

# CongressTime

## Время конгрессов

№ 4 | 2016

ЖУРНАЛ О КОНГРЕССНОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ



## НЕ ПРОВЕСТИ ЛИ НАМ КОНГРЕСС НА ТЕПЛОХОДЕ?



Конгрессы на воде:  
да или нет.  
Интервью с О.Ткачевой  
стр. 14

Когда Москва войдет  
в TOP-10?  
Интервью с В.Черниковым  
стр. 18

Форум «Реки России»:  
развиваем водный туризм  
Репортаж М.Васильевой  
стр. 42

Radisson

RESORT & RESIDENCES  
ZAVIDOVO

# МЕРОПРИЯТИЯ В ЗАВИДОВО

КОНГРЕСС-ЦЕНТР РЯДОМ  
С МОСКВОЙ:

ГРАНД-ЗАЛ 980 м<sup>2</sup>,  
7 ПЕРЕГОВОРНЫХ КОМНАТ,  
ОТКРЫТЫЕ ПЛОЩАДКИ,  
ШАТЁР И ВВQ БЕСЕДКИ,  
НОЧНОЙ КЛУБ, РЕСТОРАНЫ И БАРЫ,  
ГОЛЬФ-КЛУБ, СПА И БАССЕЙН

RADISSON RESORT & RESIDENCES ZAVIDOVO

T: +7 495 58 77 000

[radissonblu.com/ru/hotel-zavidovo](http://radissonblu.com/ru/hotel-zavidovo)

Реклама



Главный редактор  
**Людмила Ревошина**

Нам исполнился год, и это здорово! Как много за этот период времени мы открыли для себя, и надеюсь, для вас. Мы постарались, чтоб материалы журнала были вам и интересны, и полезны. И судя по отзывам наших читателей, у нас это получилось.

За это время прошло много интересных и важных событий, в которых мы приняли участие: Петербургский экономический форум, туристический форум «ОТДЫХ», встреча ИССА, церемония «MICE Award», выставка «Реклама». Мы стали участниками туристического форума «Visit Russia» в Ярославле, приняли участие в познавательных турах в Минск, Уфу, и обо всем этом делимся с вами, наши дорогие читатели.

Наша тема номера: **«Не провести ли нам конгресс на теплоходе?»** Вопрос смелый и актуальный, а главное – своевременный. Мы развиваем российское направление, ищем новые нетрадиционные решения. И теплоходы – один из интересных трендов в развитии конгрессной индустрии. Водный туризм постоянно совершенствуется и, возможно, в ближайшее время масштабные события будут проходить именно на теплоходах.

Возможно ли провести конгрессы на теплоходах в России? Какими мы обладаем ресурсами, и что необходимо для развития этого направления? Станет ли морской и речной транспорт конгрессной площадкой? Задавая эти вопросы нашим героям, мы поняли, что тема необъятна и не влезет в рамки одного номера.

Практический опыт, который мы представляем в журнале, интересен и специалистам индустрии, и руководителям, и начинающим предпринимателям. Приобщайтесь к обсуждению наших тем и совершенствуйтесь профессионально! ■

A handwritten signature in blue ink, which appears to read "Л. Ревошина".

# СОДЕРЖАНИЕ

3 Колонка редактора

4 Новости конгрессной индустрии

## ТЕМА НОМЕРА

14 Конгрессы на воде: да или нет?

Интервью с О.Ткачевой, руководителем отдела внешних связей и маркетинга Флотилии «Рэдиссон Ройал»

18 Когда Москва войдет в TOP-10?

Интервью с В. Черниковым

22 Российское судостроение: возрождается или умирает?

Интервью с К.Евдокимовым, Президентом Московской Ассоциации Судовладельцев Пассажирского Флота

26 А можно ли провести конгресс на теплоходе?

## КОНГРЕССНЫЙ ТУРИЗМ

32 Туризм с серьезными намерениями

Интервью с С. Кузеновым, Президентом ЯрТПП и И. Казиним, генеральным директором сети турагентств «ЯРОБЛТУР»

## КОНГРЕССНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

38 Рестэк. Приручаем стихию

42 Форум «Реки России»: развиваем водный туризм

44 Почему ICCA выбрала Москву?

Интервью с Анной Горска, Председателем Центрально-европейского отделения ICCA

**АНОНС** № 5 | 2016 | декабрь

## CONGRESS EVENT: эффект отдачи

- Взрывной эффект: как сподвигнуть участника к восторгу и эмоциональному потрясению
- Нестандартные, нетрадиционные подходы в организации вау-мероприятий
- Конгрессные мероприятия: итоги, результаты и что на выходе?
- По каким критериям оценивать эффективность мероприятия?

Пишите нам, отвечайте на вопросы, высказывайте свое мнение

# CongressTime

Время конгрессов



стр. 3

*За это время прошло много интересных и важных событий, в которых мы приняли участие: Петербургский экономический форум, туристический форум «ОТДЫХ», встреча ICCA, церемония «MICE Award», выставка «Реклама»*

48 Премия RBT&MA: семь лет успеха

Интервью с И. Калашниковым, генеральным директором ИД «Турбизнес», директором проекта RBT&MA

52 МИТТ 2016: рост интереса к новым направлениям

56 Форма в поддержку содержания

58 MICE FORUM в Сочи – флагман развития делового туризма



стр. 14

*«За счет того, что на судах другая обстановка и атмосфера, панорамные окна, потрясающий вид на Москву, мероприятия проходят очень легко и ненавязчиво»*



стр. 29

«Если говорить о преимуществах организации MICE-мероприятий на круизном и речном транспорте в отличие от стационарных площадок – конгресс-центров, конгресс-залов гостиниц, то преимуществ реально масса»

## КОНГРЕССНЫЕ ПЛОЩАДКИ

- 12 Презентация ГСОК «Логойск»
- 36 Презентация отеля «Бородино»
- 54 Презентация Абхазии

## ТЕХНИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ

JG-PRO. Форма в поддержку содержания

## МОДА КОНГРЕССА

- 60 Превращение Золушки.  
Интервью с М. Малюта, дизайнером причесок международного класса
- 65 Конгрессный календарь
- 66 Ах, белый теплоход...  
Афоризмы. В. Кисмерешкин



стр. 42

На форуме поднимались вопросы возрождения круизного судостроения, создания условий для привлечения инвесторов, организации и продвижения новых направлений в рамках основных круизных маршрутов

## Журнал «CongressTime», № 4/2016

Издается при поддержке Торгово-промышленной палаты РФ

### Председатель редакционного совета:

Дмитриев В.А., Вице-президент Торгово-промышленной палаты РФ

### Заместитель Председателя редакционного совета:

Коротин И.А., директор Департамента выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности Торгово-промышленной палаты РФ

### Члены экспертного совета:

Корнеев С.Е., Заместитель руководителя Федерального агентства по туризму, Вице-президент РСТ;  
Торшин А.П., заместитель Председателя Центробанка РФ;  
Барзыкин Ю.А., Председатель Комитета по предпринимательству в сфере туристской, курортно-рекреационной и гостиничной деятельности ТПП РФ;  
Воробьев А.П., Генеральный директор АО «ТГК Измайлово», Вице-президент РГА;  
Стуглев А.А., директор Фонда «Росконгресс».

### Главный редактор:

Людмила Ревовина · adv@congresstime.ru

### Зам. главного редактора:

Ольга Зайкова · olgamtp@gmail.com

### Консультант-редактор:

Евгения Иванкова · ivankova@tpprf.ru

### Выпускающий редактор:

Татьяна Мелто · melto@congresstime.ru

### Учредитель и издатель:

ООО «КонгрессТайм», г. Москва, 119049, Ленинский пр., д. 4, стр. 1А  
Тел.: +7 916 326 17 55  
E-mail: adv@congresstime.ru  
www.congresstime.ru.gg

### Адрес редакции:

119049, г. Москва, Ленинский пр., 4, стр. 1А

### Дизайн-проект и верстка:

ООО «Центральная типография»  
123001, г. Москва, ул. Б. Садовая, д. 5

### Отпечатано в типографии:

ООО «Джетта студио»  
125362, Москва, ул. Свободы, 35 стр.4

Выход в свет: 31.10.2016

Подписка: каталог «Почта России», индекс П 4109

Тираж: 5 000 экз.

