассказывает Юлия Мануйлова.

При этом онлайн-модуль построен так, что из всех систем берется минимальная цена билета. «Если речь идет про рейсы из России, то мы можем предложить в одну сторону рейс из одного GDS, а в другую – из другого, если это будет выгоднее клиенту по цене. И скомбинировать все это в одном заказе. Это всегда было востребовано и актуально, просто раньше это приходилось выбирать вручную, было сложнее, дольше, и в итоге, с учетом работы менеджера, дороже», – говорит она.

Если раньше онлайн-продукт был второстепенной частью работы, мол, есть и есть, то теперь первый вопрос у клиентов – на каких GDS построен онлайн, умеете ли комбинировать одно с другим, есть ли one way из одной системы в другую и т.д. Выдача на платформе сделана таким образом, что клиент видит, из какого GDS предложены билеты.

Работа онлайн будет эффективна для компании клиента, если грамотно отстроены бизнес-процессы. Чем больше процессов будет переведено в онлайн и автоматизировано, тем эффективнее и быстрее будет работа. Для каждого клиента разрабатывается схема процесса, где отражено, как создается заявка, как она управляется, согласовывается, оформляется и выполняется. В онлайн-платформе заведены все профили на пассажиров, включая паспортные данные. Выбирая пассажира, для которого бронируют

поездку, у него сразу выгружаются все нужные данные, включая кост-центры, ЦФО и т.д. Бронь формируется, и выписывает билет. То же самое может делать и сам клиент, если он предпочитает бронировать свои командировки самостоятельно, через online booking tool.

Эффективность от перехода в онлайн очевидна. Для тех клиентов компании, кто так или иначе переводит часть работы в онлайн, сервисные сборы понижены. При автовыписке (самостоятельной выписке) билета цена обслуживания снижается больше, если клиенты переходят на электронный документооборот и подключается юридически значимый документооборот, то цена становится еще меньше, потому что здесь уже почти отсутствует участие человека в работе. Таким образом, повышается и внутренняя эффективность, когда вместо трех тревэл-координаторов достаточно одного менеджера, контролирующего процесс.

Что же касается работы клиентов в мобильном приложении, то нельзя сказать, что мобильное приложение – вещь первой необходимости в данном сегменте. Если проанализировать количество заказов, то станет видно, что основная их масса направляется с понедельника по пятницу с 9 до 18 часов. Как правило, нестандартные ситуации, возникающие в выходные дни и в неурочное время, клиенты предпочитают решать по телефону.

Юлия Мануйлова отмечает, что за последние два года рынок онлайн-продуктов стал более проактивным, стал активно развиваться, а способствовал этому кризис и необходимость максимально эффективно распределять деньги и человеческие ресурсы. «При этом онлайн не заменит голос на другом конце провода, не заменит человека, мы просто развиваемся параллельно», – считает она.



У большинства деловых путешественников нет экстренного контакта на случай чрезвычайной ситуации. Об этом рассказали эксперты на конференции АБТ-АСТЕ Russia «Деловой туризм: забота о бизнесе и забота о людях» в Санкт-Петербурге. Мероприятие состоялось 24 и 25 августа.

Подготовила Енатерина ЛАРИНА



## Тревожная кнопка

Тему «Duty of care: что, где, когда?» раскрывали сразу два спикера – **Екатерина Кондрашина**, директор филиала компании «Аэроklub» в Санкт-Петербурге, и генеральный директор агентства City Travel **Юлия Мануйлова**. Г-жа Кондрашина указала, что среди наиболее распространенных причин происшествий с сотрудниками – техногенные и природные катастрофы, забастовки, теракты, вирусы, эпидемии, задержки и отмены рейсов. «Однако все эти факторы, как правило, не учитываются в страховке – поэтому не стоит считать ее панацеей от всех бед», – отметила спикер.

Duty of care предполагает оценку рисков, наличие в компании специальной команды по ЧС и коммуникацию с профессионалами по обеспечению безопасности (к примеру, ISOS), своевременное и постоянное информирование путешественников об опасных ситуациях.

«Не пренебрегайте новыми технологиями, ведь уже существуют приложения, обновляющиеся в фоновом режиме и позволяющие получать информацию даже при отсутствии интернета», – добавила г-жа Кондрашина. Юлия Мануйлова указала, что сейчас к регионам с самым высоким уровнем риска относятся Афганистан, Западный берег реки Иордан, Ирак, Палестина, Северная Корея, Сектор Газа. Приемлемая ситуация в Аргентине, Австралии, Латвии, Польше, Нидерландах, Чили и еще нескольких странах.

**Кристина Малхазова**, региональный менеджер по продажам в России Best Western Hotels & Resorts, затронула очень актуальную тему – безопасность в контексте бурного развития P2P-сервисов и их популярности у деловых путешественников. Она привела данные, что за 2015 г. к Airbnb Business Travel присоединилось около 250 организаций, включая Google, Salesforce, Evernote и Lyft. Хотя в России использовать Airbnb для размещения во время командировки готовы только 13% бизнес-туристов.

«Среди преимуществ P2P-сервисов – широкая география присутствия, легкость и скорость бронирования, бюджетность», – указала г-жа Малхазова. – Но не забывайте: Airbnb не несет ответственности за необоснованное вмешательство в личную и деловую жизнь клиента, а также соблюдение санитарно-эпидемиологических норм, в то время как в сетевых

отелях есть комплекс мер по обеспечению безопасности гостей». Интересно, что средний счет за проживание делового путешественника через Airbnb составляет \$571, а в гостинице – всего \$222.

Эксперт задалась вопросом: заботится ли о своей безопасности сам путешественник? По ее данным, 80% бизнес-туристов уверены, что компания несет за них полную ответственность. У 54% с собой в командировке нет никакого экстренного контакта на случай чрезвычайного происшествия. А 22% вообще не знают, к кому обратиться в критической ситуации.

**Оксана Костюк**, персональный ассистент вице-президента компании Parallels, рассказала аудитории о способах сохранить конфиденциальность трэвел-данных и не допустить кражи денег с кредитной карты. Генеральный директор агентства Starliner **Андрей Зубков** подробно остановился на том, как «технологические помощники» могут облегчить контроль за бизнес-путешественниками и понять, куда «утекают» деньги из трэвел-бюджета. Например, 40% вылетов в командировку выполняются дневными и вечерними рейсами при наличии утренних, а это увеличивает расходы на встречу на 34%.

Выступление **Артема Левченко**, IT-специалиста группы логистики компании SAP, было посвящено корпоративной трэвел-политике и IT-решениям для управления командировками. А директор департамента MICE & Events UTS Group **Ксения Зайцева** выступила с темой: «MICE в России: тренды, возможности и мифы».

Были затронуты и проблемы, с которыми сталкиваются компании при найме зарубежных специалистов и сами экспаты в чужой стране. Своим опытом поделились руководитель группы по работе с иностранным персоналом IBM **Кирилл Аксенов** и бизнес-консультант из Western Vision **Зоран Паньяк**.

«Конференция в Санкт-Петербурге проходит третий год подряд, и каждый раз на нее приезжает все больше делегатов – ежегодно их количество увеличивается примерно на 25%. В следующем году при помощи конгресс-бюро Санкт-Петербурга мы собираемся провести мероприятие на 200 человек», – отметила **Ирина Михалькова**, старший специалист по связям с партнерами АБТ-АСТЕ Russia.



ATH American Express GBT

«ШТРАФЫ – НЕ НАШ МЕТОД!»



Так считают в компании ATH American Express GBT. Для сотрудников многих, особенно иностранных, компаний штрафы это – каменный век. Все знают о необходимости давать право на ошибку, силу позитивной мотивации и командный дух. Тем не менее во многих российских компаниях штрафы – это неотъемлемая часть жизни на работе. HeadHunter провел исследование и выяснил, что в России система штрафов существует в каждой третьей компании. В отрасли продажи авиабилетов и business travel переключившись на сотрудника уже более 20 лет является нормой, которая даже не берется под сомнение.

ATH American Express GBT стала первой российской ТМС, полностью отменившей все виды штрафов сотрудников, включая начеты авиакомпании на агентов. Это решение было принято в рамках проекта по развитию корпоративной культуры L'OMUR: **L** – Люби и Влюбляйся, **O** – Открывай и Открывайся, **M** – Меняй и Меняйся, **U** – Удивляй и Удивляйся, **R** – Расти и Расти.

«Мы поставили себе цель – стать лучшим работодателем отрасли. Уже два года мы движемся к этой цели, изменяя условия работы, систему адаптации новых сотрудников, создавая систему внутреннего обучения, организовав в офисе Комнату Свободы, дав возможность любому сотруднику напрямую общаться с руководством, запустив систему справедливого распределения неденежных бенефитов и принимая многие решения коллегиально с сотрудниками. И даже планируем поставить в офисах массажные кресла», – говорит председатель совета директоров компании **Андрей Воронин** (на фото).

«Но главное, мы стараемся доверять коллегам, относиться к ним справедливо и верить в то, что они – лучшие!».

«Демлинк»

КУЛИНАРНЫЙ МАСТЕР-КЛАСС В БАРВИХЕ



Компания «Демлинк» в рамках программы Demlink Club провела октябрьскую серию деловых завтраков для административно-персонала и трэвел-координаторов по темам «Авиабилеты», «Организация командировок и мероприятий в России и за рубежом», «Автоматизация процесса заказов-онлайн в личном кабинете», в которых приняли участие более 90 корпоративных клиентов компании. Особо были освещены вопросы по нововведениям визового обслуживания для граждан РФ и для иностранных граждан в текущих условиях и предложены идеи новогодних корпоративных мероприятий для тех, кто еще не определился с проведением, но планирует. А также в сотрудничестве с представителем Leading Hotels of the World с целью продвижения MICE-возможностей в сегменте «люкс» была успешно проведена ознакомительная поездка в загородный отель Barvikha Hotel & SPA, в ходе которой корпоративные клиенты компании подробно ознакомились с конференц-услугами отеля и в завершение приняли участие в кулинарном мастер-классе у Анастасии Комма.

А также в сотрудничестве с представителем Leading Hotels of the World с целью продвижения MICE-возможностей в сегменте «люкс» была успешно проведена ознакомительная поездка в загородный отель Barvikha Hotel & SPA, в ходе которой корпоративные клиенты компании подробно ознакомились с конференц-услугами отеля и в завершение приняли участие в кулинарном мастер-классе у Анастасии Комма.

«Випсервис»

«ВИПСЕРВИС» И BOOKING.COM СТАЛИ ПАРТНЕРАМИ

«Випсервис» и Booking.com стали партнерами, чтобы расширить возможности для бизнес-путешественников в России. Ведущая российская туристическая компания «Випсервис» объявила о партнерстве с Booking.com – мировым лидером, связывающим путешественников с огромным выбором невероятных мест для проживания, чтобы расширить возможности для бизнес-путешественников в России. Более миллиона объектов размещения Booking.com по всему миру станут доступны для клиентов «Випсервиса» в начале 2017 г., предоставляя выбор от традиционных гостиниц до уникальных квартир, домов и V&B – все по доступным ценам. Был сделан первый важный шаг на пути к реализации партнерства в корпоративном бизнесе: с помощью B2B платформы «Портбилет» контент Booking.com станет доступным для корпоративных клиентов.



На фото Анна Кузнецова, управляющий партнер корпоративного бизнеса «Випсервис»

Renaissance Moscow Monarch Centre Hotel

«ВМЕСТЕ МЫ СТАНЕМ ЛУЧШЕ!»



В октябре в гостинице Renaissance Moscow Monarch Centre Hotel прошло мероприятие «Вместе мы станем лучше!», посвященное историческому событию, которое произошло в компании Marriott Intl 23 сентября 2016 г. «Марриотт» и «Старвуд» объединились, сформировав крупнейшую гостиничную компанию в мире. Этот вечер был посвящен поздравлению гостей и сотрудников Renaissance Moscow Monarch Centre Hotel, а также всех других отелей мира, представляющих новую большую семью. Благодаря слиянию объединенная компания Marriott + Starwood теперь обладает самым широким портфолио брендов, охватывая все сегменты потребительского спроса от миллионов до студентов, самой глобальной территорией обслуживания и самой обширной программой лояльности. Теперь участники объединенной программы лояльности Marriott Rewards + The Ritz-Carlton Rewards + Starwood Preferred Guests смогут воспользоваться новыми преимуществами, позволяющими накапливать и использовать свои бонусы в 5700 отелях, в более чем 110 странах мира. Об этом и рассказал генеральный менеджер отеля **Армин Эберхард** в своей приветственной речи к собравшимся гостям и сотрудникам отеля. Декорации лобби и Аллего Бар в заданной тематике помогли создать торжественную и одновременно нарядную и непринужденную атмосферу, которая поспособствовала активному общению присутствующих.

Антон ГАЛАТЕНКО.  
Мы давно  
выбрали свой путь

Каким может быть офис компании – лучшего организатора инсентив-программ в России по версии RBT&MA? Очевидно, небанальным, но увидеть там выставку фотоаппаратов разных эпох и охотничьих трофеев было совсем неожиданно. Впрочем, компания Business Travel Bureau любит и умеет удивлять своих клиентов. О том, как именно, а также о подходах к оптимизации бюджетов, работе в кризис и организации бизнес-поездок для топ-менеджеров крупных компаний, рассказывает генеральный директор Business Travel Bureau Антон ГАЛАТЕНКО, а также руководитель MICE-департамента Алена ЭЙВЕЛ и управляющий директор Кирилл КОЗИНЕЦ.



Антон ГАЛАТЕНКО, генеральный директор Business Travel Bureau

□ У вас удивительный офис, он произвел на меня впечатление скорее частного клуба. Заметила много картин, антикварных фотоаппаратов, африканских артефактов.

Офис действительно уютный. К этому приложили руки многие наши коллеги, ведь работа у нас интересная, творческая, и люди, соответственно, тоже.

□ Судя по табличкам на дверях в коридоре, по которому мы шли в переговорную, вы занимаетесь не только деловым туризмом, MICE, но еще и FIT и деловой авиацией. Расскажите, пожалуйста, об этом.

Верно. В нашей компании с начала 1990-х мы развивали несколько направлений смежного, но разного бизнеса. Начинать мы, как и многие первооткрыватели, с продажи авиа- и железнодорожных билетов, туризма. Наша розничная сеть включала более 20 офисов по продаже.

Позже, в 2005 г., появились наши онлайн-проекты (cyberkassa и eticket). Параллельно мы активно развивали бизнес по обслуживанию корпоративных клиентов и организации мероприятий.

В процессе реорганизации, в 2012 г., мы поменяли название на Business Travel Bureau, вывели корпоративный бизнес в отдельную структуру в связи с его ростом. Онлайн-проекты мы переориентировали также в корпоративный онлайн и модернизировали его с помощью наших новых партнеров. На сегодняшний день он самый лучший с точки зрения функционала и возможностей развития.