Цена свободная. 16+

Свидетельство о регистрации СМИ: ПИ № ФС77-58-779 от 28 июля 2014 г.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций

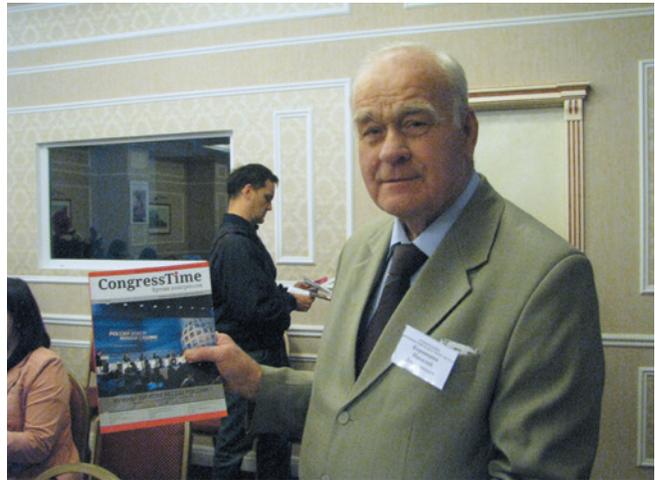
## Воронежский край в эпоху Петра I

*Журнал «CongressTime» стал информационным партнером Международной научно-практической конференции «Воронежский край в эпоху Петра I», посвященной 320-й годовщине строительства Российского военно-морского флота и пребыванию Петра на Воронежской земле, которая прошла 16-18 сентября 2016 года в городе Воронеже и организована Воронежским Региональным обществом имени императора Петра Великого.*

В настоящее время в общественных кругах России продолжает звучать вопрос о том, действительно ли г. Воронеж является родиной Военно-морского флота России? Эту проблему и решили обсудить участники Международной научно-практической конференции.

В рамках конференции прошло пленарное заседание, в котором Представители Правительства Воронежской области, историки, краеведы, писатели, ученые, представители научно-студенческого общества, неравнодушные граждане, заинтересованные в изучении и популяризации Петровского наследия из 8 стран, в т.ч. Белоруссии, Великобритании, Сербии, Испании, Китая, а также Воронежской, Курской, Белгородской и других областей, городов: Москвы, Санкт-Петербурга, Павловска, Липецка, Лиски и др., всего 150 участников – обсудили вклад Воронежского края в создание и развитие российского военно-морского флота.

Темами пяти круглых столов стали: Петровское наследие и развитие туризма в Воронежском крае и ЦФО, исторические аспекты строительства во-



енно-морского флота, создание первого в России Адмиралтейства, реформирование армии, первые попытки муниципального устройства страны, создание российской промышленности и флота и др. В рамках деловой программы прошел диспут о петровских реформах государственной власти и их значение для России.

По итогам конференции была подготовлена резолюция, после учета предложений и замечаний участников конференции резолюция будет разослана в федеральные, региональные и муниципальные органы власти России, региональным торгово-промышленным палатам и заинтересованным организациям.

Все участники высоко оценили работу организаторов конференции и выразили желание сделать конференцию ежегодной площадкой для объединения и решения наболевших проблем, обмена опытом в целях военно-патриотического воспитания молодого поколения, возрождения национальных традиций, духовных ценностей российского народа.





Форум был отмечен высоким интересом со стороны экспертов различных направлений туристической отрасли федерального значения. В течение трех дней более 800 представителей туристической отрасли российского и международного уровня принимали участие в его работе.

## VI Международный туристический форум «Visit Russia-2016» состоялся в Ярославле 14-15 октября

В 2016 году Форум проводился Правительством Ярославской области при поддержке Министерства культуры Российской Федерации и Федерального агентства по туризму РФ, Торгово-промышленной палаты РФ в рамках празднования 80-летия со дня образования Ярославской области в 2016 году, предстоящего 50-летия туристического маршрута «Золотое кольцо России» в 2017 году, а также в целях определения нового вектора движения регионов в реализации инновационных подходов в развитии туризма на территории России.

14 октября 2016 в КЗЦ «Миллениум» в ходе пленарного заседания экспертным составом Форума из числа представителей законодательной и исполнительной власти федерального и регионального уровней, руководителей крупнейших компаний-туроператоров, занятых в сфере внутреннего и въездного туризма, представителей отраслевых общественных организаций и объединений, диктующих современные тенденции уровня развития отдельных направлений туристической отрасли, были обозначены основные проблематики, стоящие на пути развития внутреннего и въездного туризма в России.

Впервые участие в работе Форума принял руководитель Федерального агентства по туризму Российской Федерации Олег Сафонов. Глава профильного федерального ведомства не только выступил в рамках пленарного заседания Форума, но и провел рабочую встречу с Председателем Правительства Ярославской области Д.А. Степаненко, в ходе которой высоко оценил уровень развития туристической отрасли в регионе, отметил активное участие Ярославской области в федеральной программе по развитию внутреннего и въездного туризма, подтвердил статус области как одного из ведущих регионов в России по развитию туристической отрасли.

В рамках деловой программы Форума было проведено 7 тематических секций, посвященных наиболее актуальным вопросам продвижения туристического потенциала регионов. Это и российские и международные практики организации туристически привлекательных событий, успешный опыт по привлечению в регионы иностранных туристов, перспективы развития туристического маршрута «Золотое кольцо России», проблемы и перспективы развития сувенирной отрасли.

Впервые в городе Ярославле в рамках Форума прошли финалы V Национальной премии в области событийного туризма «Russian Event Awards» и II Всероссийского фестиваля-конкурса «Туристический сувенир».

Подписанными Соглашениями Ярославская область наметила себе целый ряд перспективных направлений стратегического сотрудничества в области развития внутреннего и въездного туризма в регионе.

## Летняя встреча ICCA CEC в Москве объединила профессионалов индустрии встреч



18-20 августа 2016 в Москве успешно состоялась традиционная Летняя встреча Центрально-Европейского отделения международной ассоциации ICCA (ICCA CEC Summer Meeting). Мероприятие, привлеченное совместными усилиями партнеров, прошло в российской столице впервые.



Российские и зарубежные профессионалы индустрии встреч активно обсуждали и делились экспертным опытом по центральной теме встречи «From the New Normal to the New Future»:

- Как превратить интеллектуальные технологии в успешные стратегии для рынка?
- Как успешно и плодотворно сотрудничать с российскими компаниями?
- Как организаторы мероприятия могут использовать основы футурологии для улучшения качества мероприятий?
- Как создать гостеприимную культуру и привлечь рентабельное мероприятие в город?

**Анна Горска, председатель ICCA CEC** отметила, что в рамках конференции участники успели рассмотреть несколько очень интересных европейских примеров, как события в целом могут повлиять на имидж города, узнать, как футурология и социология могут быть применены для деловых встреч, получили ценные знания об особенностях ведения бизнеса на территории России.

По словам **Дарьи Островской, управляющего директора Медиа-холдинга РЕСТЭК MEDIA (входит в Группу предприятий «РЕСТЭК»)** выбор Международной ассоциации конгрессов и конференции ICCA Москвы для проведения ежегодного мероприятия своего Центрально-Европейского отделения

имеет огромное значение для индустрии встреч и для игроков рынка. Это возможность продемонстрировать страну, город, площадки, представить участников отрасли международному ивент сообществу, это значимый инструмент продвижения национальных и региональных преимуществ и особенностей на европейской арене.

Отзывы руководства ICCA CEC говорят нам о том, что Оргкомитет, в который вошли Конгрессно-выставочное бюро Москвы, РЕСТЭК EVENTS (входит в Группу предприятий «РЕСТЭК»), Центр Международной Торговли Москвы, НТК «Интурист», Международное Агентство Конгрессного Обслуживания (МАКО), ВДНХ, справился с этой задачей.

Традиционные встречи ICCA Central European Charter, наиболее крупного объединения в структуре ассоциации, служат важной коммуникационной площадкой для профессионалов индустрии встреч из стран Западной и Восточной Европы. На заседаниях, семинарах и открытых дискуссиях обсуждаются вопросы, наиболее актуальные для организаторов деловых мероприятий.

Следующая Летняя встреча Центрально-Европейского отделения международной ассоциации ICCA (ICCA CEC Summer Meeting) пройдет в г. Львов (Украина) в августе 2017 года.