□ Как вы себя чувствуете сейчас, в кризис?

Бизнес рос и укрупнялся, в него вливались другие компании. Рост есть и сейчас на уровне 10–15% в год. В основном за счет новых клиентов.

□ А что с другими проектами? Они по-прежнему существуют?

Не просто существуют, а вышли на новый уровень. В настоящее время каждое направление работает в рамках группы компаний как отдельное юридическое лицо. Но договор достаточно подписать с одной компанией, чтобы получить сервис и эксклюзивные условия по всей группе.

В частности, это деловая авиация («Перемена авиа»), JET24 – лидеры рынка деловой авиации). Опыт в разных областях помогает нам оказывать отличный сервис для клиентов. Ведь у нас есть и корпоративный консердж и FIT-направление. А, например, организация поездок для первых лиц и важных партнеров крупной компании находится на стыке нескольких направлений нашего бизнеса. Поэтому мы успешно решаем задачи разной степени сложности. Но тема нашей сегодняшней встречи, насколько я понимаю, деловой туризм и MICE?

□ Да, вы как раз подняли интересную тему. Расскажите о таких поездках для топ-менеджеров компаний.

Из последнего: Африка, гастрономическая поездка с элементами экстрима или, например, «Формула-1» в Англии с последующим шопингом с персональными ассистентами.

Одной фантазией и креативом здесь не возьмешь, хотя у нас они безусловно присутствуют. Помогает большой опыт, суперпрофессиональная команда, наработанная годами сеть проверенных партнеров.

□ Какие еще направления сейчас востребованы?

Сейчас популярны поездки по регионам России, а также в Армению, Грузию, Азербайджан.





Антон ГАПАТЕНКО, генеральный директор Business Travel Bureau  
Алена ЭЙВЕЛ, руководитель МСЭ-департамента  
Кирилл КОЗИНЕЦ, управляющий директор

**У вас только эксклюзивные VIP-поездки или массовые тоже есть?**

Если можно назвать массовой поездкой выезд 1500 сотрудников фармацевтической компании со своей чартерной программой, то да. Регулярно. Но дело не в количестве, а в том, что опыт по обслуживанию VIP-клиентов ретранслирован на всех наших корпоративных клиентов и дает отличный результат. Ведь уровень сервиса, сложность, многозадачность поездки, коммуникации и логистика, все, с чем успешно справляются наши специалисты, не позволяет нам снижать планку при решении более тривиальных задач.

**А как это отражается в таком случае на ваших ценах. Не приводит ли наличие большого количества специалистов к удорожанию услуг?**

На ценах это отражается, но в сторону их уменьшения.



**Как это может быть?**

Дело в том, что мы не пошли по пути многих агентств, работающих за счет оборотов, и не раздуваем штат большим количеством бюрократов и низкооплачиваемых сотрудников. Им уже не помогает ни тайм-менеджмент, ни переезд подальше за ТТК, ни отказ от виз или других услуг. Они слишком большие и неповоротливые, негибкие. Каждый нестандартный запрос, каждое отступление от намеченного плана создают проблемы их клиентам. У нас тоже есть, назовем его низкобюджетный, сервис, когда при большом количестве транзакций клиент получает низкие сборы, но лимитированный сервис. Это наш корпоративный ОВТ (онлайн).

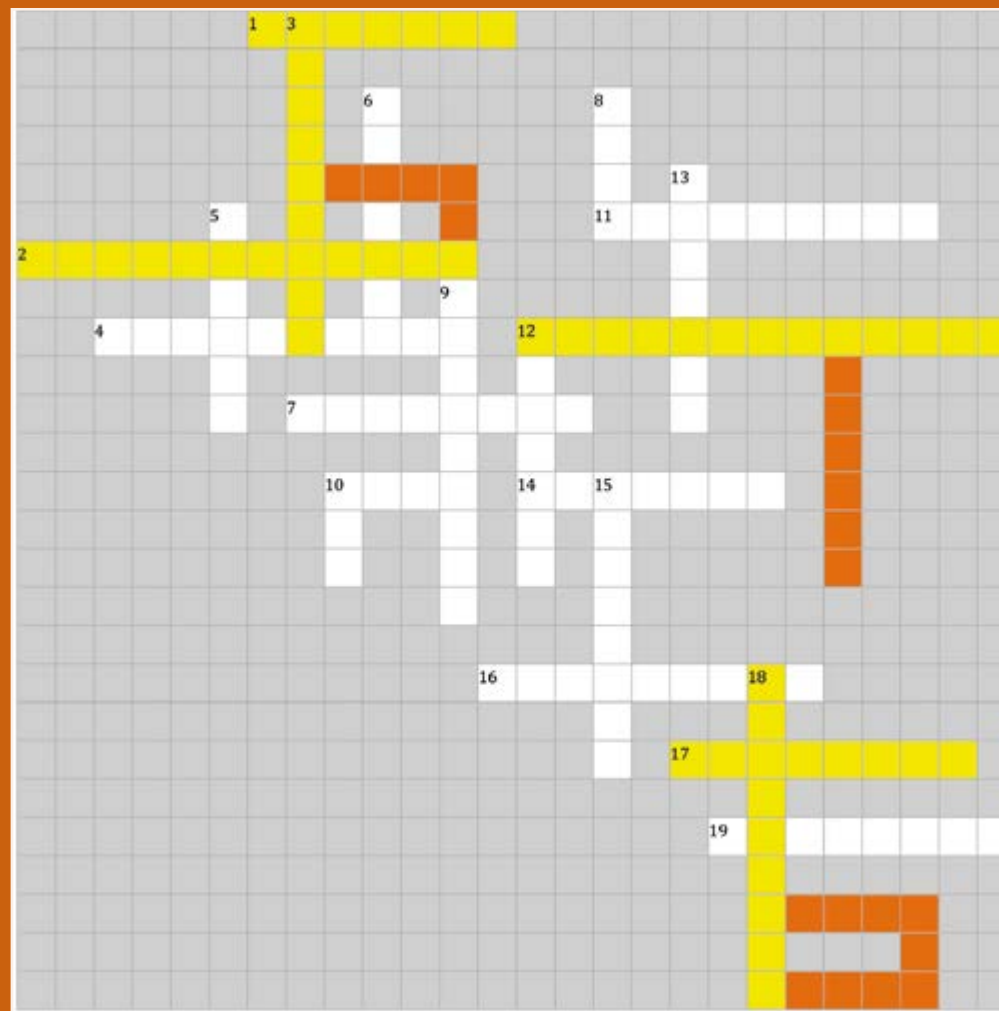
Если клиенту нужен настоящий сервис, внимательное отношение ко всем его заказам, гибкость, индивидуальный подход, персональные менеджеры, круглосуточное обслуживание и служба одного окна, оперативность – это к нам. Мы на этом специализируемся.

Чтобы этого достичь, мы идем по своему пути. Все наши учредители вовлечены в бизнес. Это дает сокращение бюрократии, быструю обратную связь, повышенное внимание к важным вопросам клиентов. Вместе с бюрократией сокращается и многочисленный штат супервайзеров, директоров департаментов и прочих высокооплачиваемых, но низкоэффективных сотрудников.

Наши менеджеры сами являются по сути супервайзерами с широкими полномочиями, инициативой и блеском в глазах. Их труд хорошо оплачивается, но в целом по компании при такой бизнес-модели расходы у нас меньше, чем у конкурентов, а мотивация выше. Поэтому и сервис лучше и экономия для клиентов больше.

**Это объективно очень интересно. Но время наше подошло к концу, вижу, что уже заглядывает в переговорную ассистент. Спасибо вам за интервью.**

Спасибо и успехов вашему замечательному изданию!



Компания Business Travel Bureau проводит конкурс, в рамках которого победители, разгадавшие и заполнившие верно кроссворд, получают ценные призы (чехлы американской компании WINECASE для перевозки стеклянных сосудов и хрупких предметов в багаже), а первый, заполнивший верно весь кроссворд и приславший нам его оригинал или копию, получает возможность бесплатного перелета для двоих пассажиров в город (см. п.10). В конкурсе могут принимать участие только представители компаний, являющихся потенциальными заказчиками трэвел-услуг. Представители агентств к конкурсу не допускаются. Даже если вам не удалось полностью разгадать и заполнить данный кроссворд, вы все равно имеете шанс получить призы. Вы можете отправить скан заполненного кроссворда по электронной почте на [info@btbmoscow.ru](mailto:info@btbmoscow.ru) с указанием вашей должности и названия компании или вызвать нашего курьера и передать ему заполненный кроссворд с приложением ваших контактных данных.

**ПО ГОРИЗОНТАЛИ:**

1. Название корпоративного автодрома недалеко от Лондона (организован бывшим пилотом «Формулы-1»), на котором мы организовали гонки для сотрудников и партнеров нашего клиента.
2. Сеть первоклассных отелей, с которой сотрудничает в качестве поставщика деловых поездок БТБ в рамках программы Exclusive Collection.
4. Первое название собственной онлайн-системы компании БТБ, разработанной в 2007 г.
7. Заимствованное из английского языка слово, обозначающее проверки на конкурентоспособность предлагаемых поставщиком цен с помощью запроса у других поставщиков.
10. Город в РФ с развитой туристической инфраструктурой, где можно организовать корпоративную регату одновременно для 50 сотрудников компании.
11. Авиакомпания (RIP), которая позволила организовать перевозку 500 сотрудников нашего клиента одновременно одним бортом.
12. Время работы офиса БТБ.
14. Столица бывшей республики СССР, пользующаяся спросом у наших клиентов для проведения конференций и инсентив-поездок.
16. Раздельное ведение расходов по разным подразделениям или филиалам одной компании в нашей онлайн-системе.
17. Авиакомпания, в разработке корпоративных и трехсторонних договоров которой принимали участие сотрудники нашей компании.
19. Название водопада, прыжки с тарзанки в который входили в программу поездки нашего клиента в Замбию и Зимбабве.

**ПО ВЕРТИКАЛИ:**

3. Латышский национальный перевозчик, интересы которого представлял персонал БТБ.
5. Фамилия руководителя курьерской службы БТБ (морфема, несущая лексическое значение слова).
6. Глобальная система бронирования (GDS), занимающая лидирующие позиции, чей приз в номинации «Наиболее динамично развивающаяся компания» выиграло БТБ.
8. Где (на чем) находится бронирование, ожидающее своего подтверждения?
9. Срок, установленный до отмены бронирования или выписки билета.
10. Аббревиатура, описывающая договор на предоставление определенного уровня сервиса.
12. Отель в Канне, принадлежащий международной сети, в котором проходил практику наш управляющий директор.
13. Место в России, отлично подходящее для сафари на джипах и экстремального отдыха.
15. Поощрительная мотивационная поездка.
18. Страна с отличной отельной базой, но туманными перспективами.





## ПРИГОТОВЬТЕСЬ К НЕЗАБЫВАЕМОМУ ПУТЕШЕСТВИЮ В ГОРОД ВОСТОРГА!

Деловой туризм наряду с решением вопросов бизнеса по-прежнему занимается обогащением внутреннего мира, расширением кругозора и развитием культуры представителей самых разных профессий, которые путешествуют по России.

### ОРЁЛ ТУРИСТИЧЕСКИЙ

В этом году г. Орёл отмечает своё 450-летие. Он всегда привлекал туристов богатой историей, интересным литературным прошлым и красотой заповедных мест. Орловский краеведческий музей, основанный в 1897 г., являлся одним из первых губернских музеев в Российской империи. Сейчас в его фондах хранится более 170 тысяч уникальных предметов всех исторических периодов развития края. Любителей

русской классической литературы порадуют экскурсии в Дом-музей Н.С. Лескова, находящийся в дворянском особняке 1874г. (единственный в России литературный мемориальный музей этого великого русского писателя) и литературно-мемориальный музей И.А. Бунина, где представлены редкие материалы, подлинные рукописи, автографы, книги, прижизненные портреты... Особый интерес у туристов вызывает поездка в Государственный мемориальный и природный музей-заповедник И.С. Тургенева «Спасское-Лутовиново». Это

редкая возможность увидеть исторически сложившийся комплекс усадебных строений. Кроме дома, в котором писатель провёл юные годы, здесь расположен и храм Спаса Преображения Господня, где венчались родители И.С. Тургенева. А любителей живой природы не оставит равнодушными загородная экскурсия в «Орловское Полесье». Национальный парк включает в себя обширный зоологический комплекс. Здесь обитает более 900 видов растений и более 270 видов животных, в том числе и редкие, те, что занесены в Красные книги разных уровней.

### ГОРОД В ГОРОДЕ

В Орле расположен уникальный Туристический многофункциональный комплекс «ГРИНН», который не только располагает возможностями для организации экскурсионных поездок в музеи и заповедники Орловщины, но и сам является своего рода достопримечательностью. Неслучайно этот комплекс называют «городом в городе». Сегодня ТМК «ГРИНН» - это 212000 кв.м. площади, где созданы все условия для туристического отдыха, развлечений и шоппинга.

Прогуливаясь на свежем воздухе по территории, прилегающей к ТМК «ГРИНН», можно попасть в удивительный мир, полный чудесных открытий. Ведь здесь расположены уникальные культурные объекты. Например, согласно легенде, фотографироваться на фоне колоннадной композиции «Вера.Надежда.Любовь» - к семейному благополучию. Неслучайно это место так привлекает молодожёнов, участвующих в свадебных фотосессиях. Оригинальные снимки (на память о своём путешествии в ТМК «ГРИНН») легко сделать и в литературном сквере со скульптурами знаменитых писателей. Например, Иван Сергеевич Тургенев доверит поддержку за своё ружьё. А его верного пса туристы обязательно глядят по носу - это тоже хорошая примета. Пара шагов - и Вы переместитесь во времени, попав в начало XX века, ведь именно под эту эпоху стилизована площадь «Вокзал для туристов» с паровозом и ретро-вагоном с надписью «Орёл-Париж». Не оставит никого равнодушным и единственная в России гротескная скульптурная композиция «Чиновник и Предприниматель», которая символизирует быстротечность времени и прекращение вечной борьбы ради общих целей. А в 2016 году рядом появилась городская жанровая скульптура «Гид-экскурсовод» - бронзовая девушка, указывающая рукой на уже известную достопримечательность «Чиновник и Предприниматель». Впервые в нашей стране, а возможно - и в мире, таким образом, был воспет труд работников музеев, галерей и туристических компаний. Здесь каждый турист сможет оказаться в экскурсионной группе единственного в России бронзового гида. А перед входом в кафе «Боярское» гостей ждёт сказочное хитросплетение вымысла и истории - скульптурная группа из трех бронзовых фигур «Орел-Основатель». В центре - величественная статуя орла, высотой 5 метров. Два других образа - стрельцы, облачение и оружие которых полностью соответствует той эпохе (XVI век). Этот монумент напоминает об основании Орла, и он уже стал одним из ярких символов города. История скульптурной композиции «Семья», установленной перед торговым центром комплекса «ГРИНН», не записана в летописях, но уже становится народным преданием. «Семья» символизирует крепкий союз, истинную любовь, счастливое материнство и отцовство. Прогулка на свежем воздухе по окрестностям города восторга принесёт массу положительных эмоций. Не

менее приятными окажутся и развлечения под крышей ТМК «ГРИНН».