## МІСЕ-Минск: славянское гостеприимство и европейский комфорт

### Второй фам трип российских МІСЕ-операторов в Минске

24-26 июня 2016 в Минске состоялся ознакомительный тур для российских МІСЕ-операторов. С российской стороны в туре приняли участие журнал CongressTime и пять крупнейших операторов: MaxiMICE, UTS, GCS Business Group, HRG (Hogg Robinson Group), Dupont. Тур по продвижению МІСЕ-потенциала г. Минска проходил в рамках проекта «MICE in MINSK».

С белорусской стороны участие в туре приняли: Центр стратегического развития «Маркетинговые системы», «Прайм Тур», «СОЛВЕКС», «Беларустурсервис», «СМОК ТРЭВЕЛ», «САННИ ТРЭВЕЛ». Партнерами тура выступили «Ренессанс Минск отель», «Минск Марриотт отель», оздоровительно-спортивный комплекс «Веста», БелАЗ, историко-культурный комплекс «Линия Сталина».

Участники тура увидели в Минске огромную перспективу для развития МІСЕ-направления: инфраструктура в лице гостиниц, загородных объектов, исторических мест. Было отмечено, что на сегодняшний день наибольшее количество МІСЕ-клиентов едет в Грузию, но скорее всего этот поток через год-два исчерпает себя, т.к. корпоративные группы не любят проводить мероприятия в одном месте дважды. Сейчас популярны направления Сочи, Баку, Ереван, набирает обороты Калининград, Дальний Восток. В ближайшие два-три года Минск также может стать меккой МІСЕ-туризма.

Гости ознакомились с горнолыжным спортивно-оздоровительным комплексом «Логойск», комплексом «Веста», прокатились на 130-тонном БелАЗе, увидели реконструкцию на «Линии Сталина», ознакомились с ведущими отелями для проведения мероприятий, провели деловую часть



Проект «MICE in MINSK» – частная инициатива, направленная на развитие Минска как площадки для проведения корпоративных и деловых мероприятий. Проект объединяет субъектов из разных направлений туристической отрасли – туроператоров, перевозчиков, гостиницы, объекты общественного питания, места развлечений, загородные объекты. Цель проекта – увеличить туристический поток деловых туристов в Минск в интересах участников. 2016 год посвящен продвижению МІСЕ-услуг на российском направлении.

с белорусской стороны. Отметили, что преимуществом, «изюминкой» Минска для проведения мероприятий, прежде всего, станет национальная самоидентификация, клиенту надо предложить то, чем Беларусь отлична от других стран. Это промышленный туризм на БелАЗ, исторические кварталы в замках с использованием истории шляхты, военно-исторические программы и др.

Российские гости высказали пожелания и предложения по взаимодействию в развитии и популяризации потенциала г. Минска через проведение презентаций и ознакомительных туров. Российские международные МІСЕ-компании только начинают открывать для себя Беларусь.

Время покажет, в какую форму самоорганизации перерастет проект «MICE in MINSK», и сможет ли Беларусь в ближайшие годы нарастить поток делового туризма.

## В Москве прошла презентация МІСЕ-потенциала Минска

8 июня в Москве в Деловом и культурном комплексе Посольства Республики Беларусь состоялась презентация МІСЕ-потенциала Республики Беларусь для представителей российских и международных МІСЕ-компаний. Организаторы мероприятия: Центр стратегического развития «Маркетинговые системы» (Минск), ИД «Турбизнес» (Москва).

Цель мероприятия – продвижение МІСЕ-потенциала Республики Беларусь и г. Минска как направления для проведения деловых мероприятий. В Москву приехало 13 представителей белорусских компаний. Представители российских и международных МІСЕ-компаний выразили большую заинтересованность к взаимовыгодному сотрудничеству.



## ПМЭФ 2016 На пороге новой экономической реальности

16-18 июня 2016 состоялся XX юбилейный Петербургский международный экономический форум, собравший более 12 000 участников из 133 стран. Для участия в форуме в Санкт-Петербург прибыли главы государств и правительств, международных ведущих компаний и организаций. На полях Форума было проведено более 300 мероприятий.

Участие в пленарных сессиях, круглых столах и брифингах приняли более 40 российских высокопоставленных лиц: министров, руководителей федеральных агентств и служб и 60 высокопоставленных иностранных лиц. В Форуме приняли участие более 600 глав российских компаний и около 300 глав иностранных компаний.

В торжественном открытии участвовали: Генеральный секретарь ООН Пан Ги Мун, Председатель Европейской комиссии Жан-Клод Юнкер и Президент Гвинейской Республики Альфа Конде.

Пленарное заседание «На пороге новой экономической реальности» – с участием Президента Российской Федерации Владимира Путина, Президента Казахстана Нурсултана Назарбаева, Председателя Совета министров Италии Маттео Ренци.

В рамках основной деловой программы было проведено более 100 мероприятий: встреча Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева с представителями российского бизнеса, региональный консультативный форум «Деловой двадцатки», деловой форум ШОС, форум БРИКС, церемонии вручения премий, встреча с выдающимися учеными, пленарная сессия Сбербанка России, мероприятия в формате теледебатов и мн. др.

Дискуссии в рамках Форума проводились по пяти основным направлениям:

- Поиск новых стимулов развития. Взгляд за горизонт;
- Реализуя экономический потенциал России;
- Новая геоэкономическая динамика;
- Жизнь в эпоху инноваций;
- Человеческий фактор в экономике.

Помимо мероприятий конгрессной части на Форуме были организованы выставочные площадки: выставка инвестиционных проектов Investment Projects, выставка Business Expo, павильон Италии и др.

Отмечается рекордный рост подписанных соглашений в этом году – всего 356 (в 2013 году подписано 102 соглашения, в 2014 году – 175, в 2015-м – 205). Во время проведения форума состоялось 67 мероприятий культурно-зрелищной и спортивной направленности. Участники Форума воспользовались сервисами: открытая студия ПМЭФ, приложение для мобильных устройств «ПМЭФ2016», фотобанк, видеоканал ПМЭФ, SMS-оповещение и др.

В этом году Форум прошел на новой площадке – КВЦ «Экспофорум», которая втрое больше прежней. Определены даты проведения ПМЭФ 2017 – форум состоится 1-3 июня 2017 года.

## РОСКОНГРЕСС

Оператор мероприятия – Фонд «Росконгресс» был учрежден как Фонд «ПМЭФ» в 2007 году для организации и проведения ПМЭФ. В декабре 2015 года, ввиду изменения комплекса задач и географии их выполнения, Фонд «ПМЭФ» переименован в Фонд «Росконгресс». Цель Фонда – содействие развитию экономического потенциала и укрепление имиджа России посредством организации и проведения конгрессных и выставочных мероприятий экономической и социальной направленности, формирование их содержательной части, оказание консалтинговой, информационной и экспертной поддержки компаниям и организациям, а также всестороннее изучение, анализ и освещение вопросов российской и глобальной экономической повестки.

## Апартаменты в Завидово: новый взгляд на загородный отдых



Завидово (100 км от Москвы, Тверская область), получив статус особой экономической зоны в апреле 2015 г., продолжает развиваться. Летом здесь открылся второй проект всемирно известного гостиничного бренда Radisson Blu. Теперь отдохнуть на курорте можно не только в пятизвездочном отеле Radisson Resort, Zavidovo, но и в апартаментах Radisson Residences, Zavidovo. Отель на 200 апартаментов расположен на берегу реки Дойбица, впадающей в Волгу, рядом с песчаным пляжем и широкой набережной, откуда можно любоваться белоснежными яхтами и быстрыми катерами.

[www.radissonblu.com/ru/residences-zavidovo](http://www.radissonblu.com/ru/residences-zavidovo)



## Информационный тур по конгрессной Уфе

За последние 20 лет конгрессная и туристическая инфраструктура России сделала огромный шаг вперед к глобальной конкурентоспособности, однако российский и зарубежный рынки по-прежнему мало осведомлены об уникальных возможностях страны как MICE-направления.

По инициативе представителей российских MICE и event-агентств в 2016 году был создан всероссийский проект BE IN RUSSIA/БУДЬ В РОССИИ.

Основная идея проекта – замещение зарубежных направлений для проведения мероприятий российскими направлениями и площадками; привлечение в Россию зарубежных заказчиков и организаторов, а также повышение осведомленности зарубежных заказчиков мероприятий об уникальных возможностях России как MICE направления.