### ВСЁ ДЛЯ ОТДЫХА, РАЗВЛЕЧЕНИЙ И ПОДНЯТИЯ КОРПОРАТИВНОГО ДУХА

На единой территории удобно располагаются гостиницы и торговые центры, ночные клубы и рестораны, бизнес- и спортивный центры, конгресс-холл, боулинг, бильярд и парк развлечений с игровыми автоматами, кинотеатр, караоке-клуб и музей г.Орла «От основания и затем...». Для удобства гостей комплекса работают парковки, лифты, воздушные переходы... Можно легко попасть из одной части комплекса в другую, не выходя на улицу.

Гости, проживающие в гостиничном комплексе «ГРИНН», могут бесплатно посещать фитнес-центр премиум-класса, а водно-термальную зону «ГРИНН СПА» - со скидкой 50%. Сочетая развлечения и деловую активность, многие компании предпочитают максимально эффективно использовать возможности ТМК «ГРИНН». Не секрет, что корпоративный отдых не менее полезен для успешной работы, чем трудовые будни. Чтобы организовать утреннюю зарядку для всего коллектива или «весёлые старты» достаточно воспользоваться услугами Спортивного центра. Для соревнований по боулингу прекрасно подойдут два зала, оборудованных по последнему слову техники, в боулинг-клубе «Коктейль». Чтобы вместе с коллегами исполнить любимые песни, можно отправиться в караоке-клуб «НОЧЬ» с профессиональным звуковым оборудованием. Подобные корпоративные мероприятия способны сплотить коллектив, дать заряд бодрости и создать крепкие отношения на долгие годы.

Среди популярных развлечений стоит также отметить просмотр новинок русского и зарубежного кинематографа в одном из 8-ми залов кинотеатра «ГРИННФИЛЬМ» и шоппинг в магазинах и бутиках модных брендов в торговых центрах комплекса.

ТМК «ГРИНН» сделает знакомство с г. Орлом увлекательным приключением, а многочисленные возможности комплекса позволят организовать и проживание, и питание, и деловые мероприятия, и весёлый досуг.

Гостиничный комплекс радушно встретит каждого гостя. Здесь есть всё необходимое для комфортного решения деловых вопросов в обстановке уюта и доброжелательности, а также для хорошего отдыха. В гостиничный комплекс «ГРИНН» входят: 12-этажная гостиница бизнес-класса, гостиница «5 звёзд», природно-ландшафтный VIP-отель «Орловское Помесье», бизнес-центр, ресторан «ГРИНН» с европейской кухней, а для отдыха и релаксации предусмотрен Оздоровительный комплекс «ГРИНН СПА». Конгресс-холл и бизнес-центр всегда к услугам гостей, чтобы провести деловые мероприятия любого формата - от камерного совещания до масштабного действия с 2000 участников, от кофе-брейков и деловых обедов на летней веранде итальянского ресторана «Мезонин» до ужина в стиле чайной церемонии в японском зале ресторана «Фьюжн».

Сегодня для России важно развивать внутренний туризм. Приоритет этой задачи не раз подчёркивал в своих речах Президент РФ В.В. Путин. Такие компании, как ТМК «ГРИНН», способствуют развитию регионов и повышению их туристической привлекательности не только в глазах бизнесменов, которые регулярно отправляются в деловые поездки, но и в глазах всех жителей страны.

телефон: 8 800 700 75 00, [www.tmk-grinn.ru](http://www.tmk-grinn.ru)



# Уфа. Новый конгрессный центр России



Сегодня Уфа – это крупнейший административный, промышленный и культурный центр Южного Урала. Благодаря удачному географическому положению – на стыке Европы и Азии, а также развитой транспортной инфраструктуре город является транспортным узлом в центре России.

Подготовила Александра ЗАГЕР

## ГОСТЕПРИИМНЫЙ ГОРОД

Летом 2015 г. Уфа принимала сразу два крупных политических мероприятия – саммиты ШОС (Шанхайской организации сотрудничества) и БРИКС (англ. BRICS – сокращение от Brazil, Russia, India, China, South Africa). Однако подготовка к этим двум событиям длилась несколько лет и подарила городу, в числе прочего, отличную инфраструктуру деловых встреч.

Так, например, было реконструировано здание Конгресс-холла, построен новый международный терминал аэропорта, начались работы по благоустройству набережной. В городе появились новые отели таких известных гостиничных сетей, как Hilton Hotels, Sheraton и Holiday Inn.

В сентябре текущего года проект BE IN RUSSIA при активном участии своего партнера в Башкирии компании «Офис-группа Республики Башкортостан» провел информационный тур в Уфу. Участниками поездки стали представители корпоративных заказчиков (крупные иностранные и российские компании) и профильных СМИ Москвы.

За три дня гости посетили 11 объектов и лично оценили конгрессные и инсентив-возможности таких гостиниц, как «Президент Отель», Sheraton Ufa Hotel, «Башкирия», «Azimut Отель Уфа», Holliday inn Ufa, ресторанного комплекса Dasko Garden, «Олимпик-парка» с горнолыжными спусками, ВДНХ-ЭКПО и ипподрома «Акбузат».

## МЕСТА ВСТРЕЧ

Из окон Конгресс-холла открывается прекрасный панорамный вид на набережную и реку Агидель. Впрочем, его посетителям, как правило, некогда смотреть в окна. Это крупнейший в России конгрессный центр, включающий в себя концертный зал на 745 мест, 12 многофункциональных конференц-залов вместимостью от 50 до 250 человек; три первоклассных ресторана вместимостью 50–400 человек; три переговорные VIP-комнаты, а также выставочное пространство общей площадью 3500 кв. м.

Конгресс-холл имеет единственный в России зал с раскрывающимся на экстерьер задником сцены, оставляющий организаторам полную свободу в режиссуре мероприятия.

Все конференц-залы оснащены оборудованием, соответствующим новейшим техническим и информационным разработкам. Техническое оснащение позволяет проводить здесь видеоконференции.

Как правило, площадку используют для организации конгрессов, форумов, конференций, семинаров, выставок, деловых встреч, официальных и торжественных приемов и церемоний, концертов, корпоративов и свадеб.

В этом году Конгресс-холл стал лауреатом премии Russian Business & MICE Award 2016 в номинации «Лучший конгрессный центр России».

Другая конгрессно-выставочная площадка – ВДНХ-ЭКПО – располагает конгресс-залом на 315 мест, двумя конференц-залами на 60 и на 100 человек и четырьмя выставочными залами. Общая площадь комплекса – 13500 кв. м.

## ДОМА ВДАЛИ ОТ ДОМА

В Уфе активно развивается гостиничная инфраструктура, которая является одним из необходимых элементов успешного функционирования города как MICE-направления.

Отели Уфы осуществляют контроль качества обслуживания гостей, приема и размещения в соответствии с установленными международными стандартами.

Всего в городе функционирует 94 отеля. Sheraton Ufa Hotel, построенный к саммитам ШОС и БРИКС, имеет 14 конференц-залов и 161 номер. На парковке отеля можно заряжать электромобили. Hilton Garden Inn Ufa Riverside обладает 167 номерами и четырьмя конференц-залами, а гостиница «Башкирия» может похвастаться шестью конференц-залами и 211 номерами. Holiday Inn Ufa – это 193 номера и пять конференц-залов. В крупнейшем в Уфе гостиничном комплексе «Президент Отель» 237 номеров различных категорий и четыре конференц-зала вместимостью 500, 300, 100 и 20 человек. «Azimut Отель Уфа» имеет пять конференц-залов вместимостью до 350 человек, банкетный зал для 350 персон и переговорные комнаты. В отеле 190 номеров. В «Azimut Отель Уфа», как и в других отелях сети, действует философия SMART, где S – сетевые стандарты, M – мультифункциональность, A – атмосфера уюта, R – ритм города, T – тренды дизайна. Время в пути от аэропорта до каждого из этих отелей составляет 20–30 минут.

## УСПЕТЬ ЗА ТРИ ДНЯ

Трехдневная программа для изучения MICE-возможностей Уфы оказалась продуманной и очень насыщенной. Участники отдали должное еще одному наследию саммитов ШОС и БРИКС – парку «Ватан». Основным объектом парка является этнодеревня с семью юртами, каждая из которых отражает самобытность региона: здесь и национальные костюмы, и домашняя утварь, и изделия народных промыслов, и дары недр Уральских гор, и знаменитый башкирский мед, и многое другое. Поэтому экскурсия по парку «Ватан» с мастер-классом по стрельбе из лука и ужином в национальном стиле от ведущей кейтеринговой компании Уфы «Ля Фэт» в юрте парка «Ватан» никого не оставила равнодушным.

Нельзя не отметить и дегустацию пива в ресторанном комплексе Dasko Garden, сваренного под руководством немецкого пивовара из Мюнхена,



Международный аэропорт «Уфа» – современный авиационный комплекс, способный принимать воздушные суда всех типов. Международный аэропорт «Уфа» – первый региональный аэропорт России, подтвердивший свое соответствие производственным стандартам ISAGO (IATA Safety Audit for Ground Operations), получил звание «Аэропорт года» на ежегодной премии «Крылья России – 2015», был признан лучшим международным аэропортом с пассажиропотоком до 4 млн человек и лучшим по итогам пассажирского голосования в конкурсе «Воздушные ворота России». Пропускная способность внутреннего терминала – 600 пассажиров в час, международного терминала – 800 пассажиров в час.

катание на лошадях на ипподроме «Акбузат», посещение музея и пешую тематическую экскурсию «Советская Уфа». Таким образом, участникам удалось прочувствовать атмосферу города, испытать на себе все event-и MICE-возможности Уфы.

## Константин ПАТРИН, директор по развитию проекта BE IN RUSSIA

Уфа привлекательна для деловых путешественников благодаря хорошей транспортной доступности, развитой инфраструктуре. В столице региона регулярно проводятся крупные международные форумы и профильные выставки. Благодаря самобытной культуре, обычаям и национальной башкирской кухне, здесь можно провести очень интересные инсентивы и тимбилдинги. Стрельба из лука, скачки на лошадях, мастер-класс по изготовлению блюд местной кухни пользуются большой популярностью среди организаторов мероприятий. Разумеется, широко используется и тема башкирского меда. Кроме того, большим интересом как у деловых, так и обычных туристов пользуются такие местные события, как Международный фестиваль искусств «Сердце Евразии» и фестиваль «Симфоническая ночь».





# Беларусь.

## Нужна эффектная подача

Большая часть экспертов уверена: Республика Беларусь уже располагает необходимой для проведения бизнес-мероприятий любого уровня инфраструктурой. А вот системного продвижения как деловой туристической дестинации, а также ее «оформления» и представления в соответствии с требованиями современности явно не хватает.

Подготовил Владимир СЕРГАЧЕВ

### ПОЧЕМУ?

«Главная проблема – недостаточная информированность клиентов, – уверен **Анатолий Акантинов**, руководитель минского Центра стратегического развития «Маркетинговые системы». – Клиенты не знают о возможностях Минска и Беларуси в целом, беспокоятся за сервис и хотят видеть «фишки». Все это есть, но как может принимать решение специалист, если он ни разу не был в Минске?»

«В странах СНГ не осведомлены о возможностях Минска, – соглашается генеральный директор IBC Corporate Travel **Анатолий Курюмов**. – Стране и городу необходимо больше рассказывать об их прекрасной инфраструктуре и историческом наследии. Благодаря ознакомительной поездке я сам открыл Беларусь с иной стороны и стал воспринимать это направление серьезнее».

Поддерживает коллег и **Оксана Бичун**, генеральный директор белорусского офиса туристической компании «Солвекс». «Для нас Россия является основным, но парадоксально мало знающим о MICE-возможностях Беларуси рынком, – констатирует она. – А ведь рекламы никогда не бывает много... От белорусских операторов ждут продуктов MICE, но многое предстоит сделать для того, чтобы к нам с деловыми целями поехали».

«Направление, действительно, малоизвестное и многообещающее – мы сейчас ведем переговоры с партнерами на предмет организации клиентского мероприятия, посвященного этой стране», – говорит **Елена Демидова**, руководитель отдела деловых встреч компании MахіMICE.

### ПРИМУТ КАК РОДНЫХ

Официальная статистика говорит о том, что в 2015 г. в Беларуси насчитывалось 539 средств размещения, включая 338 гостиниц (только в Минске их 47). Если учесть, что в стране имеется 475 санаторно-курортных и оздоровительных организаций, а также десятки крупных деловых площадок, способных принять бизнес-события практически любого уровня, в том, что государство готово это делать, сомнений нет. Многие объекты располагают современной инфраструктурой, «заточенной» под прием деловых гостей. По оценке Анатолия Акантинова, за последние два года она значительно приросла и в Минске, например, сейчас насчитывается около 10 отелей, до пяти крупных конференц-залов, а также более 10 загородных объектов, ориентированных на обслуживание бизнес-событий. В числе последних – Логойск, Силичи, Сула, Дукора, Дудutki, Станьково, Веста и др.

Среди новинок – введенный в строй в мае 2016 г. отель «Минск-Марриотт», в котором имеются 217 номеров (6 категорий вплоть до Президентского люкса) и 8 конференц-залов вместимостью от 10 до 600 человек.

В декабре в центре Минска будет введен в строй отель Doubletree By Hilton Minsk (193 номера, бальный зал и три конференц-зала вместимостью до 500 гостей), а в скором времени появится и Hyatt Regency.

Есть ли другие крупные площадки, годные для деловых мероприятий? Есть. В их числе гордость республики – комплекс Национальной библиотеки. Который, кроме во многом уникальных библиотечных параметров и смотровой площадки на высоте 72 м, располагает международным пресс-центром и конференц-залом на 450 мест.

А для более масштабных мероприятий можно использовать в деловых целях и такие объекты, как многофункциональный спортивный «Минск-арена», а также выставочный комплекс «БелЭкспо». Или Falcon club с 15-зальным кинотеатром (в том числе для деловых мероприятий) и аренной с раздвижными трибунами, вмещающими при театральной рассадке до 3 тыс. человек. Кроме того, открыл двери для делового туризма и дворцово-замковый комплекс «Несвиж», предоставляя в пользование три конференц-зала в исторических интерьерах.

«Столица может предложить деловым путешественникам размещение и проведение мероприятий как в отелях известных брендов (Crowne Plaza, Renaissance, Marriott), так и в независимых гостиницах, которые предоставят не менее качественное обслуживание («Виктория 1 и 2», «Виктория Олимп», «Минск», «Пекин» и «Президент»), – отмечает заместитель директора компании «БеларусТурСервис» **Дарья Мельникова**. – Но не только столица может быть интересна для MICE-туризма. В Бресте отличный сервис для размещения и проведения мероприятий предоставит отель «Эрмитаж», а в Гродно – «Крон Парк Отель».