В период с 9 по 11 сентября в рамках реализации проекта с целью ознакомления с MICE возможностями регионов и городов России при активном участии регионального представителя проекта BE IN RUSSIA в Уфе, компанией «Офис-группа» был проведен информационный тур в столицу Башкирии.

Участниками тура стали представители корпоративных заказчиков (крупные иностранные и российские компании), а также представители СМИ Москвы. Участником фам-трипа стал и журнал «CongressTime».

За три дня участники ознакомительного тура смогли посетить 11 объектов и познакомиться с конгрессными и инсентив-возможностями гостиниц «Президент Отель», «Sheraton», «Башкирия»,



Проект BE IN RUSSIA информирует участников рынка о возможностях регионов и городов России посредством фестиваля лучших проектов, организованных на территории России и интерактивной картой MICE&EVENT-возможностей страны, представленной на сайте проекта.

«Азимут», «Holliday inn Ufa», ресторанного комплекса «Даско Гарден», Олимпийского парка с горнолыжными спусками, ВДНХ – Уфа, ипподрома «Акбузат».

Знакомство с конгрессной Уфой началось с посещения ключевого объекта города – Конгресс-холла, где в 2015 году проходили заседания и встречи глав-государств саммитов ШОС и БРИКС. Участники осмотрели конференц-залы, концертный зал, комнаты для переговоров, рестораны и выставочные площадки и отметили, что Конгресс-холл является универсальной площадкой для проведения форумов, конференций, фестивалей, деловых встреч с количеством участников до 3 тысяч человек.

Ознакомительная программа также включала экскурсию по парку «Ватан», мастер-класс по стрельбе из лука и ужин в национальном стиле от ведущей кейтеринговой компании Уфы «Ля Фет» в юрте парка «Ватан», а также дегустацию пива, катание на лошадях на ипподроме «Акбузат», посещения музея и пешую тематическую экскурсию «Советская Уфа».

Участники информационного тура высоко оценили новые MICE-возможности города Уфы и выразили готовность рассмотреть площадки города для проведения своих мероприятий в будущем.

# ГСОК «ЛОГОЙСК»: ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ

ГСОК «Логойск» – современный горнолыжный курорт, отвечающий самым строгим европейским стандартам, его называют «белорусской Швейцарией». Оригинальная скандинавская архитектура делает комплекс одним из самых привлекательных мест в Беларуси.

*Вы хотите провести Вашу деловую встречу, конференцию или семинар в Беларуси? И совместить свое событие с хорошим активным отдыхом? Приглашаем в ГСОК «Логойск»!*



## Почему Логойск?

Горнолыжный спортивно-оздоровительный комплекс «Логойск» предоставит Вам отличную площадку для организации мероприятий различного масштаба, а также для семейного и корпоративного отдыха.

Инфраструктура комплекса позволяет насыщенно отдыхать в любое время года. Главным преимуществом является компактное расположение объектов сервиса на территории, близость горнолыжных склонов к ресторану, гостиницам и пунктам проката.

Комплекс включает в себя гостиницу, конференц-залы, спортивный комплекс, горнолыжные трассы, футбольную, волейбольные, пейнтбольную площадки, верёвочный городок, скалодром.

В 2011 году на базе ГСОК «Логойск» состоялось открытие бизнес-центра, что способствует развитию делового туризма. Конференц-залы «Логойск» являются подходящим местом для проведения деловых семинаров и встреч, презентаций и конференций различного уровня и масштаба, от деловых встреч партнёров до съездов государственного и международного уровня. Конференц-залы оборудованы всем необходимым, оснащены экранами, проекторами, микрофонами, системами кондиционирования и предоставляют широкий выбор вариантов для рассадки участников.

Для успешного проведения корпоративных мероприятий созданы и удачно применяются анимационные спортивно-развлекательные программы, программы квест-игр, турниров, где задействуются пейнтбольная площадка, верёвочный городок, футбольная и волейбольные площадки, а также все аттракционы и услуги, предлагаемые комплексом.

## Где остановиться

На территории ГСОК «Логойск» есть свой гостиничный комплекс: гостиница, домики-шале, корпуса трёхместных номеров и садовые дома. Гостиница была построена в 2005 году. Общее количество номеров – 24, в каждом из них есть телевизор, телефон, все удобства. Из окон открывается живописная панорама. Вместительность гостиничного комплекса до 150 человек.



## Где поесть

Питание на территории комплекса успешно организует «Гасцінны Маёнтак» – ресторан национальной белорусской кухни. Особая атмосфера с национальным колоритом, авторские блюда и фирменные настойки. Здесь можно проводить масштабные мероприятия с количеством гостей до 500 человек. Интерьер ресторана выполнен в белорусском стиле. В меню – национальная белорусская кухня: традиционные драники с разными начинками, мясные горячие блюда, моченые овощи. Меню ресторана также дополняется блюдами европейской кухни. Рецепты используются как классические, так и с авторской доработкой шеф-повара, каждое блюдо адаптировано под вкусы белорусов с национальным уклоном.



## Что посмотреть

Для Вас – парк развлечений! Веревоочный городок, организация спортивных программ с элементами тим-билдинга, кресельный подъемник, конные прогулки.

## Зимние развлечения

В зимний период для любителей горных лыж и сноубордов комплекс «Логойск» предлагает 5 освещенных трасс общей протяженностью около 4 000 м и перепадом высот 82 м, которые оснащены четырехкресельной канатной дорогой с пропускной способностью до 2 000 человек в час (время подъема около 5 мин.). Имеется также бугельный подъемник. Снежные пушки и современная техника для обработки склонов обеспечивают всегда хорошее состояние трасс. Для новичков действует учебный склон (высота 11 м, длина 120 м), на котором отдыхающие могут воспользоваться услугами профессиональных инструкторов, прокатом необходимого снаряжения. Кроме крутых спусков внимание гостей привлекает и развлекательный аттракцион – тюбинг «Веселая ватрушка». В зимний период доброй традицией стало проводить ночные катания, народные праздники «Каляды» и «Масленица», а также многочисленные соревнования и показательные выступления спортсменов.

## Прокат

В прокате представлены горнолыжное и сноубордическое снаряжение, велосипеды, роликовые коньки, квадроциклы, аттракционы «Сумо», «Киккер-футбол», «Большой футбол».

## Факты

Горнолыжный спортивно-оздоровительный комплекс «Логойск» является победителем премии «Выбор года – 2015 в Беларуси» в двух номинациях: «Горнолыжный комплекс № 1 в Беларуси» и «Загородная площадка для активного отдыха свыше 100 человек №1 в Беларуси».



**Неповторимый белорусский колорит, живописная природа, повышенный комфорт и широкий выбор развлечений сделают Ваш отдых в ГСОК «Логойск» незабываемым!**

## Контакты

ГСОК «Логойск»  
223141, Минская обл., Логойский р-н,  
Логойский с/с, 36, комн. 32  
Тел.: +375 1774 21 664  
E-mail: [info@logoisk.by](mailto:info@logoisk.by)



## Конгрессы на воде: да или нет?

Интервью с О. Ткачевой,  
руководителем отдела внешних связей  
и маркетинга Флотилии «Рэдиссон Ройал»

Можем ли мы провести конгресс на теплоходе в Москве, достаточно ли у российской столицы ресурсов? О том, какими возможностями для проведения мероприятий обладает флотилия «Рэдиссон Ройал», мы попросили ответить Ольгу Ткачеву, руководителя отдела внешних связей флотилии «Рэдиссон Ройал».

**Здравствуйте, Ольга! Как на Ваш взгляд, может ли морской и речной транспорт стать конгрессной площадкой или это только хорошая площадка для отдыха?**

**О.Т.:** Добрый день! Спасибо большое за внимание к Флотилии «Рэдиссон Ройал». Действительно, если смотреть в таком

необычном ракурсе, с точки зрения проведения конгрессов на воде, можно сказать, что тема проведения деловых мероприятий на реке в России – полноценно еще не так развита и не раскрыта в настоящее время. Тот потенциал, который имеется в нашей стране, еще не до конца используется.

**А можно ли провести конгресс на теплоходе?**

**О.Т.:** Я бы не стала сужать, почему именно конгресс, надо говорить более обширно – деловое мероприятие. Любые суда, несомненно, являются отличной площадкой, я бы сказала, альтернативой уже устоявшимся традиционным стационарным

залам: будь то гостиницы, рестораны и конференц-центры. Как показывает практика, одно и то же «приедается». Все стремятся к какому-то разнообразию, новым форматам, пытаются не только удивить, но и заинтересовать гостей, привлечь их внимание. Поэтому мероприятия на теплоходах – это хороший выход, поменяв обстановку, избежать повтора и эффекта «замыливания» сознания гостей, чтобы оно было открыто для восприятия новой информации.