«Побывав в этом году в Беларуси, убедился, что должный уровень качества услуг может быть обеспечен, – говорит Анатолий Курюмов. – Много новых объектов, включая отели уровня 4\* и 5\* класса «люкс», которые поражают ультрасовременностью и технологичным подходом к организации пространства».

Имеются в Беларуси и профессиональные организаторы, способные провести деловой форум любого уровня. «Структур, которые занимаются только MICE, в Беларуси, наверное, нет, так как пока нет стабильного спроса на такие услуги, – констатирует Анатолий Акантинов. – Как правило, на MICE концентрируются компании, близкие к тематике по своему направлению работы».

Например, специализирующиеся на выездном туризме («Праймтур», «БеларусТурСервис», «Виаполь»), совмещающие его с выездным («Санни Трэвел», «СМОК

трэвэл», «Солвекс», «Вокруг Света», «Центр курорт», «ТОП ТУР» и другие), а также сконцентрировавшие усилия на организации ивентов и форумов (ТДИ, «Отраслевые форумы», «Деловые идеи» и пр.).

По оценке эксперта, на рынке делового туризма РБ все большую роль начинают играть отели (особенно в проведении конференций), а также российские MICE-компании, самостоятельно проводящие мероприятия. «В целом можно говорить о наличии около 30 (активных – до 10-ти) компаний, которые занимаются MICE», – резюмирует руководитель минского Центра стратегического развития «Маркетинговые системы» Анатолий Акантинов.

В свою очередь, Анатолий Курюмов констатирует, что «предложение по организации MICE в Беларуси представлено очень хорошо». «Оно исходит и от специализированных игроков рынка, и от компаний, для которых организация деловых мероприятий является одним из направлений в общей работе (маркетинговые или туристические агентства), – замечает он. – Активную позицию в развитии этого направления занимает и проект MICE in MINSK, который является консолидатором и, можно сказать, открывает рынок». Что касается «фишек», то они тоже имеются. Например, открытием года стала экскурсия по предприятию и катание на самом большом грузовике в мире БелАЗ. Дворцово-замковый комплекс «Несвиж» предлагает провести квест на историческую тему. А для активного времяпрепровождения появились такие новые программы, как сдача норм ГТО и катание на танке времен Великой Отечественной войны, историческо-анимационная программа «От шляхты до королей», гастрономические туры и мастер-классы.

«В Беларуси можно с легкостью воплощать нестандартные творческие подходы в организации мероприятий, проводя конференции, презентации и семинары не в конференц-залах при гостиницах, а, скажем, в замках или усадьбах, – считает Анатолий Курюмов. – Кроме того, в республике прекрасные пейзажи и дороги – это рай для представителей автомобильной промышленности, где можно проводить презентации новинок».

Согласна с наличием плюсов для организации бизнес-мероприятий в Беларуси и руководитель отдела деловых встреч компании MахіMICE **Елена Демидова**. «Это достаточное количество гостиниц для организации мероприятий сегмента MICE, хорошие конференц-возможности, а также отсутствие необходимости получать визу и доступные цены на перелет, – констатирует она. – Есть и национальная самоидентификация (к примеру, на заводе «БелАЗ» можно не только провести экскурсию или квест, но и организовать фуршет на автомобиле-гиганте, историко-культурный комплекс «Линия обороны Сталина» – музей под открытым небом с возможностью реконструкций, а еще есть ремесленный комплекс с большим выбором исторических



На рынке делового туризма РБ все большую роль начинают играть отели (особенно в проведении конференций), а также российские MICE-компании, самостоятельно проводящие мероприятия.





мастер-классов и т. п.), которая позволяет организовывать разные типы мероприятий (в том числе инсентив-туры и различные виды тимбилдингов). Так почему же при наличии всего этого пока деловой туризм в РБ развит не так, как хотелось бы?

### ЕСТЬ ПРОБЛЕМЫ

Кроме системного продвижения на перспективных рынках, предусматривающего и активное формирование делового туризма РБ как конечного продукта с подачей его в привлекательной для потенциальных клиентов «обертке», в качестве проблем специалисты называют консолидацию на рынке делового туризма и создание уникальных предложений.

ной стратегии развития. А ведь создание портфолио страны в рамках делового туризма, а также конгресс-бюро – веление времени. К тому же, как считает эксперт, нужно создавать моду внутреннего потребления MICE, при которой возможности инфраструктуры страны использовали бы не только иностранцы, но и граждане Беларуси.

В свою очередь, Елена Демидова из MICE отмечает высокие цены на проживание для корпоративных групп в гостиницах уровня 5\* («Марриотт», «Ренессанс Минск», «Краун Плаза»), а также высокие цены на питание (средний чек в ресторанах – от 2000 рублей). «При этом работа некоторых гостиниц (в частности, выставление счетов в белорусских рублях) неудобна для документооборота», – замечает она.

При этом специалисты говорят о необходимости идти своим путем, находя те самые «фишки», которые сейчас так ценят организаторы деловых событий. «Необходимо создание продукта (готовых презентационных программ с разными концепциями мероприятий – промышленный туризм, агротуризм, исторические квесты), а также его продвижение», – считает Елена Демидова. «Надо найти «изюминки» и умело их продвигать», – уверен Анатолий Акантинов.

О чем идет речь? В первую очередь об уникальности. И БелАЗ – только одна из «изюминок». «Для организации интересного мероприятия в Беларуси необходима тщательная подготовка, сопровождение, создание эмоций – тогда любое из них будет незабываемым», – считает эксперт. В этой связи он уверен – главной особенностью страны могут стать белорусские душевность и радушие.

В свою очередь, Дарья Мельникова замечает, что РБ уже способна предложить что-то такое, чего нет у других.

Среди «фишек» региона – экскурсия по предприятию и катание на самом большом грузовике в мире БелАЗ. Дворцово-замковый комплекс «Несвиж» предлагает провести квест на историческую тему. А для активного времяпрепровождения появились такие новые программы, как сдача норм ГТО и катание на танке времен Великой Отечественной войны, историческо-анимационная программа «От шляхты до королей», гастрономические туры и мастер-классы.

«Пока деловой (MICE) туризм занимает в Беларуси незначительную часть – не более 10% общего объема туризма, – отмечает Анатолий Акантинов. – Но перемены к лучшему есть: за последние годы подтянулась инфраструктура, а в этом году начались и активные действия по продвижению. Результат не заставил себя ждать: в 2016-м рост на направлении, по оценкам экспертов, составил до 50%, а в следующем году ожидают и больше. Но при сохранении активного продвижения и развития инфраструктуры, наличия интересных предложений».

По его оценке, пока продвижение Беларуси как MICE-дестинации носит несистемный характер – нет внят-

Например, исторические реконструкции в «Парке-музее интерактивной истории Сула». Спортивные мероприятия, включая возможность проведения стрельбы, или такой экзотический вид спорта, как керлинг. Или даже танковый биатлон на Линии Сталина. Как считает Анатолий Акантинов, руководитель центра «Маркетинговые системы», «преимущества кроются в нашей уникальности». «Нужны креативные решения», – убежден он.

И если они дополняют такие факторы, как отсутствие визы, транспортная доступность, отсутствие языкового барьера и высокая степень безопасности, Беларусь вполне способна сделать на рынке MICE принципиальный рывок.

antormice 2017  
MICE

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

26

января  
четверг  
2017

Гостиница

The  
Ritz-Carlton  
Moscow

Meetings

Incentives

Conferences

Events

Площадки для мероприятий



Destination  
Management  
Company  
(DMC)

Конгрессы

Корпоративный  
туризм

Meeting Industry

Поощрительный  
туризм

Team  
building

Corporate  
Buyers



### 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  
ws@antormice.com  
www.antormice.com

### На посещение мероприятия приглашаются:

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





# Синан КОСЕОГЛУ. Мы за гибкий ПОДХОД

Синан КОСЕОГЛУ хорошо известен на российском гостиничном рынке, он был генеральным менеджером ряда крупных столичных отелей, а с недавнего времени возглавляет гостиницу «Марриотт Ройал Аврора». Уж он-то точно знает, в чем секрет успешного мероприятия в отеле, как привлечь в него корпоративных клиентов, и чем специфичен российский рынок.

Синан КОСЕОГЛУ,  
генеральный менеджер отеля «Марриотт Ройал Аврора»

□ **Отель, которым вы управляли до недавнего времени, получил престижную награду RBT&MA как «Лучшая конгрессная гостиница категории 5 звезд». Что вы намерены предпринять, чтобы в будущем году эту награду получил отель «Марриотт Ройал Аврора»?**

Мне очень важно получать обратную связь от гостей, от наших клиентов, знать, что нравится, а что не очень устраивает. Практически каждое утро я бываю в конференц-зоне отеля, чтобы лично пообщаться с организаторами мероприятий, выслушать их мнения. Это первое слагаемое успеха. А второе, не менее важное – у нас здесь отличная команда, благодаря которой наши услуги всегда на высоте. И мы никогда не останавливаемся на достигнутом, продолжая совершенствоваться.

□ **Велика ли доля деловых путешественников в отеле «Марриотт Ройал Аврора»? Можно ли сказать, что они – ваша целевая аудитория?**

Да, безусловно, это наша целевая аудитория. Я бы оценил долю корпоративных путешественников в 50% от общего числа гостей. Хочу заметить, что конкуренция в Москве высокая. Поэтому, несмотря на то, что база у нас хорошая, мы не прекращаем делать активные предложения новым клиентам. Среди наших преимуществ – отличный сервис, расположение в тихом центре Москвы. Мы – за гибкий подход, мы никогда не говорим «нет», никогда не создаем гостям трудностей. Может быть, поэтому гости нам доверяют и возвращаются раз за разом. Наша задача сделать любое мероприятие в отеле незабываемым для клиента, причем так, чтобы не доставить ему лишних хлопот. Гостю может забыть нас о чем-то предупредить или ему что-то бывает нужно очень срочно, наша задача – сделать это. И гостю совершенно незачем знать – как.

□ **Применяется ли в вашем отеле программа Marriott Meetings Imagined? Может быть, расскажете о ней на примерах?**

Да, конечно. На 2017 год для нашего отеля мы сделали новые пакетные предложения на основе Marriott Meetings Imagined. Один – для тренингов, другой – конференций, третий – для торжественных мероприятий. Это всеобъемлющее предложение, а не только, например, форма подачи кофе-брейка или расстановки столов. Мы активно внедряем эту программу в отеле, ведь она помогает выгодно выделяться на рынке.

□ **В чем секрет успешного мероприятия в отеле?**

Самое главное – планирование и организация. Важнее качественной предварительной подготовки нет ничего. Вы должны предусмотреть, что может пойти не по плану и как это исправить. Важно уметь держать перед глазами полную картину происходящего, понимать, что и когда может понадобиться, чтобы вовремя или дать совет организатору мероприятия, и принести необходимое. И обязательно в запасе должен быть не только план Б, но желательно еще В,Г,Д и так до последней буквы алфавита.

□ **Как избежать неприятных ситуаций в ходе мероприятий?**

Если у вас есть те самые планы на все буквы алфавита, неприятных ситуаций, вероятнее всего, удастся избежать. Могут быть и технические проблемы, и желание клиента в последний момент заменить одну форму рассадки на другую, например, вместо рассадки классом заказчик на мероприятие хочет посадить всех за круглые столы и сообщает об этом вечером накануне нужной даты. Слаженная работа команды отеля поможет в данном случае избежать конфликта. Или, уже просто по опыту скажу,

что если это мероприятие фармакологической компании, то на него часто приходит больше народу, чем ожидалось. То есть, если, условно, заявка на 100 участников, мы заранее рассчитываем на 120. Если ты умеешь думать хотя бы на шаг вперед, избежишь многих ошибок.

□ **Реализуются ли в вашем отеле программы с учетом национальной, культурной или религиозной принадлежности гостей? Такие как China friendly, например. Или Халяль-friendly?**

Мы пока не получали специальные сертификаты, но халяльное меню и соответствующая еда у нас есть. В ближайшее время я намерен получить для отеля специальный сертификат на такую кухню и для F&B менеджера. Что касается программы China friendly, то китайские туристы чаще приезжают к нам индивидуально, не с группой, и не так часто проводят у нас мероприятия, в то же время мы всегда пойдем навстречу пожеланиям гостей, если таковые будут.

□ **Насколько эффективны, на ваш взгляд, социальные сети в продвижении отеля?**

Это один из самых эффективных каналов коммуникации, который сейчас есть. Соцсети удачно дополняют прочие средства массовой информации. Вот взять даже это интервью, когда журнал выйдет, мы выложим фотографию с разворотом на наши странички в фейсбуке и в инстаграме с тем, чтобы его прочитало как можно больше людей.

□ **В чем специфика российского гостиничного и MICE-бизнеса?**

Российский рынок меняется очень быстро, за последние три года он менялся как минимум трижды. Давать ему характеристику – неблагоприятное занятие, потому что в любой момент все может кардинально измениться. И есть большая разница между Москвой и остальной Россией. Россия более традиционна, не такая динамичная, Москва – другое дело, здесь проще внедрить что-то новое, непривычное. С другой стороны, если в России в целом привыкли планировать мероприятия заранее, то в Москве можно получить запрос на проведение конференции на 200 человек за две недели до предполагаемой даты. И здесь это нормально. В любом случае, несмотря на все кризисы и потрясения, рынок и в России, и в Москве есть, он активный, развивающийся, и если никаких больше потрясений не случится, будет расти и дальше.

□ **«Марриотт Ройал Аврора» давний партнер Большого театра, кроме того, вы поддерживаете и другие культурные проекты. Почему?**

Наш отель расположен в самом центре культурной жизни Москвы. В двух шагах от нас Большой театр, Малый театр, МХТ им. Чехова, Московский академический музыкальный театр им. К.С. Станиславского и В.И. Немировича-Данченко. Это, кстати, одно из конкурентных преимуществ гостиницы. Наши гости с удовольствием посещают и премьеры, и просто спектакли этих театров. Партнерство с Большим театром вписывается в общий стиль отеля, я бы назвал это cosmopolitan life style, где театр – часть жизни, и нашей, и гостя.







© Park Inn by Radisson

# Концептуально

Несмотря на то, что отели были и остаются популярными площадками для MICE, с каждым годом клиенты становятся все требовательнее. И чтобы удержать старых деловых партнеров и привлечь новых, нужно предложить им нечто особенное. В результате еще несколько лет назад гостиничные сети сформировали комплексные концепции проведения деловых мероприятий, которые легко адаптируются под нужды конкретных клиентов.

## ПРЕДЛОЖЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГОСТИНИЧНЫХ СЕТЕЙ

Marriott International представляет платформу Meetings Imagined. Она, по свидетельству компании, «дает простор фантазии и вдохновению» и обеспечивает организаторов мероприятий новыми возможностями для создания нестандартных и запоминающихся событий. Используя колоссальный опыт сотрудников, которые провели больше 40 000 мероприятий и деловых встреч по всему миру – причем в соответствии со спецификой многочисленных брендов Marriott International, – компания проанализировала полученные данные и взяла на вооружение новые методики. Теперь вне зависимости от бюджета, размера и места проведения мероприятия, организаторы получают гораздо больший набор концепций и вариантов, чем когда-либо раньше. Новый подход подразумевает, по словам представителей Marriott, «свежий нестандартный взгляд» на организацию бизнес-событий. Платформа MeetingsImagined.com – это визуальный и социальный сайт, где можно найти:

- ✓ раздел методологии и целей мероприятий – то самое, что поможет организаторам сконцентрироваться на наиболее важном для успеха бизнес-события и создать идеальную атмосферу для участников;
- ✓ творческую фотогалерею-фототеку с тысячами кадров различных вариантов для размещения и рассадки, блюд и декора;
- ✓ «подсказки и тенденции» (Tips&Trends) – рассказы экспертов отрасли, а заодно статьи, где говорится о последних тенденциях в области организации мероприятий. Этот раздел постоянно обновляется и пополняется новыми примерами;
- ✓ идеи отелей: здесь легко найти нужную информацию о бренде, стране, гостинице, размере залов или оборудовании;
- ✓ «нашу историю», с информацией для организаторов. Тут аккумулируется огромный опыт Marriott, передовые средства и отельные бренды, которые поддерживают сайт MeetingsImagined.com. Много внимания уделяется планированию, поскольку каждый элемент важен. Сегодняшняя жизнь предполагает постоянную связь с внешним миром, – считают в компании, – это относится и к организаторам деловых событий. Так что Marriott International поза-

ботилась о том, чтобы обеспечить им доступ к облегчающим работу цифровым ресурсам. Приложение MeetingServicesApp связывает организаторов с командой Marriott по организации мероприятий до, во время и после события, позволяя делать запросы с мобильного устройства в реальном времени – вне зависимости от сути просьбы: нужно ли добавить кофе, изменить температуру в помещении, запросить поддержку персонала и т.д.

ResLinkDirect – это интерактивная веб-страница, позволяющая резервировать участие в мероприятии по групповым тарифам в режиме онлайн, предоставляющая информацию об отеле, а заодно помогающая организаторам добавлять необходимые детали в процессе мероприятия.

Упрощены и сопутствующие деловому событию процедуры: члены программы Marriott Reward, бронирующие размещение посредством приложения или на сайте Marriott.com, оперативно получают на смартфон подтверждения не только о резервировании, но и о готовности номера. Что приятно: в поездке каждая минута ценна. Также приложение напоминает гостю о времени выезда и «высылает» ему счет за пребывание в гостинице.

В числе столпов программы «Эволюция мероприятий» от The Carlson Rezidor в отелях Radisson: Brain Food («пища для ума»), Brain Box (новаторский подход к помещениям для деловых встреч), а также тщательная забота об экологии. Программа, следующая философии компании Yes, I Can!™, внедряется уже в сотнях отелей нескольких десятков стран Европы, Ближнего Востока и Африки.

«Пища для ума» (Brain Food) – это инновационное решение по организации питания, разработанное профессиональными шеф-поварами и диетологами. С тем, чтобы еда была не просто красивой и вкусной, как в дорогом ресторане, но к тому же легкой, питательной и «поставляющей» в мозг максимум витаминов и полезных веществ – ведь на деловых переговорах работать головой приходится втрое интенсивнее.

Приоритет отдается продуктам местного происхождения, подвергшимся минимальной промышленной обработке, с низким содержанием жира и сахара. Акцент делается на фрукты, овощи, рыбу.

Второй элемент – Brain Box – инновационная комната для мероприятий, составляющие дизайна и оснащения которой нацелены на повышение эффективности работы и стимулирование творческого потенциала участников. Выглядят «брейнбоксы» довольно необычно, в том смысле, что официозом там и не пахнет: часто по помещению разбросаны разнокалиберные скамейки, кресла и пуфы для сидения, а в ходе брейн-сторма расположившиеся тут и там делегаты запросто кидаются друг в друга мягкими мячиками, «передавая» друг другу пришедшие в голову идеи.

Третья составляющая концепции – бесплатный высокоскоростной доступ в интернет (куда же без него). Четвертый важный компонент – глобальная программа лояльности Club Carlson от Rezidor, позволяющая копить баллы и за проведение мероприятий. Ну и последний, пятый, подразумевает ответственный подход к экологии Think Planet. В частности, экономия ресурсов (замена бумаги и блокнотов на электронные носители) и т.д. Впрочем, другие лидеры мировой отельной индустрии не отстают. На сайте IHG есть целый раздел, посвященный организации и проведению мероприятий, а по брендам InterContinental и Crowne Plaza в наличии самостоятельные предложения.

В целом же программа для деловых клиентов от IHG опирается на три «кита»: исключительный сервис, подробнейшее информирование о выбранных дестинациях (включая интерактивные планы и «виртуальные туры» по бронируемым местам) и стратегию быстрого реагирования «два часа на ответ»: максимум через два часа вы получаете отклик на свой запрос о проведении делового события, а абсолютно полную раскладку по ценам и детальное предложение – в течение ближайших суток.

Позаботились в IHG и о хлебе насущном: питание в русле концепции Insider collection для делегатов



© Park Inn by Radisson



© Radisson Blu

**Креативный подход к подаче еды – важный аспект практически всех отельных MICE-концепций**

ВАШИ ОЖИДАНИЯ:

И ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ:

**ДИЗАЙН ОТЕЛЬ В САМОМ СЕРДЦЕ МОСКВЫ**

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

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

MERCURE является частью комплекса отелей **ADAGIO MOSCOW PAVELETSKAYA** Апартаменты

**IBIS MOSCOW CENTRE BAKHRUSHINA**  
Современные номера, ресторан и бар.

DISCOVER MERCURE **Mercure** HOTELS

MERCURE.COM MORE THAN 750 HOTELS AROUND THE WORLD

LE CLUB ACCOR HOTELS





У российских отельных цепочек разработок концепций для мероприятий не так много, но они есть и постоянно развиваются. По мнению отельеров, это освобождает организаторов от решения массы вопросов, ведь в пакет входят как услуги проведения деловых и корпоративных мероприятий, так и проживание, питание по системе «все включено» и пользование всей инфраструктурой отеля. На выходе получается полноценное сочетание работы и отдыха, что, безусловно, повышает эффективность мероприятия.

предусмотрен так называемый «лучший локальный опыт» – все самое вкусное, что может предложить выбранное для проведения мероприятия место: обеды, ужины, напитки и коктейли. Ведь в ходе деловой поездки очень приятно познакомиться еще и со страной или городом – когда еще доведется их посетить... Так что национальная кухня или ее варианты приходится очень кстати. Привлекаются к обслуживанию мероприятий и местные шеф-повара, организуются live cooking stations («готовка на месте», в том числе как шоу-элементы). А если время позволяет, предусмотрено посещение рекомендованных местных ресторанов. Разумеется, компания позаботилась и о бонусных баллах для деловых клиентов: участникам программы IHG® Rewards Club рекомендуется расширить свой аккаунт, кто еще этого не сделал, и получать «подарки» за проведение мероприятий, в рамках IHG® Business Rewards будет начислять вам баллы, согласно текущему статусу. Которых четыре: «клубный», «золотой элитный», «платиновый элитный» и «наивысший элитный». Компания Hilton International в России свою программу для проведения деловых мероприятий пока широко не анонсировала. Что, впрочем, не означает, что предложить нечего – совсем наоборот. Название для программы выбрано весьма оригинальное: Wake Up! One in Three Meeting Attendees are Falling Asleep («Проснитесь! Каждый третий участник семинара засыпает!») Это расширенная версия более ранней программы от Hilton – Meet with Purpose, – которая ориентирована на то, чтобы чуть «встряхнуть» посетителей деловых мероприятий, частенько начинающих клевать носом в ходе семинаров и лекций. Для этого в Hilton предложили новые варианты расширения деловых мероприятий, предусматривающих большую степень активности для их участников. Программа Meet with Purpose подразумевает обеспечение специального меню для здоровья и хорошего

самочувствия делегатов – причем вариантов меню много. Каждое тщательно прорабатывалось шеф-поварами Hilton, при параллельном консультировании с медиками, чтобы снабдить участников бизнес-встреч максимально полезным «умственным коктейлем», провоцирующим «приступы» креативности и энтузиазма. К тому же едой дело не ограничивается: предусмотрена и физическая активность – предлагается, так сказать, «пакет два в одном». Из любопытных предложений упомянем утреннее меню-программу Yoga & Yogurt, где сеанс йоги сопровождается изысканным завтраком с йогуртами, сезонными ягодами и домашней гранолой. Flex Power – это 25-минутный сет упражнений под руководством инструктора, предусматривающий дыхательные техники и растяжку: эту минимальную зарядку можно выполнять даже в деловом костюме. На завтрак подается тоже все самое вкусное и полезное, включая местные фрукты и цельнозерновые круассаны. Meditative Moment – это 10-минутная медитация, «приправленная» вегетарианским или фруктовым смузи... Впервые Hilton запустил инновационную программу Meet with Purpose в январе 2015 г. в США, сейчас она распространилась уже на десятки стран. Программа продолжает активно развиваться и модифицироваться.

### ЗАДУМКИ РОССИЙСКИХ ОТЕЛЬНЫХ ЦЕПОЧЕК

Таковых пока не так много, но тем не менее предмет для разговора есть. Руководитель департамента маркетинга Alean Hotel Group Юлия Петрова рассказала, что отели сети предлагают корпоративным клиентам пакеты «Все включено». Такая возможность освобождает организаторов от решения массы вопросов, ведь в пакет входят как услуги проведения деловых и корпоративных мероприятий, так и проживание, питание по системе «все включено» и пользование всей инфраструктурой отеля. На выходе получается полноценное сочетание работы и отдыха, что, безусловно, повышает эффективность мероприятия. В отеле «Довиль Отель & SPA» 5\* разработан бизнес-пакет «Ультра все включено». Это пакет для MICE-мероприятий высокого уровня, где, помимо возможностей проведения собственно конференций, переговоров, деловых встреч с партнерами или инвесторами, гости получают пользование спа-комплексом с акватермальной зоной, теннисным кортом, фитнес-центром и т. д. «Ривьера-клуб. Отель & SPA» 4\* сегодня может предложить конференц-зал вместимостью до 200 человек и комплексным набором оборудования, обеспечивающим полноценное проведение деловых мероприятий. А к 2020 г. планируется провести полную реконструкцию гостиницы с «возведением» ее в ранг 5\*. Там появ-

ятся медицинский и спа-комплексы, функционирующие круглый год. При этом существенно расширятся конгрессные возможности в части инновационного оснащения залов для деловых мероприятий. Для бизнес-клиентов станут доступны три конференц-зала различной вместимости, бальный зал площадью 600 кв. м с возможностью проведения совещаний на 500 мест, а также концертов, банкетов и т. д. Amaks Hotels&Resorts также сформировала собственную концепцию работы с бизнес-заказчиками, в том числе туроператорами, турагентствами и event-компаниями из России, ближнего и дальнего зарубежья. Примечательно, что эта сеть делает особый акцент на возможность включения в пакет деловой программы элементов санаторно-курортного отдыха, реабилитации и лечения – на чем, в частности, специализируется AMAKS Hotels&Resorts. Универсальная инфраструктура отелей и лечебно-оздоровительных курортов позволяет проводить семинары, тренинги, конференции, workshop'ы и деловые встречи. При заключении единого сетевого договора со всеми отелями сети заказчик получает персонального менеджера, который будет обрабатывать все запросы компании лично и вести заявку компании от начала и до конца. Также Amaks претендует и на «гарантию лучшей цены»: например, недавно (до 31.10.2016 г.) проходила акция по предоставлению самой выгодной цены на организацию мероприятия в Ростове-на-Дону. «Имея обширный опыт в работе по организации мероприятий самого разного класса и формата (практически каждый из более чем двух десятков объектов нашей сети в России и Беларуси располагает не только конференц-площадками, но и развлекательными центрами), мы неизменно стараемся предоставлять самое клиентоориентированное и максимально выгодное для организатора предложение в ответ на полученный от него запрос. Несмотря на обширную географию нашей сети, ключевые стандарты организации деловых мероприятий неукоснительно соблюдаются сотрудниками AMAKS в каждом городе.

В любой момент организатор может связаться с нашими менеджерами через форму на сайте, задав даже самый минимум данных, – и в ответ ему будет направлено оптимальное предложение. Обращение к нам гарантирует то, что ваш запрос от начала и до конца будет лично курировать персональный менеджер. Семинар, тренинг, конференция, workshop, деловые встречи или тимбилдинговое состязание – возможности наших объектов действительно включают все форматы, а наличие развлекательных комплексов и богатого организаторского опыта в сфере шоу-программ и рекреативных мероприятий позволяет быть уверенным, что любое событие, организованное у нас, способно стать для участников и гостей незабываемым», – рассказывает руководитель департамента маркетинга AMAKS Hotels&Resorts Михаил Саакян. По его словам, каким бы ни были количество человек, временные рамки или требования (даже экзотические), менеджеры отеля или курорта сети AMAKS организуют мероприятие в нужном для заказчика формате и при этом по самой выгодной стоимости. Учитывая текущую экономическую ситуацию и то, что у организаторов может быть ограничен бюджет, в отелях и курортах сети действует гибкая скидочная система для сетевых партнеров. Но даже если мероприятие разовое, и заказчик обратился впервые – ряд лагманских объектов в плане организации деловых мероприятий способен гарантировать и гарантирует заказчику лучшую цену из возможных среди всех конгрессных площадок города; собственно, что и послужило поводом для создания упоминавшегося выше специального предложения. Михаил Саакян также отметил, что сейчас обсуждается разработка удобного мобильного приложения, «с помощью которого заказчики и ведущие мероприятия смогут не только в режиме реального времени управлять проходящим событием, но и оценивать нашу работу как исполнителей, а также делиться опытом и впечатлениями с коллегами».



Ряд концепций организации мероприятий поддерживается мобильными приложениями, позволяющими оперативно связываться с командой отеля и делать необходимые запросы с мобильного устройства в режиме реального времени.



Камерные КОМНАТЫ ДЛЯ ПЕРЕГОВОРОВ, декорированные фресками сибирских пейзажей



Просторные, современные, технически оснащенные КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛЫ (для мероприятий любого формата, вместимостью от 10 до 200 гостей)



Уютная и комфортабельная ФУРШЕТ-ЗОНА позволит приятно провести время в рамках Вашего мероприятия

NOVOTEL  
HOTELS & RESORTS

НАША КОМАНДА УЧЕТ ВСЕ ВАШИ ПОЖЕЛАНИЯ И ГАРАНТИРУЕТ УСПЕХ ЗАПЛАНИРОВАННОГО СОБЫТИЯ!