Как мы знаем, из года в год повторяются одни и те же форумы, конференции, конгрессы – одна тематика, вроде бы люди все те же, площадки одни и те же, но многие уже это воспринимают как какую-то «обязаловку», где можно прийти и «для галочки» отметить: я там был. Зарегистрироваться, попить кофе, пообщаться, максимум – послушать выступления одного-двух спикеров, а потом просто уйти по своим делам. Учитывая, что все-таки это зал на воде, здесь такого не случится. Все, кто пришел, будут присутствовать на мероприятии «от» и «до». Слушать все, что нужно прослушать, погружаясь полностью в тему мероприятия. Хотя во многих случаях это обстоятельство отпугивает организаторов. Они думают, что гости не придут на мероприятие, потому что их «увезут» на целый день. А жаль. За счет того, что на судах другая обстановка и атмосфера, панорамные окна, потрясающий вид на Москву, мероприятия проходят очень легко и ненавязчиво. Почему, например, сейчас пользуются спросом нестандартные площадки для деловых конференций? Все просто, другой формат – другая атмосфера. Когда заказчик выбирает интересную площадку и подготавливает интересную программу – сразу повышается и статус мероприятия. И как результат, увеличивается количество спикеров, количество гостей, и мероприятие проходит более динамично и интересно.

**Флотилия «Рэдиссон Ройал» сегодня лидер на рынке речных круизов по Москве-реке. На своих теплоходах вы успешно проводите свадьбы, банкеты, различные событийные мероприятия. А что может предложить Флотилия «Рэдиссон Ройал» конгрессному рынку?**

**О.Т.:** Безусловно, какие-то крупные конгрессы с пленарными заседаниями на 1 тыс. чел. – мы, к сожалению, либо к счастью, предложить провести у себя не можем. Все-таки у нас яхты с пассажироместимостью до 300 персон – 5 яхт, построенных в 2008-2009 годах, вмещают до 200 персон и 5 супер-яхт (год строения 2012-2013) – до 300 персон. Причем на супер-яхтах появляется салон Первого класса на верхней палубе, что дает еще больше возможностей для проведения мероприятий, когда необходимо развести все активности по нескольким залам, задействовав обе палубы. Здесь в первую очередь все зависит от технических запросов и предлагаемых возможностей. Но с другой стороны – в рамках данного количества гостей можно проводить самые разные мероприятия, например, конференции, пресс-брифинги, презентации, семинары и т.д. Основная задача, которая стоит перед любым мероприятием – это удержать внимание публики от начала и до конца, что прекрасно реализуется на борту яхт «Рэдиссон».

Сегодня «Рэдиссон Ройал» – единственная компания, предлагающая гостям комбинированные мероприятия. Например, пленарное заседание крупного конгресса можно провести в конференц-залах гостиницы «Рэдиссон Ройал», а часть каких-либо закрытых встреч, заседаний с ключевыми спикерами – на белоснежной яхте, и завершить все фуршетом с экскурсионной программой по Москве-реке. Или просто разнообразить любое мероприятие

**Флотилия**  
*Radisson*  
ROYAL MOSCOW

*Флотилия «Рэдиссон Ройал, Москва» – это десять речных яхт ледового класса с ресторанным сервисом на борту. Ежедневно и круглый год яхты совершают экскурсионно-развлекательные рейсы по Москве-реке, позволяя увидеть главные достопримечательности Москвы: Кремль, Новодевичий монастырь, памятник Петру I, Собор Василия Блаженного, Университет и другие знаковые объекты города.*

#### **Сервис и возможности:**

- Продолжительность стандартного круиза: 2,5-3 часа.
- 1,5-часовые экспресс-круизы в летнее время.
- Кухня интернациональная и городская, представлена 2-мя шеф-поварами.
- Возможность путешествовать первым классом и Royal-классом.
- Сервис: кухня и бар на борту; спец. меню для салона первого класса; дегустации, акции, тематические праздники; туристические пакеты и семейные уик-энды.
- Возможность аренды для проведения частных или корпоративных мероприятий.
- Аудио-экскурсия на разных языках; красочные карты маршрута.
- Навигация: ежедневно, 365 дней в году.

#### **Причалы:**

- Причал «Гостиница «Украина»»: Наб. Тараса Шевченко, 1. Станция метро «Киевская».
- Причал «Парк Горького»: ЦПКИО Им. М. Горького, Пушкинская наб. (у Крымского моста). Станции метро «Октябрьская», «Парк Культуры».

презентацией, пресс-конференцией или пресс-завтраком на яхте «Рэдиссон Ройал».

### Сколько это мероприятие может происходить по времени?

**О.Т.:** По времени, как правило, не более трех-четырех часов. Если больше – то уже добавляются культурные, развлекательные программы. Возможна следующая конфигурация – сбор гостей, два часа деловая программа, а потом, особенно если это в летнее время – неформальное общение на верхней палубе, красивое завершение всей этой истории.

### Сколько гостей можно пригласить на мероприятие, если проводить его в комплексе с конгресс-центром гостиницы?

**О.Т.:** Если проводить мероприятие в конгресс-парке гостиницы «Рэдиссон Ройал» с дополнительными мероприятиями на корабле, то всего посадочных мест может быть до 1 500.

### Почему у вас нет конференц-пакетов?

**О.Т.:** Здесь все очень просто. Когда запрашивают конференц-пакет, то там ориентируются просто на количество персон. У нас более сложная политика формирования цен и зависит от многих факторов. Зависит от количества часов, которые яхта будет задействована, от количества людей, от формата мероприятия. Поэтому мы отказались от идеи делать конференц-пакеты.

### В чем, по вашему мнению, преимущество организации мероприятий на речном транспорте в отличие от стационарных площадок?

**О.Т.:** В принципе, я уже некоторые перечислила выше. Еще одно преимущество, особенно когда проходит конгрессное мероприятие международного характера и на него съезжаются участники из разных стран – возможность увидеть нашу столицу, красавицу Москву. Когда с одной стороны,

заказчик проводит мероприятие, а с другой стороны – показывает своим гостям Москву, «одним выстрелом убивая двух зайцев». Я уже не говорю, какие красивые фотографии можно сделать во время прогулки и получить массу впечатлений. К тому же мы всегда меняем маршруты в зависимости от запросов и пожеланий, в случае, когда яхта арендуется полностью под мероприятие. Стандартный маршрут проходит по историческому центру, мимо всех основных достопримечательностей, соответственно, если участники мероприятия приехали на 2-3 дня, и у них нет времени на экскурсии, то прогулка по Москве-реке дает возможность увидеть город. К тому же не надо стоять в пробках и сокращать экскурсионную программу.

«**Очень хочется пожелать всем читателям, профессионалам и всем интересующимся этой стороной бизнеса – всегда быть открытыми ко всему новому, не бояться ломать стереотипы и в своем сознании, и в том, что нас окружает**»

### На Ваш взгляд, почему в России так мало деловых мероприятий проходит на речном транспорте?

**О.Т.:** Во-первых, потому что все привыкли к одному стандартному формату. Боятся нестандартных площадок. А вдруг что-то не так пойдет... Плюс то, что я уже озвучивала – страх в том, что гости не пойдут, если их увезти на целый день, или во время конференции они не будут «в доступе» и не смогут с нее уйти... С другой стороны – зачем тогда проводить конференцию? Любое деловое мероприятие организуется для решения определенных задач, и всегда важно, чтобы они были реализованы от начала до конца. У тебя запланированы определенные выступления,

определенные рабочие площадки для обсуждения различных вопросов. И ставить вопрос под таким углом – а вдруг не придут, потому что не смогут «сойти», – как-то противоречит цели создания и проведения самой конференции.

### Значит, деловые мероприятия у нас могут активно развиваться на речном транспорте?

**О.Т.:** Да, просто всегда то, что людям непривычно – несколько пугает. Мне кажется, здесь нужно наоборот – не бояться новых форматов, новых возможностей и использовать то, что есть – в полной мере.