# Креативно? Класс!

Кризис приучил компании тратить деньги максимально эффективно, но не отбил охоту к ярким мероприятиям, таким, чтоб WOW по всем возможным каналам коммуникации раздавалось еще долго. Совместить желания с возможностями может помочь креативный подход, если уметь его грамотно применять.

Подготовила Александра ЗАГЕР

## ЧТО ДЕЛАТЬ?

Креативный подход сработает как средство оптимизации бюджета только в том случае, если придуманные «фишки» будут работать на эффективность мероприятия. Трехметровый розовый слон посреди конференц-зала сам по себе ни фишкой, ни креативом не будет. Разве что фоном для бесконечных селфи, где хэштег вашего мероприятия потеряется за бесконечными #найди\_слона\_я\_слева, #розовыйслон или в лучшем случае #розовыйслоннаконференции.

Поэтому прежде всего стоит договориться о понятиях. Что такое креатив в мероприятиях. «Если речь о продуманной концепции, прописанном поминутно сценарии, привлечении инноваций и команды профессионалов, это требует не меньших вложений, а больших вложений. Если речь о самостоятельности, например, организация капустников, театрализованных любительских постановок, то есть способы и средства оптимизации бюджета», – считает супервайзер департамента mice & event компании UTS **Ксения Зайцева**.

«Креатив – это не что иное, как творческие способности, благодаря которым рождаются новые идеи, идущие вразрез с общепринятыми стандартными решениями, плюс способность находить необычные решения проблем внутри статичных систем. Исходя из

этого, креативный подход в MICE можно разделить на два направления. Первое – это создание новых идей для мероприятий, а второе – поиск нестандартных решений, направленных на оптимизацию бюджетов мероприятий», – отмечает генеральный директор IBC Corporate Travel **Анатолий Курюмов**.

Какой бы креативной команда ни была, есть вещи, на которых экономить нельзя. «Общее правило: экономить нельзя на главных задачах. Презентация нового продукта? Значит, нужно фокусироваться на визуальной составляющей. Обучение и мотивация персонала? Тогда не экономим на контенте и коммуникации, при этом место, да и формат проведения можно выбрать и поскромнее», – подчеркивает генеральный директор компании EventPlatform **Олег Крючков**. По его словам, сэкономить поможет... прогресс. «Вечная головная боль организаторов и, увы, выброшенные деньги – раздаточные материалы. Загрузите программу, материалы, список и биографии докладчиков в мобильное приложение. Откажитесь от хостес и оповещайте участников посредством электронных уведомлений. Технологии не бесплатны, но в рамках больших мероприятий со сложной логистикой, большой программой и необходимостью постоянно взаимодействовать с участниками – это экономия. Побочный эффект – вовлеченность и мотивация участников, ощущение «им

небезразлично мое мнение», «я вношу свой вклад», а ведь это почти всегда одна из главных задач».

## КАК ДЕЛАТЬ?

В теории все выглядит интересно, просто, легко и экономно. Практикой мы попросили поделиться с нами экспертов.

«Примеры креатива различны и варьируются от самой концепции мероприятия. Можно подобрать интересную площадку для проведения мероприятия. Можно проявить креативный подход к формату мероприятия, добавив нестандартные решения. Например, конференцию можно провести в формате ток-шоу или телемоста. Также можно совместить деловую часть мероприятия с инсентив-программой. Можно «обыграть» отдельные элементы программы, например, предложив провести ужин в формате кулинарного мастер-класса», – рассказывает руководитель MICE-проектов компании Business Travel Bureau **Алена Эйвел**.

Анатолий Курюмов отмечает, что выбор площадки, которая по декорациям и антуражу будет на 100% соответствовать идейной концепции мероприятия, позволит минимизировать затраты на оформление и декорации. А если грамотно использовать различные световые эффекты, то можно запросто наполнить помещение фирменной символикой заказчика, и это будет выглядеть гораздо более эффектно, чем привычные корпоративные баннеры. Кроме того, сегодня некоторые отели располагают современным оборудованием, которое позволяет за счет света создавать необходимые цветовые решения в интерьере.

Отличным примером креативных решений для мероприятий называет директор департамента «Бизнес ивент» MaxisMICE **Ирина Самотаева** концепцию «вне формата». Это нестандартные элементы, включенные в типичное восприятие программы, какой она должна быть. Они позволяют достичь «WOW-эффекта», при этом могут не стоить ничего или действительно сильно оптимизировать бюджет. Например, участников везут на автобусах из аэропорта в отель, однако транспорт останавливается не у привычных «пятерок» или «четверок», а у какого-то непонятого полуподвала, двери с табличкой «посторонним вход воспрещен» и т. п. А на самом деле их просто проводят через «черный ход», возможно, по пути с каким-то дополнительными «испытаниями». Еще один вариант – провести первый деловой блок прямо в автобусах! Это хорошо для выездных конференций. Для праздничного корпоратива подойдет формат с элементами «сделай сам».

В MaxisMICE сейчас пользуется спросом креативная концепция «квартирника»: особая «домашняя» атмосфера, новые и нетипичные площадки (лофты), возможность сотрудникам проявить какие-то таланты – испечь пирожки или исполнить бардовскую песню.

Еще один востребованный тип мероприятий, по словам эксперта, – тимбилдинги «Back to the USSR»: от элементов «дворовых игр» (классики, резиночка, городки и т. п.) до походов.

Олег Крючков считает, что прошел период увлечения дорогими и подчас шаблонными тимбилдингами. Не яркими костюмированными шоу, не выездами в тропики достигается сыгранность команды. Спрос на геймификацию вырос, но более адресное, более отвечающее конкретным бизнес-задачам ее применение позволяет при этом потратить значительно меньше. Командная игра может быть буквально наложена на «бизнес-часть», экономия и время, и бюджет – классический пример «гибридного» подхода, когда игровая составляющая обогащает деловую программу, а бизнес-контент наполняет игру глубоким смыслом, делая ее релевантной повседневным задачам участников.

«Мы как-то организовали совершенно сумасшедший корпоративный выезд под слоганом «EventPlatform на островах». Разместились в палатках где-то на Волге, совершенно неформально – и даже импровизированная деловая часть «сыграла».

## КРЕАТИВИТЬ НЕУМЕСТНО

Знаменитый анекдот про похороны тещи и порванные баяны может не смешно претвориться в жизнь, если использовать креатив не по назначению.

Эксперты оказались единодушны, нет мероприятий, где он неуместен, просто где-то он нетипичен, а где-то просто не очень нужен.

«Объем креатива всегда определяется спецификой мероприятия и задачами заказчика. Если инсентив-мероприятия, корпоративные выезды, праздники и тимбилдинги уже на этапе создания концепции начинаются с креативной идеи, то мероприятия сугубо делового формата, конференции или совещания, как правило, проходят без специальной креативной составляющей. Бывает, что и сам заказчик не всегда приветствует креатив, и его основным требованием является профессиональная организация мероприятия и индивидуальный подход», – говорит Алена Эйвел.

Ирина Самотаева подчеркивает, что креатив – это не «клоуны», «развлекаловка», а эффективный инструмент, который строится на ценностях компании, опирается на ее продуктовую линейку и т.п. Можно даже сказать, что креатив – это стратегия. Поэтому есть мероприятия, для которых креативное содержание скорее нетипично.



Отличным примером креативных решений для мероприятий является концепция «вне формата».

Это нестандартные элементы, включенные в типичное восприятие программы, какой она должна быть.

Они позволяют достичь «WOW-эффекта», при этом могут не стоить ничего или действительно сильно оптимизировать бюджет.

Например, участников везут на автобусах из аэропорта в отель, однако транспорт останавливается не у привычных «пятерок» или «четверок», а у какого-то непонятого полуподвала, двери с табличкой «посторонним вход воспрещен» и т. п.

Другой вариант – провести первый деловой блок прямо в автобусах! Это хорошо для выездных конференций.



«Раньше нам казалось, что креатив неуместен на конгрессах, пока не столкнулись с организацией мероприятия с участием академиков и нобелевских лауреатов, на котором был принят ряд нестандартных решений. И что мы увидели? Эти люди радовались как дети! Они уже привыкли к череде похожих друг на друга научных симпозиумов и конференций, а вовлечение в креативный замысел подарило им новые эмоции и позволило взглянуть на знакомые вещи под другим углом. Хотя сегодня это скорее исключение, чем правило», – рассказывает Анатолий Курюмов.

По его словам, креатив вряд ли будет уместным, если мероприятие подчинено протоколу. В качестве примера можно привести XX Менделеевский съезд по общей и прикладной химии, на котором ИВС выступила официальным сервис-партнером. Когда около двух тысяч ученых, академиков, аспирантов съезжаются из разных регионов России, Китая, США, ЮАР, Тайваня, Франции и пр. для участия в научных форумах по фундаментальной и прикладной химии, поверьте, креативом становится выполнение простых формальных вещей. «Другой пример – в числе наших клиентов присутствует множество фармацевтических компаний, которые собирают партнеров на конференции для обсуждения различных медицинских тем, порой деликатных, таких как лечение сложных заболеваний и прочее. Для них креатив тоже зачастую неуместен. Кроме того, на политических мероприятиях, где вместо сценария протокол, нестандартным замыслам пока места не остается», – отмечает он.

Олег Крючков говорит об общем правиле: чем более «протокольное» мероприятие, тем меньше в нем места креативу. Как минимум более четко нужно проговаривать с заказчиком области, где он допустим. Бывает так, что небольшая аудитория очень высокого уровня хочет «движухи» и ждет интересных идей. Бывает и наоборот: армия коммерческих представительниц крупной компании много лет не меняет формата своих учебных сессий, допуская «творческое начало» лишь в механизм оформления презентаций, и то весьма дозированно. Что интересно, в обоих случаях мероприятия достигают своих целей.

Солидарна с ним и Ксения Зайцева. Она полагает, что креатив уместен везде, но дозированно и по согласованию обеих сторон. В деловых мероприятиях,

конференциях, организация которых проходит согласно внутреннему протоколу, можно обойтись без креатива. А можно разработать концепцию, обыграв тему делового мероприятия, его посыл; придумать интересный дизайн и брендинг, застроить площадку, выдержав фирменный стиль; обыграть встречу гостей или кофе-брейки; сделать из обычного выступления спикера интерактивное выступление; задействовать артистов или новые технологии.

### ВОСПИТАЕМ В СВОЕМ КОЛЛЕКТИВЕ

Некоторые мероприятия могут, иногда с неожиданной стороны, открыть творческий потенциал сотрудников компании-клиента. В каких случаях возможно, в каких – необходимо, а в каких – недопустимо привлекать сотрудников компании-заказчика к исполнению креативных концепций, поинтересовались мы у экспертов.

«Ответ на этот вопрос зависит от каждого конкретного запроса. Привлекать или не привлекать сотрудников – решение, которое остается за заказчиком. Креатив для нас, организаторов мероприятий, – это все-таки продуманный, спланированный и контролируемый процесс. И отнюдь не так прост в применении и реализации, как может показаться со стороны. Недопустим он, вероятнее всего, в тех случаях, когда заявлен определенный формат и сам статус мероприятия», – считает Ксения Зайцева.

«Мы всегда отталкиваемся от пожеланий клиента. Одни сразу выражают готовность принимать активное участие в творческой реализации сценария, другие расчерчивают границы, сообщая, например, что директора и еще нескольких сотрудников ни в коем случае не вовлекать, а остальных – пожалуйста, третьи отказываются принимать участие целиком, всем коллективом. Тем не менее программы по развитию талантов сотрудников внутри компании набирают обороты. Суть этих проектов – помочь коллегам найти хобби, раскрыть творческий потенциал, дать возможность реализовать себя не только в решении ежедневных рабочих задач. Такие компании сразу сообщают о наличии творческих личностей в коллективе, что позволяет нам сформировать соответствующую программу с вовлечением», – говорит Анатолий Курюмов.

Олег Крючков предлагает устоявшийся рецепт эффективной работы: выслушать заказчика, дать ему высказать не только задачи и «хотелки», но и, возможно, вербализовать пару-тройку мыслей в стиле «я всё это вижу примерно так». После чего уйти работать самостоятельно, время от времени возвращаясь за обратной связью. В этом смысле, безусловно, вовлечение заказчика позволяет избежать ошибок и лишних тру-

дозатрат: кто хоть раз не слышал фразы «вы проделали огромную работу, спасибо вам, но мы имели в виду совсем другое». Однако подобный процесс интервьюирования не должен превращаться в эксплуатацию персонала заказчика, сколь идейно близким и сколь лояльным бы он ни был. Все-таки креатив как продукт, будь то идея тимбилдинга или техническое задание на разработку приложения, должен создаваться на стороне подрядчика.

О четком брифе говорит и Ирина Самогаева. По ее словам, самая главная задача сотрудника-заказчика – это дать правильные вводные данные, четкое техническое задание. Агентство должно опираться на историю компании-клиента, ценности, миссию, ближайшие и долгосрочные цели и задачи; иметь информацию о продуктах и услугах.

Гендерный, возрастной, профессиональный портрет участников. «Нам важно знать всё и, особенно, какой опыт проведения подобных мероприятий уже был (как положительный, так и отрицательный) и был ли он вообще. Именно в этом случае концепция будет максимально эксклюзивной и креативной, а результат мероприятия – эффективным. Если же заказчик недостаточно открыт к коммуникации, будет больше каких-

то переделок в процессе, ему придется самому глубже вникать в сами действия, что совершенно не нужно. Оптимально: детальный бриф и своевременное согласование. А агентство выступает в качестве эксперта в решении поставленных задач», – подчеркивает она. Согласно с коллегами и Алена Эйвел. Она считает, что активно привлекать заказчика необходимо уже на этапе планирования мероприятия. Это позволяет наиболее четко сформировать и оперативно согласовать концепцию мероприятия. Сотрудники компании-заказчика также могут быть привлечены в обсуждении сценария, разработке конкурсов и заданий для квестов и тимбилдингов. Если формат мероприятия позволяет, то наиболее творческим и креативным людям можно поручить роль со-ведущих или предложить подготовить развлекательный номер в рамках обозначенной программы. Любая креативная составляющая должна органично вписываться в общую структуру мероприятия и не противоречить ей. Поэтому креатив сотрудников заказчика должен быть ограничен четким планом мероприятия. Каким бы креативным ни было мероприятие, следует помнить о том, что за wow-эффектом от мероприятия стоит в первую очередь профессиональная работа ТМС.

Залог успеха  
креативного  
мероприятия –  
детальный бриф  
и своевременное  
согласование.