### А как Вы думаете, у круизных компаний в этом сегменте больше перспектив?

**О.Т.:** Раньше в основном гостей мероприятий вывозили за границу, но сегодня появилось много круизов по рекам России. У круизных компаний в этом хорошая перспектива. Мне кажется это интересно – провести пленарное заседание в одном городе, а секционные в другом, а фуршет в третьем. И, конечно, особенно перспективно в рамках развития регионального туризма.

### Вы начали сотрудничество с Радиогид, расскажите об эффективности новых устройств.

**О.Т.:** У нас всегда на яхтах во время проведения рейсов предоставлялась возможность прослушать экскурсию по маршруту следования об основных достопримечательностях. Это была первая «проба пера», мы не хотели привлекать гидов, как например, в Санкт-Петербурге, где рассказывают для всех. У нас другой уровень, с ресторанным обслуживанием, гости приходят с разными целями. У кого-то романтическое свидание, у кого-то деловой обед, семейный ужин, и трансляция экскурсии на весь зал может мешать. При этом туристический сегмент – очень велик.



Поэтому была такая задумка: сделать mp-3 плеер с записью экскурсии по основным достопримечательностям. Когда это было запущено в работу, мы поняли, что этот вид услуги пользуется спросом. Но все-таки mp-3 плеер – немножко устаревшая модель и все, что ты даешь людям в самостоятельное управление – может быть использовано не совсем корректно, могут не туда нажать, случайно стереть. Поэтому нам нужно было сделать оборудование, которое максимально простое в использовании, при этом сложное с точки зрения обычного обывателя, чтоб было на пяти-шести языках, с привязкой к ходу следования через спутниковую связь. И предложение Радиогид в данном случае оказалось максимально интересным. Мы активно используем продукцию Радиогид, она представлена на всех рейсах. Мы всегда что-то меняем, улучшаем,

добавляем, корректируем. А когда запускаешь новый продукт, всегда есть над чем поработать.

#### **В завершении интервью скажите ваши пожелания нашим читателям.**

**О.Т.:** Очень хочется пожелать всем читателям, профессионалам и всем интересующимся этой стороной бизнеса – всегда быть открытыми ко всему новому, не бояться ломать стереотипы и в своем сознании, и в том, что нас окружает. Потому что жизнь настолько прекрасна и удивительна, каждый день ты узнаешь что-то новое. Например, запуская этот проект 17 ноября 2009 года (именно в тот день флагман Флотилии яхта «Фердинанд» отправилась в свой первый рейс) в разгар зимнего сезона, мы столкнулись с недопониманием – для людей это был шок. Как это? Зима, река, лед, зачем? Ассоциации пойти зимой

покататься по Москве-реке – не было ни у кого. Уже много лет существовала традиция: май, открывается сезон и начинается навигация, трамвайчики отправляются от парка Горького и Киевского вокзала, и мы все с детства знаем, куда пойти. И тут появляемся мы, и это действительно в определенной степени ломка стереотипов. Многие говорили, что это безумие, что это все не пойдет, но вот уже практически семь лет мы «бороздим» зимние просторы Москвы-реки. Каждый год, открывая что-то новое, показываем, что река не просто не охвачена, что здесь скрыт огромный потенциал.

Открывайтесь всему новому, пробуйте новые форматы, цените новые возможности.

**Большое спасибо за Ваше интервью.**

■ Людмила Ревошина



# Когда Москва войдет в Топ-10?

Интервью с В. Черниковым,  
Правительство Москвы

Туриндустрия занимает видное место в реальном секторе экономики города, и Правительство Москвы отводит ей значительную роль в приоритетах развития столицы и связывает с ней решение стратегических задач, стоящих перед Москвой, а именно к 2018 году Москва должна войти в 10 наиболее посещаемых туристических городов мира. О том, что планирует сделать Москва, чтобы увеличить турпоток в столицу, мы сегодня беседуем с Владимиром Черниковым.

**Добрый день, Владимир Васильевич! Деловой туризм в настоящее время является одной из высокодоходных и стабильных направлений туризма во всем мире. А как обстоят дела с развитием делового туризма в Москве?**

**В.В.:** Деловой туризм в Москве в течение многих лет был основным видом туристической деятельности, ведь Москва является

крупнейшим деловым центром на всем пространстве от Лондона и Парижа до Токио и Пекина. Здесь расположены штаб-квартиры крупнейших российских компаний и представительства международных корпораций. Здесь формируется почти пятая часть ВВП страны. Ежегодно в российской столице проходит более 200 международных выставок, сотни форумов и конгрессов, конференций, в том числе, такие как

«Московский Урбанистический Форум», Московский форум «Открытые инновации», Аэрокосмический Конгресс и др. Только по официальным данным в гостиницах Москвы останавливается более двух миллионов гостей столицы, посетивших ее с деловыми целями. Нас иногда упрекают в том, что в Москву туристы чаще приезжают с деловыми целями, чем с экскурсионными. Но доля приезжих

с культурно-познавательными целями растет опережающими темпами, а статус столицы делового туризма помогает нам обеспечивать более равномерную загрузку гостиниц в течение года и решать экономические задачи, стоящие как перед московской индустрией гостеприимства, так и перед городом в целом.

**Мэр Москвы С. Собянин поставил задачу: к 2018 году Москва должна войти в 10 наиболее посещаемых туристических городов мира. Каким образом Вы планируете решать эту задачу?**

**В.В.:** Инструменты для развития туристской дестинации во всем мире одинаковы: реклама, поиски новых каналов коммуникации с потребителем и максимальное их использование, обеспечение высокого туристического уровня. Москва обладает огромным туристским потенциалом: большое количество исторических памятников, уникальная архитектура, развитый гостиничный комплекс, представленный как гостиницами ведущих мировых брендов, так и коллективными средствами размещения бюджетного сегмента, современная туристская инфраструктура, делающая город комфортным как для москвичей, так и для гостей города, высокий уровень безопасности. Однако мифы и предубеждения относительно нашей страны в мире достаточно распространены, чему способствует и внешнеполитическая ситуация. Нам предстоит большая работа по изменению имиджа и страны, и города за рубежом. И говоря «мы» я имею в виду не только Департамент национальной политики, межрегиональных связей и туризма города Москвы, но и в целом столичную и российскую туристическую индустрию.

**Столица Российской Федерации в настоящее время является лидером конгрессной индустрии в России. По статистике Международного союза**



Заседание Совета по делам национальностей при Правительстве Москвы

**выставок и ярмарок более 50% всех конгрессных мероприятий, проходящих сегодня в странах СНГ и Балтии приходится на Москву. В чем преимущества Москвы как конгрессной дестинации? Чем Москва привлекательна для бизнес-туристов?**

« Путешественник, прибывающий в Москву с деловыми целями, в среднем тратит порядка 3,9-4,3 тыс. рублей в день. »

**В.В.:** Москва – это, в первую очередь, качественная туристская инфраструктура. Так, к настоящему моменту, согласно данным о классификации московских коллективных средств размещения, в столице действуют 27 гостиниц уровня 5\* и 68 гостиниц уровня 4\*, то есть более 20 тысяч номеров гостиниц бизнес-класса. Некоторые из отелей одновременно являются и крупными конгресс-центрами: гостиница «Украина», Центр международной торговли и другие, что позволяет проводить качественные мероприятия международного уровня. Кроме того, в Москве расположено наибольшее количество конгресс- и выставочных центров сертифицированных

международными организациями, в сравнении с другими странами СНГ и другими городами России. 24 зарегистрированные в Москве выставочные компании сертифицированы Международной ассоциацией выставочной индустрии. Три московских конгресс-центра являются членами Международной ассоциации конгресс-центров.

Помимо больших возможностей по организации деловых мероприятий Москва предоставляет также качественный досуг: высокие стандарты столичных ресторанов подтверждают международные рейтинги, создаются новые пешеходные зоны, регулярно проводятся масштабные городские праздники. Немаловажно и то, что российская столица является крупнейшим транспортным хабом на постсоветском пространстве – ежегодный пассажирооборот московского авиаузла составляет порядка 150 млн. человек. Географическое положение между Европой и Азией делает Москву удобной площадкой для организации встреч между представителями деловых кругов разных стран, а регулярные рейсы связывают Москву со всеми европейскими и крупнейшими азиатскими странами, а также странами Северной и Южной Америки.