**ПОДГОТОВЛЕННОЕ ПОД КЛЮЧ ПРАЗДНОВАНИЕ  
НОВОГО ГОДА В ЗАБРОНИРОВАННОМ РЕСТОРАНЕ**

С ПРЕКРАСНЫМ БАНКЕТОМ ИЛИ ФУРШЕТОМ,  
ИНТЕРЕСНЫМИ ВЕДУЩИМИ, ЗАЖИГАТЕЛЬНЫМИ  
ПРОГРАММАМИ, СУРПРИЗАМИ И ПОДАРКАМИ  
ЖДЕТ СВОИХ ГОСТЕЙ!

**MAXI  
MICE**  
Итальянская Соборная

ТЕЛ.: +7 (495) 739 33 58

ТЕЛ.: +7 (495) 739 33 58

ТЕЛ.: +7 (495) 739 33 58



# Путешествие в стиле люкс



Рыцарский период оставил яркий след в истории Мальты. Его традиции благородного обхождения проявляются и сегодня в оказании услуг самым взыскательным клиентам.

Подготовил Александр ПОПОВ

## БИЗНЕС-КЛАСС

Во второй половине 2016 г. Air Malta вернулась в аэропорт Шереметьево (терминал E). Здесь пассажиры бизнес-класса могут провести предполетное время в VIP-зале Space, что расположен напротив выхода №39.

Перелет из Москвы на Мальту длится около четырех часов. При необходимости пассажиры бизнес-класса могут предварительно заказать на борт специальное питание. На выбор предлагается более десятка вариантов: диабетическое, детское, веганское, из морепродуктов, индийское, халяльное, низкокалорийное питание и т. д.

В мальтийском аэропорту Лука два бизнес-зала, которыми можно воспользоваться не только перед вылетом с Мальты, но и после прилета. Багаж пассажиров бизнес-класса помечается бирками для приоритетной обработки. По прилете его доставят в бизнес-зал, где предлагаются легкие закуски и напитки. Те, кто летает часто, могут вступить в престижный La Valette Club. Для особо состоятельных клиентов в VIP-зале есть отдельный холл. Все формальности в аэропорту, включая регистрацию и таможенный контроль, VIP-пассажирам поможет пройти служба Meet&Greet. При желании можно заказать персональный автомобиль, который доставит прямо к трапу самолета, и другие услуги.

Аренда эксклюзивного наземного, водного и воздушного транспорта, индивидуальные экскурсии, услуги няни, специальные программы в спа-салонах, бронирование свадебных пакетов – все это возможно, как и многое другое. В том числе и перелет на вертолете прямо из аэропорта на безмятежный остров Гозо. К слову, вертолет или легкомоторный самолет можно также арендовать для впечатляющей воздушной прогулки.



Пассажиры бизнес-класса авиакомпании Air Malta, а также обладатели карточек Priority Pass перед вылетом могут воспользоваться услугами бизнес-лаунджа Space в терминале E аэропорта Шереметьево. Он расположен напротив выхода №39.

## В РОСКОШНОМ ОТЕЛЕ...

Всем параметрам стиля luxury отвечают мальтийские «пятерки». На островах архипелага есть 15 отелей высшей категории. В этих гостиницах находятся многие лучшие рестораны Мальты.

**Сент-Джулианс.** Здесь разместились известные люксовые отели Мальты: InterContinental Malta, Corinthia Hotels St George's Bay, Hilton Malta, Radisson Blu Baypoint Resort, The Westin Dragonara Resort и Le Meridien Hotel & Spa.

**Corinthia Hotels St George's Bay 5\*** – мальтийский гостиничный бренд – стоит на берегу собственной бухты. Два верхних этажа отведены для апартаментов VIP Executive Club, предназначенных для VIP-туристов. Отель славится замечательным спа-центром. [www.corinthia.com](http://www.corinthia.com)

**InterContinental Malta 5\***. Искусство шеф-повара этой гостиницы отмечено звездой Мишлена. В отеле шесть ресторанов, отличный тренажерный зал и свой пляж. [www.intercontinental.com/icmalta](http://www.intercontinental.com/icmalta)

**Hilton Malta 5\*** эффектно разместился на модной набережной Портомасо, где расположена и одна из лучших на Средиземноморье яхтенная стоянка.

Среди мальтийских отелей Hilton держит первое место по числу лучших ресторанов: в 2016 г. Oceana признан лучшим по критерию «обслуживание», The Blue Elephant – по категории «вегетарианская кухня» (он вообще много лет входит в число кулинарных грандов Мальты в разных номинациях). Неоднократно в прошлые годы в престижный список мальтийских ресторанов входили Gazebo и Bottega del Vino. [www.hiltonmalta.com](http://www.hiltonmalta.com)

**Radisson Blu Baypoint Resort Malta 5\*** стоит на берегу залива Сент-Джордж. Здесь три ресторана, Le Bistro не раз входил в число лучших на Мальте. [www.radissonblu.com/stjuliansresort-malta](http://www.radissonblu.com/stjuliansresort-malta)



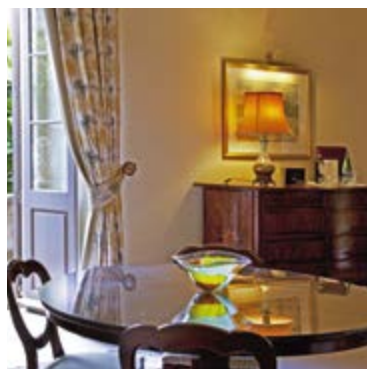
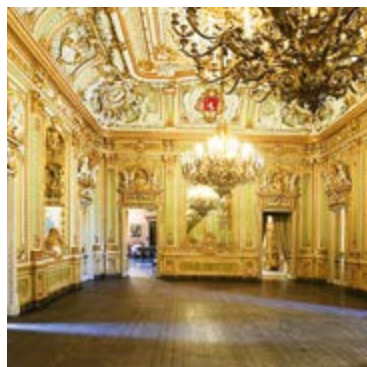
## Мы откроем для Вас любые двери на Мальте!

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

Welcome Aboard

[www.conventionsmalta.com](http://www.conventionsmalta.com) | [mice@malta.ru](mailto:mice@malta.ru) | +7 495 2231506





В 2011 г. по результатам опроса журнала International Living **МАЛЬТА** была признана европейской страной с наилучшим для жизни климатом.



**Westin Dragonara Resort 5\*** удостоен награды World Travel Awards 2011 как лучший конгресс-отель Европы. Он стоит на собственном полуострове площадью 74 тыс. кв. м, имеет два пляжа, открытый и крытый бассейны, три ресторана, а также историческое казино и два частных пляжа. [www.westindragonaramalta.com](http://www.westindragonaramalta.com)

**Le Meridien Hotel & Spa 5\***. Очаровательный бутик-отель построен на территории мальтийской виллы XIX в. на простирающемся в сторону Слимы фешенебельном побережье с прекрасным видом на живописную бухту Баллута (Balluta). [www.limeridienmalta.com](http://www.limeridienmalta.com)

**Валлетта**. Здесь стиль luxury успешно представляют прежде всего роскошные гостиницы Grand Hotel Excelsior 5\* и Phoenicia Hotel Malta 5\*.

**Grand Hotel Excelsior 5\*** стоит недалеко от Городских ворот с видом на бухту Марсамшетт и остров Манозель. Два раза в день для любителей гольфа предлагается бесплатный трансфер до спортивного центра Marsa, что в четырех километрах от города. У отеля есть своя яхтенная стоянка. [www.excelsior.com.mt](http://www.excelsior.com.mt)

**Phoenicia Hotel Malta 5\***, открывшийся еще в 1947 г., по праву именуется историческим отелем. Здесь останавливаются члены королевских семей, государственные деятели, звезды кино, крупные бизнесмены... Он выстроен в стиле ар-деко и также находится недалеко от Городских ворот. В отеле нет стандартных номеров, каждый роскошен по-своему, самые лучшие имеют вид на гавань. [www.phoeniciamalta.com](http://www.phoeniciamalta.com)

### ... И В УЮТНОЙ ТИШИНЕ

Те, кто предпочитает отдалиться от оживленной жизни большого популярного отеля, могут разместиться в небольшой элегантной гостинице **Xara Palace 5\*** («Шара Палас») в «городе тишины» Мдине. Отель входит в престижную гостиничную ассоциацию Relais et Chateaux. Это единственная гостиница в бывшей мальтийской столице. В историческом палаццо обычно размещаются туристы-индивидуалы, мини-группы и корпоративные клиенты. Здесь всего 17 номеров, каждый обставлен антикварной мебелью и не похож на другие.

Другим вариантом для любителей тишины могут стать роскошная вилла или фермахаус, солидный частный особняк в сельской местности со всеми современными удобствами, подарками по прибытии, цветами в номере, фруктовыми и конфетными наборами. Гостей здесь обслуживают обычно хозяева. Фермахаусы расположены в основном на романтическом вечнозеленом Гозо. До него с Мальты можно добраться на пароме или, как уже говорилось, вертолетом прямо из аэропорта.

### ПОД РАЗНОЦВЕТНЫМИ ПАРУСАМИ

Десятки бухт и заливов образуют причудливый рисунок береговой линии мальтийского архипелага. Здесь множество мест для удобных якорных стоянок. Это открывает богатейшие возможности для морских круизов с посещением самых впечатляющих мест побережья. Яхтенный сезон на Мальте длится с апреля по ноябрь, но и зимой в солнечные дни море расцветается разноцветными парусами.

Свыше 700 яхт разного класса вмещает крупнейшая на архипелаге яхтенная стоянка в гавани Марсамшетт (Marsamxett Harbour). Очень красочно выглядят гавани Portomaso (St. Julian's), Lazzaretto и Ta' Шбиш (Ta' Xbiex). На Гозо в гавани Мджарр (Mgarr Marina) могут стать на якорь около 120 судов.

Владельцы яхт могут принять участие в очень престижной Средиземноморской регате Rolex Middle Sea Race, в которой ежегодно в октябре участвуют сотни парусных судов. А можно просто понаблюдать с крепостных стен Валлетты, как яхты выходят из Большой гавани. Только ради этого незабываемого зрелища можно прилететь на Мальту!

### В СПА-САЛОНЕ

Для многих VIP-путешественников помимо роскошных номеров, отличных ресторанов и баров при размещении большое значение имеет наличие качественного оздоровительного центра, где можно восстановить силы в спа-центре, позаниматься в фитнес-центре, а дамам побаловать себя в центре красоты. К таким отелям на мальтийских островах прежде всего относятся уже упомянутый Corinthia Hotels St George's Bay 5\* в Сент-Джулиансе, а также Hotel Ta'Cenc & SPA 5\* и Kempinsky Hotel Sant Lawrenz 5\* на Гозо. В последнем предлагаются процедуры Аюрведы и вина из роскошной энотеки бара La Caverna.

На Мальте впервые в мире предлагается проживание в инновационных терапевтических спа-номерах по системе «все включено» в отеле Фортина Спа Резорт (Fortina Spa Resort 5\*) в Слиме. Спа-отдых предлагают также гостиницы Hilton Malta, Aquamarin Spa, отели системы Муока и многие другие.

### НА ПОЛЕ ДЛЯ ГОЛЬФА

Гольф – красивый, изысканный и престижный вид спорта. Благодаря умеренному климату Мальта прекрасно подходит для него. Первое поле появилось на Мальте в 1888 г. Одним из основателей Королевского гольф-клуба здесь стал герцог Эдинбургский. Сегодня отличное поле с 18 лунками находится в спортивном клубе **Марса** (Marsa Sports Club), что расположено в четырех километрах от Валлетты. [www.marsasportsclub.com](http://www.marsasportsclub.com)



Подготовила Александра ЗАГЕР

### УДИВИТЕЛЬНОЕ – РЯДОМ

Каждый, кто хоть раз участвовал в фам-трипах компании ATN American Express GBT, знает, что программа поездки будет насыщенной и интересной. И даже если город или страна уже очень хорошо знакомы, в программе все равно будет такое количество «изюминок», что наберется на большой каравай впечатлений.

Так случилось и с Санкт-Петербургом, городом, который, кажется, известен и исхожен вдоль и поперек.

### СВОЯ АТМОСФЕРА

Отели с историей, особенно вековой, обладают особым шармом. Отель «Астория» сети Rocco Forte как раз из таких. Он открылся в 1912 г. и с тех пор являлся центром светской жизни города. Это не удивительно, ведь «Астория» стоит в центре Санкт-Петербурга, в двух шагах от Исаакиевского собора, недалеко от Невского проспекта, Дворцовой площади и Мариинского театра. Отель был и остается любим знаменитыми артистами, политиками, музыкантами, здесь останавливался когда-то даже Григорий Распутин. Список живших в «Астории» знаменитостей можно прочесть в ожидании лифта – здесь есть прекрасная тради-



...хочется сказать Санкт-Петербургу каждый раз, когда из него уезжаешь. И каждый раз знаешь, что скоро вернешься, потому что этот город неисчерпаем, и каждый раз остается хоть что-то, что еще обязательно надо посмотреть.

ция писать имена знаменитых постояльцев на специальных табличках и прикручивать их у лифта. Стиль ар-нуво, в котором оформлены все интерьеры гостиницы, и создает ее атмосферу. Кажется, что здесь удачно соединились традиции прошлого со всеми возможностями настоящего. И как оммаж прекрасной, но ушедшей эпохе начала прошлого века – предметы антиквариата, хрустальные люстры, живопись и скульптуры русских художников.

Отель сотрудничает с Мариинским театром, поэтому повсюду в оформлении использованы фотографии знаменитых оперных и балетных спектаклей. Где как не здесь стоит устраивать балы и торжественные приемы, тем более что и «Бальный зал», и «Зимний сад» одним своим видом настраивают гостей на нужный лад. Находясь в них, так и хочется сказать: «Как люди жили, как чувствовали!»

Говоря об «Астории», нельзя не сказать еще об одном отеле, во всех смыслах этого слова примыкающего к ней, – речь идет об «Англетере». Герой многих литературных произведений, неразрывно связанный с именем Сергея Есенина, отель и сейчас принимает гостей, здесь также можно провести мероприятие в одном из пяти залов, посмотреть фестивальное кино на языке оригинала в собственном кинотеатре или посетить галерею современного искусства.