Исторический фестиваль "Времена и эпохи". Коломенское



Фестиваль "Русское поле". Царицыно

**Многие российские города активно занялись формированием своего привлекательного имиджа как внутреннего, так и международного. Что делается в Москве для повышения имиджа города?**

**В.В.:** Как показывает проведенное нами исследование, деловой туризм в последние годы по уровню доходности для региона уступает событийному туризму. Так, путешественник, прибывающий в Москву с деловыми целями, в среднем тратит порядка 3,9-4,3 тыс. рублей в день, в то время как туристы, приехавшие в российскую столицу с целью посещения событийных мероприятий, тратят от 4,3 до 4,7 тыс. рублей в день. Конечно, это не делает деловой туризм менее привлекательным и менее значимым для экономики города. Но важно понимать, что для развития мегаполиса, в том числе – для повышения его туристской привлекательности – необходимо подходить к вопросу имиджа города комплексно. Москва – столица России и, значит, во многом то, как город будет воспринимать за рубежом, зависит во многом от восприятия страны в целом. Кроме того, имидж должен подкрепляться конкретными делами, конкретными изменениями, в том числе и в инфраструк-

туре. Уже сейчас, согласно проводимым Департаментом опросам, туристы отмечают, что Москва становится все более удобным для жизни городом, обращают внимание на чистоту городских улиц, в том числе – в сравнении с популярными туристическими городами Европы. Российская столица аккумулирует все лучшее, что предлагает современная урбанистика, и в этом большая заслуга Правительства Москвы. За последние 5 лет город претерпел большие изменения, стал удобнее, красивее, более открытым стране и миру. Мы уже являемся одной из самых удобных, доступных и комфортных мировых столиц. А имидж, то есть общественное мнение – это то, что складывается годами и, уверен, то, что делается сейчас и то, что будет происходить в городе в будущем – позволит Москве завоевать уважение и занять достойное место среди мировых столиц.

**Есть ли у Москвы стратегия продвижения потенциала города и в чем она заключается?**

**В.В.:** Если говорить о стратегии продвижения города как туристской дестинации, а не о тактике, то она достаточно проста – максимальное информирование российского и зарубежного

потребителя о туристических возможностях Москвы. Причем, имеется ввиду самый широкий спектр потребителей – и деловые круги, и молодежь, и туристы, предпочитающие путешествовать семьями, и, в том числе, будущие болельщики, прибытия которых мы ожидаем в 2017-2018 гг. в связи с проведением в Москве матчей Кубка Конфедераций и Чемпионата мира по футболу. Что касается тактики, то это стандартный набор пиар-инструментов: специализированные выставки, ворк-шопы, презентации туристских возможностей Москвы, рекламная кампания в СМИ, в том числе – за рубежом, ознакомительные и пресс-туры, работа в социальных сетях, проведение вебинаров для представителей туристической индустрии и т.д.

**В Москве наконец-то создано Конгрессное бюро. Налажено ли сотрудничество вашего департамента с этой маркетинговой организацией? В чем оно заключается?**

**В.В.:** Конгрессно-выставочное бюро города Москвы было создано Правительством Москвы для продвижения Москвы как международной коммуникационной площадки и центра высоких технологий. Департамент наци-

ональной политики, межрегиональных связей и туризма в силу специфики своей деятельности тесно связан с работой практически всех подразделений Правительства Москвы и, несомненно, в том числе – с КВБ. В частности, основные, наиболее значимые мероприятия, проводимые при поддержке или организованные Конгрессно-выставочным бюро, включены в событийный календарь, презентованный в июле Департаментом представителям индустрии гостеприимства города. Это позволит потенциальным партнерам, а также деловым кругам и туристическим агентствам, специализирующимся на организации деловых туров, своевременно формировать турпродукт, наиболее полно соответствующий интересам потребителей. Событийный календарь также будет презентован в ходе проводимых в регионах и за рубежом Дней Москвы в рамках презентации туристического потенциала российской столицы.

**Многие российские специалисты конгрессной отрасли высказывают мнение, что в Россию необходимо привлекать только крупные международные конгрессы и для этого необходимо строить конгрессные площадки, рассчитанные на 5 тыс. чел. и выше. Нужна ли городу площадка на 5 тыс. участников и будет ли она востребована? Или все-таки необходимо привлекать мероприятия любого масштаба и использовать уже существующий потенциал?**

**В.В.:** Как я уже говорил выше – Москва располагает возможностями для проведения масштабных мероприятий. Так, крупнейшие конгресс-центры Москвы способны одновременно вмещать порядка 3,5-4 тыс. человек. Уже сейчас ежегодно в Москве проводится порядка 200 крупных деловых мероприятий, в том числе – международных. И это без учета крупных площадок Московской



Якутский национальный праздник Ысыах. Коломенское

области, таких, как Крокус-Экспо. Между тем, с точки зрения туризма, Москва и область – это один регион и мы намерены интенсифицировать работу с Московской областью по сближению позиций и совместному продвижению нашего общего региона на туристском рынке – в том числе в сфере делового туризма, что значительно расширит наши возможности.

« **В Москве ежегодно проводится порядка 200 крупных деловых мероприятий, в том числе – международных** »

Рынок конгресс-услуг в Москве еще не достиг предела насыщения и находится на стадии развития. Создание же новой инфраструктуры, что является капиталоемким вложением – должно следовать за спросом. И Правительство Москвы, и столичные бизнес-круги – чутко следят за мировыми тенденциями и стараются предвосхищать запросы потребителей, создавая новые сервисы, в том числе – в сфере конгресс-услуг. Так что при зарождении нового тренда на мероприятия, предполагающие использование конгресс-центров подобной вместимости, Москва не останется в стороне.

**В Москве в последние годы активно развивается речной транспорт. А как Вы считаете, можно ли проводить конгрессные мероприятия на теплоходах в Москве?**

**В.В.:** Не в теории, но уже на практике, подобные мероприятия проводятся в Москве регулярно. Московский речной флот располагает банкетными судами высокого класса, в том числе – ледового класса, что позволяет проводить мероприятия на воде круглогодично – в том числе и в зимний сезон. Конечно, некоторые особенности такого вида залов не позволяют проводить крупные конгрессы с параллельными сессиями, но они прекрасно подходят для выездных корпоративных мероприятий, семинаров, круглых столов. В ближайшие годы набережные Москвы-реки значительно преобразятся благодаря масштабной реконструкции, включающей в себя также создание новых туристических объектов, Парка Зарядье, Культурного центра ЗИЛ, Парка развлечений в Нагатинской пойме, новых пешеходных зон. То есть деловые мероприятия на комфортабельных теплоходах станут еще насыщеннее и красочнее.

■ **Ольга Зайкова**



# Российское судостроение: возрождается или умирает?

Интервью с К. Евдокимовым,  
Президентом Московской Ассоциации Судовладельцев Пассажирского Флота

Какими возможностями для проведения мероприятий обладает речной транспорт? Можем ли мы провести конгресс на теплоходе? И главное – российское судостроение: возрождается или умирает? Об этом мы спросили у Кирилла Евдокимова, Президента Московской Ассоциации Судовладельцев Пассажирского Флота.

**Здравствуйтесь, Кирилл Валерьевич! Зная Ваш богатый опыт в проведении мероприятий «на воде», зададим вопрос номера. Есть ли у российских городов возможность проводить конгрессы на теплоходах? Обладаем ли мы для этого необходимыми ресурсами?**

**К.Е.:** У российских городов теплоходы не принадлежат городам, поэтому отсутствие или наличие возможностей относится не к городам, а к судовладельцам. Соответственно, если мы говорим о теплоходах, которые ходят внутри города – осуществляют так называемые городские и пригородные поездки, то эти теплоходы имеют фактическую

вместимость для рассадки на конгрессах до 150-ти, максимум 200-т гостей, поэтому это ограничивается пассажироместимостью. Если мы говорим о конгрессе или о MICE-мероприятии до 200-т гостей, это можно говорить о Москве. В Санкт-Петербурге таких больших теплоходов еще меньше, там все «заточено» под туризм, собственно говоря, как и в Москве.

**А как в других регионах и городах России?**

**К.Е.:** Традиционно у нас большая часть флота – это построенные в советское время теплоходы типа «Москва»: он имеет зал, в котором может идти рассадка

и театральная, и конгрессная. Плотно может вместиться 100 человек, но это не будет соответствовать нынешним требованиям по уровню сервиса, которые предоставляют современные стационарные площадки. А в регионах в большей части представлены именно небольшие суда, типа «Москва».