Колокольня Петропавловского собора





Отель «Астория»



Лобби отеля Corinthia Hotel St Petersburg



Radisson Royal Hotel  
удобно расположен на Невском проспекте



Вид на город из ресторана  
«Бельвю Брассери»

**Тамара АФФОНИНА,  
директор по продажам  
и маркетингу отеля «Астория»**

Будучи неотъемлемой частью истории Петербурга, отель «Астория» уникален истинным духом старинного петербургского отеля. Построенная как роскошный, прогрессивный и инновационный отель для приема самых почетных гостей торжества трехсотлетия дома Романовых, «Астория» стала свидетелем, а иногда и непосредственным участником важнейших политических событий XX века. Особенная атмосфера отеля всегда привлекала и всемирно известных деятелей искусства, сделал его также культовым местом в мире культуры. На протяжении всего своего существования «Астория» оставалась верна себе и придерживалась лаконичного стиля, сочетая традиции отеля и современные тенденции. Сегодня гости «Астории», как и представители прогрессивной буржуазии прошлого века, ценят не излишнюю роскошь, а элегантность и изящество, комфорт и домашнюю атмосферу. Дух старинного Петербурга, величие истории, очарование классики в сочетании с современным дизайном и атмосфера домашнего уюта – вот, что больше всего привлекает наших гостей и делает их пребывание в Санкт-Петербурге особенным.

Через дорогу от отеля «Астория» стоит «Дом со львами», который в прошлом был дворцом князя Лобанова-Ростовского, построенным по проекту Огюста Монферрана. А теперь это одна из самых фешенебельных гостиниц города – **Four Seasons Hotel Lion Palace St Petersburg**. К слову, львы, о которых писал еще Пушкин: «С поднятой лапой, как живые, стояли львы сторожевые», – стоят по сию пору. Здесь царит атмосфера беззаботной роскоши, той самой, что ненавязчива, не лезет в глаза излишней позолотой и слишком ярким блеском, но видна и ощутима во всем. Из окон номеров открываются великолепные виды на Исаакиевский собор, Александровский сад и Адмиралтейство. Даже если вы не живете в этом отеле, сюда стоит прийти пообедать или поужинать. В отеле два больших ресторана – ресторан японской кухни Sintoхо и итальянский ресторан Percorso, здесь, даже если вы не любите сладкое, обязательно надо попробовать тирамису, вы удивитесь, поверьте. Есть также замечательный бар Xander и Чайная гостиная. Отель «Кемпински Мойка 22» расположился фактически напротив Дворцовой площади. Любопытно, что он находится в аристократическом особняке 1853 г. постройки, который был когда-то доходным домом. Память об архитекторе дома Василии фон Витте сохранилась в названии одного из баров отеля – «Фон Витте». Помимо прочего отель знаменит панорамным рестораном «Бельвю Брассери», расположенным на девятом этаже, откуда открывается фантастический вид на Санкт-Петербург. Чтобы его не затмевать, здесь даже по вечерам не принято включать свет, ужин подают при свечах, а меню освещают специальными лампочками. Деловая инфраструктура отеля включает конференц-залы «Нева» и «Фонтанка», Атриум и гостиную «Грибоедов», вместимость которых позволяет принимать различные по формату мероприятия до 200 человек.

**Corinthia Hotel St Petersburg** – яркий представитель классического делового отеля. Расположенный на Невском проспекте – в центре деловой и культурной жизни Петербурга, Corinthia Hotel St Petersburg является самым большим среди пятизвездных отелей Санкт-Петербурга по числу номеров и залов. В отеле 17 конференц-залов, включая самый большой в городе – Невский Парадный зал, элегантно оформленный в стиле «ар деко». Этот зал с передвижными перегородками, позволяющими сделать три полноценных независимых помещения, является идеальной площадкой для проведения крупной конференции или торжественного ужина. В отеле просторное уютное лобби, а два независимых входа позволяют зарегистрировать несколько групп отдельно, обеспечивая максимальный комфорт. В следующем году отель Corinthia St Petersburg отметит свое 15-летие. Другим представителем бизнес-отелей является **Radisson Royal Hotel**, удобно расположенный на Невском проспекте. Отель находится в историческом здании XVIII в., которое охраняется государством как памятник архитектуры. В отеле есть три конференц-зала и четыре комнаты для переговоров, удобно расположенные на первом этаже. Техническое оснащение залов позволяет успешно проводить конференции, семинары, совещания и банкеты на самом высоком уровне. В этом году отель получил престижную премию Russian Business Travel and MICE Award как лучший конгрессный отель Санкт-Петербурга. Преимущество конференц-залов – естественный дневной свет и вид на Владимирский проспект. В отеле уже начата реновация. В январе и феврале отель не будет принимать гостей, чтобы 1 марта вновь открыть свои двери и поприветствовать гостей в обновленных интерьерах.

**ВНЕЗАПНО**

Сейчас все большей популярностью пользуются нестандартные площадки для проведения мероприятий. Лофты, гаражи, крыши, рынки – нет такого места, где нельзя было бы организовать ивент. Санкт-Петербург как всегда в тренде и не ограничивается в площадках дворцами да отелями. Вот, например, площадка **Nautilus** на Васильевском острове. Здание из красного кирпича, построенное в самом начале прошлого века, когда-то было рынком. В 2015 г. компания Live Group обновила его фасад, а пространство внутри реконструировало под многофункциональную площадку. Благодаря свободной планировке, здесь можно организовывать любые мероприятия – от корпоративных праздников до выставок. Зал-конструктор площадью 1400 кв. м с ровным полом, потолками в 12 м, климат-контролем и возможностью организации подвесных конструкций позволяет делать здесь действительно любое мероприятие. Если хочется провести время в исторических декорациях, то стоит обратить внимание на **Хрустальный павильон**, который работает ежегодно с декабря по февраль в Петропавловской крепости. Он вмещает до 1200 человек. Павильон располагается у Кронверкских ворот, между Головкиным и Меншиковым бастионами. Помимо Хрустального павильона, в Петропавловской крепости есть и **Новый павильон**, он стоит во дворе Инженерного дома крепости. Он работает круглый год и вмещает до 250 гостей. Совместить приятное с более приятным можно, поехав в Царское Село. Экскурсия по Екатерининскому дворцу и прогулка по парку будет прекрасно сочетаться с мероприятием в Софийском павильоне, что построен два года назад в пяти минутах ходьбы от дворца. Белоснежное здание с колоннами и большими окнами состоит из

нескольких залов со служебными помещениями. В Большом зале при банкетной рассадке помещается 200 гостей. Акустика Малого зала такова, что позволяет устроить музыкальный вечер без усилителей звука.

**НА СЛАДКОЕ**

Быть в Санкт-Петербурге и не посвятить хоть немного времени его достопримечательностям – преступление. Начать можно с вечно – с Исаакиевского собора, символа города. Исаакиевским собор называется потому, что был освящен во имя преподобного Исаакия Далматского, почитаемого Петром I святого. Дошедшее до нас творенье Огюста Монферрана – четвертое по счету. В соборе три алтаря, главный посвящен Исаакию Далматскому, левый – великомученице Екатерине, правый – благоверному князю Александру Невскому. Интерьеры отделаны мрамором, малахитом, лазуритом, золоченой бронзой и мозаикой. Впрочем, описывать его бессмысленно, это как раз тот случай, когда лучше один раз увидеть. Тем, кто не боится высоты, стоит забраться на смотровую площадку под куполом собора и полюбоваться панорамой города. Планируя и закладывая Петропавловскую крепость за Заячьим островом в разгар Северной войны, Петр I вряд ли предполагал, что она никогда не будет принимать участия в военных действиях, но станет одной из самых знаменитых политических тюрем. Причем одним из первых ее узников стал его собственный сын – цесаревич Алексей. Здесь закончила свои дни княжна Тараканова, сидел писатель Радищев, декабристы и народovolьцы. Одно из первых строений, появившихся в крепости, – Колокольня Петропавловского собора. В Петропавловском соборе находятся могилы членов царской семьи, включая императоров и императриц, начиная с Петра I.



Те самые львы...



Доходный дом в миниатюре



# БЕССМЕРТНЫЙ «ЗУБАСТЫЙ» ХИТ РОМАНА ПОЛАНСКИ



С 29 ОКТЯБРЯ В ТЕАТРЕ МДМ

«СТЕЙДЖ ЭНТЕРТЕЙНМЕНТ»

АКТИВНО СОТРУДНИЧАЕТ С КРУПНЕЙШИМИ ТУРИСТИЧЕСКИМИ КОМПАНИЯМИ:  
ОРГАНИЗУЕТ ГРУППОВЫЕ ПОСЕЩЕНИЯ ШОУ, ПРОВОДИТ ЦЕЛЕВЫЕ СПЕКТАКЛИ, ВКЛЮЧАЮЩИЕ В СЕБЯ АРЕНДУ ЗАЛА  
И ТЕМАТИЧЕСКИЕ КОРПОРАТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ В ФОЙЕ ТЕАТРА.

СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ РАБОТЫ С ГИДАМИ, ТУРИСТИЧЕСКИМИ И МІСЕ-АГЕНТСТВАМИ:

- ГИБКАЯ СИСТЕМА СКИДОК И КОМИССИЙ – ОТ 5 ДО 20%
- БОНУСНЫЕ ПРИГЛАСИТЕЛЬНЫЕ БИЛЕТЫ ДЛЯ ОРГАНИЗАТОРОВ ГРУПП ОТ 20 ЧЕЛОВЕК
- ВОЗМОЖНОСТЬ БРОНИРОВАНИЯ ЛУЧШИХ БИЛЕТОВ ЗА НЕСКОЛЬКО МЕСЯЦЕВ ДО МЕРОПРИЯТИЯ
- УНИКАЛЬНЫЙ ШАНС УВИДЕТЬ МЮЗИКЛ ДО ОФИЦИАЛЬНОЙ ПРЕМЬЕРЫ
- БЕСПЛАТНЫЕ РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ
- ВОЗМОЖНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКСКУРСИЙ ЗА КУЛИСЫ
- ВОЗМОЖНОСТЬ ЗАКАЗАТЬ ДЛЯ ИНОГОРОДНИХ ТУРИСТОВ ЛАНЧ-БОКСЫ ИЛИ ЛЕГКИЙ ФУРШЕТ В АНТРАКТЕ
- ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЛОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЯ БАНКЕТОВ И ПРАЗДНИКОВ.

## ИНФОРМАЦИЯ ПО ТЕАТРУ МДМ:

- Летняя открытая веранда (4 этаж) – 200 человек (фуршет, тренинги, банкеты и т.д.);
- зрительный зал на 1780 мест;
- фойе – банкет до 800 человек, фуршет до 1800 человек;
- VIP-подиум – легкий фуршет для компании до 70 человек;
- VIP-комната для особо важных гостей;
- ложа в зрительном зале на 30 персон;
- парковка до 80 мест.

## ИНФОРМАЦИЯ ПО ТЕАТРУ РОССИЯ:

- Зрительный зал на 1753 места, с экраном для проведения конференций и презентаций;
- фойе – банкет до 900 человек;
- VIP-зона фойе – фуршет для компаний до 150 человек;
- впервые в Москве: 2 барные зоны прямо в зрительном зале;
- – 2 VIP-комнаты вместимостью до 20 человек;
- VIP-ложа с отдельным входом на 10 персон.



Подробности по телефону: +7 (495) 780-35-54. Контактное лицо Алиса Библова



## ПАУЗА



Отель Four Seasons Hotel Lion Palace St Petersburg

В соборе иногда выступает уникальный мужской квинтет, который а капелла потрясающе поет русские народные и церковные песнопения. Звук и впечатления от услышанного остаются в памяти на всю жизнь.

Петропавловская крепость может послужить отличной базой для интеллектуального квеста. Его можно сделать на базе Комендантского дома. Когда-то это действительно был дом коменданта крепости, а теперь здесь музей истории Санкт-Петербурга. В одном его зале магазины и мода ушедших времен, в другом – макет доходного дома во всех подробностях, от первого этажа до мансарды, включая дворника во дворе, и полностью обставленные, в соответствии со статусом, все комнаты на разных этажах. В третьем зале – все, что касалось вокзалов тех времен, в четвертом – кухня и кулинария, в пятом – транспорт и т. д.

ATH American Express предложили участникам фам-трипа собрать интересные факты для сценария фильма про ту, ушедшую, эпоху, используя информацию из разных залов музея.

### Екатерина НИКИТИНА, директор по развитию бизнеса ATH American Express GBT

Спрос на организацию и проведение MICE-мероприятий в Санкт-Петербурге всегда был, есть и будет стабильно высок. Последние два года происходит ощутимое перераспределение корпоративных MICE-потоков, связанное не только с политической ситуацией в мире и экономической конъюнктурой, но и с развитием в России конгрессно-выставочного направления, чему способствует рост благоприятного инвестиционного климата.

Основными дестинациями проведения мероприятий сегодня становятся не только наиболее инфраструктурно-развитые регионы России. Высоким спросом у корпоративных заказчиков пользуются регионы, располагающие наиболее ярко выраженными рекреационными возможностями, предлагающими высокий класс сервиса и технического оснащения площадок для проведения мероприятий с обязательным свободным доступом к культурному и историческому наследию региона.

Однако, несмотря на богатую палитру гостиничного номерного фонда различной классификации, нам, как организаторам деловых корпоративных мероприятий, приходится конкурировать с большим объемом въездного инкамингового туристического потока в Санкт-Петербург.

Это связано не только с проведением в Санкт-Петербурге значимых международных мероприятий, среди которых ярчайшим событием является ПМЭФ – Петербургский международный экономический форум, но и с большой событийностью Санкт-Петербурга как культурной столицы России.

Санкт-Петербург всегда будет ярким бриллиантом среди всех площадок России, отвечая на запросы любого масштаба и уровня бесспорно высоким уровнем сервиса и высоким международным стандартом.

Поиск ответов оказался очень увлекательным, а споры о том, какой транспорт в Санкт-Петербурге в начале прошлого века ходил только зимой, оказались жаркими. По соседству с Петропавловской крепостью у Петроградской набережной напротив Нахимовского училища пришвартован знаменитый крейсер «Аврора». Как оказалось, тот самый знаменитый залп, послуживший сигналом к штурму Зимнего дворца, далеко не единственная и, наверное, не самая важная заслуга корабля. В 1905 корабль побывал в Цусимском сражении, и один из немногих смог вернуться из боя, хоть и со значительными потерями. Участвовал крейсер и в боях Первой мировой войны. И только потом был тот самый залп. Сейчас крейсер является филиалом Центрального военно-морского музея. На корабле есть и диорамы, и интерактивные экспозиции, и экспонаты – свидетели эпохи. А самое главное – на «Авроре» удивительным образом ощущается дух того старого русского офицества, которое, казалось, кануло в Лету вместе с позапрошлым веком.

Если нужно ненадолго отвлечься от суеты стоит съездить в Царское Село. Екатерининский дворец, в буквальном смысле слова восставший из пепла с помощью реставраторов, поражает воображение масштабом и изяществом всего, что там есть. Янтарная комната могла и должна была появиться именно в таком дворце. Продолжить эстетическое удовольствие позволит прогулка по дивной красоты парку, который остается прекрасным и живописным вне зависимости от времени года. Завершить день в Санкт-Петербурге лучше всего в Мариинском театре, посвятив вечер балету, опере или концерту симфонической музыки. Благо, репертуар театра обширен, и не найти что-то на свой вкус очень сложно.



Крейсер «Аврора»