**Как Вы считаете, может ли морской и речной транспорт стать конгрессной площадкой? Войти в конгрессную инфраструктуру?**

**К.Е.:** Конечно, может. Потому что они уже существуют. Есть мероприятия, которые традиционно проводятся, например, на речных



теплоходах, есть так называемый бизнес-форсайт на теплоходах. Все зависит от вместимости, от количества помещений, которые могут предоставить определенный уровень сервиса.

### Какие MICE-возможности есть у теплоходов, и какие деловые мероприятия можно провести на теплоходах в России?

**К.Е.:** Все упирается в две вещи. Первая – это пассажиры, какая у теплохода вместимость. Любой теплоход – это автономная площадка, которая включает в себя залы для проведения мероприятий, включает номера для проживания, ресторан для питания. Это основное. Электричество там есть, необходимо только завезти оборудование. Поэтому теплоходы сами по себе автономны и самодостаточны.

Т.е. это – «плавающая» гостиница, если мы говорим о круизных судах. Если мы говорим о городских – здесь формат только однодневные, теплоход можно использовать как площадку в центре и как площадку загородную. Его плюсы – в подвижности. Мы проводили и обучающие семинары, и конференции. Минус в том, что рынок еще не сформирован, мы продаем этот продукт с 2007 года, это большой период.

Несмотря на то, что мы активно не вкладывались в рекламу, но агентствам и организаторам конференций мы заявляли о себе как о площадке. Но рынок пока не сформирован.

« На конгрессах, форумах, конференциях много упирается в то, что к обеду у участников снижается работоспособность, а на мероприятиях, проводимых на теплоходах – не снижается, а наоборот, повышается. »

**Если вдруг какой-нибудь инвестор вдохновится и вложит свои миллиарды в создание такого теплохода – возможно ли вместить такое большое количество как 5 000 человек?**

**К.Е.:** Вы очень правильно сказали по поводу миллиардов – здесь ключевое слово «миллиарды», и такого инвестора можно скорее назвать мизантропом. Например, сейчас строится круизное судно на 300 гостей, оно стоит миллиарды. По-моему, последняя оценка его стоимости была 4 млрд. руб. Построить такое судно можно. Только, во-первых, нужно по-

строить сначала верфь, которая вместит такое судно. Второе – у нас есть определенные габариты судов, больше которых делать нельзя. Потому что есть определенные участки рек, где есть максимальные: и по длине, и по ширине.

На морских судах это возможно – они вмещают 3-5 тыс. человек. А если мы говорим о таком количестве на реке – то точно нет. Максимально судно на реке вместит 300 человек. Сейчас есть два проекта – проект PVI 300 и PVI 500. На Мостурфлоте сейчас есть судно, где заложен PVI 300. У речного транспорта на сегодняшний день есть перспектива проведения мероприятий до 300 человек максимум – это одно судно. Есть хорошее бизнес-решение на большее количество участников: можно группы разделить на секции и провести мероприятие на двух теплоходах. На причале они могут меняться. На большее количество людей – только морской транспорт.

### А можно ли сделать речные круизы круглогодично?

**К.Е.:** Теоретически можно сделать все что угодно, вопрос целесообразности. Можно и реку подогреть, только какой в этом смысл. Вот, например, компания Рэдиссон увидела для себя перспективы зимней навигации и они это сделали.

### В чем преимущество организации мероприятий на речном и круизном транспорте в отличие от стационарных площадок?

**К.Е.:** У нас в свое время под этот вид услуги был слоган: «Никто не уйдет с вашего мероприятия!» Да, это так, есть автономность. И можно еще добавить: мероприятие на теплоходе всегда создает определенную атмосферу – романтическую. С одной стороны, смена обстановки расслабляет, с другой – наоборот, заставляет мозг лучше воспринимать информацию.



Наш основной слоган: «Вдохни энергию реки». Да, река несет в себе определенные свойства, которые позволяют настроиться на мероприятие. На любом мероприятии есть кофе-брейки, кофе-паузы, где люди имеют возможность выйти из зала на открытую палубу и несколько минут подышать свежим воздухом, полюбоваться видами, сделать фото. Быстрее происходит «перезагрузка».

На самом деле на конгрессах, форумах, конференциях много упирается в то, что к обеду у участников снижается работоспособность, а на мероприятиях, проводимых на теплоходах – не снижается, а наоборот, повышается. Это так, опыт есть. И большой плюс – это смена обстановки – можно сесть в городе и уплыть за город.

### **Почему же так мало MICE-мероприятий проходит на круизном и речном транспорте?**

**К.Е.:** Лучше этот вопрос задать организаторам конференций. Я думаю, в первую очередь, участники недостаточно инфор-

мированы обо всех возможностях. Это все-таки сложнее, чем приехать на стационарную площадку. Наверное, это многих отпугивает. Вполне возможно, что все упирается в необходимые площади для проведения крупных конференций. Возможно, соотношение размера площадей и их стоимости не является преимуществом теплоходов.

« **И те меры, которые принимает Правительство России, они ситуацию не улучшают. Эти кратковременные меры имитируют улучшение ситуации, но фактически они продолжают убивать гражданское судостроение.** »

Если взять тот же бизнес-форсайт – мероприятий много. К нам систематически обращаются организации по проведению мероприятий, они чаще выбирают круизные теплоходы и меньше заказов на внутригородские перевозки. Это объясняется тем,

что на судне отсутствует возможность проживания, это просто отдельная площадка. Если, к примеру, отель совмещает в себе и конгресс-зал, и возможность проживания, то при проведении мероприятия на теплоходе участникам необходимо отдельно арендовать гостиницу. Хотя, наверное, есть гостиницы, которые не имеют больших конгресс-залов, и тогда можно использовать такие гостиницы вкупе.

Я считаю, что на круизных теплоходах спрос растет, возможно, из-за курсовой разницы. Часть потребителей, которые раньше ездили за границу, из-за сокращения бюджетов не могут себе позволить провести мероприятие за рубежом и соответственно проводят их в России, в т.ч. и на теплоходах. Хотя аренда круизного теплохода – не самое дешевое удовольствие, но из-за курсовой разницы эта услуга стала более доступной.

**Какие Вы можете назвать проблемы у Ассоциации Судовладельцев Пассажирского Флота или у самих судовладельцев?**

**К.Е.:** Основная проблема у российских речников центральной европейской части – сезонность. Это объективная проблема, хотя Рэдиссон удалось ее решить, они круглогодично в Москве устраивают навигацию. Круизники не могут себе это позволить, потому что они связаны со шлюзами, а зимой шлюзы не работают, они эффективно работают в основном май-сентябрь. А прогулочные теплоходы могут работать круглогодично.

Вторая проблема – устаревший флот. Только у нас в Москве 10% теплоходов постройки 2009 года и моложе, а остальные 90% – это советский старый флот, который можно раскрасить хоть сусальным золотом, но они свои технические возможности от этого не улучшат.

Те кратковременные меры, которые принимает Правительство России, ситуацию не улучшают. Эти меры имитируют улучшение ситуации на рынке, но фактически продолжают убивать гражданское судостроение: потому что есть госзаказ, который позволяет неэффективным производствам просуществовать от госзаказа до госзаказа; потому что новых судов никто не строит. А если частный судовладелец приходит на завод с просьбой построить судно и ему называют цену, которую госзаказ себе позволяет в силу неэффективности и большого количества финансовых ресурсов, а частный заказчик, который рассматривает постройку судна как инвестицию, не выдерживает таких цен. Я много лет заявляю, что госзаказ убивает судостроение.

Есть ряд вещей, которые государство может делать, но не делает, а мы речники не можем, это за пределами нашей компетенции. А флот – его нужно строить. На сегодняшний день политика нашего государства не способствует этому. Так медленно умирает российское гражданское судостроение. Когда у нас будет стоимость постройки судна ниже, чем

в Китае, тогда мы будем говорить о том, что у нас есть перспективы развития судостроения, и я считаю, это у нас возможно. Пример – грузовое судостроение, в частности северо-западное пароходство, они инвестируют в строительство танкеров, танкеровозов. Ряд обстоятельств им позволило построить и инвестировать с определенными надеждами на окупаемость. Но что касается пассажирского флота, такого нет. И здесь нужна помощь и поддержка государства, комплекс мер, которые создадут условия для эффективного развития гражданского судостроения и у нас речников будет понимание, куда двигаться дальше. Но это отдельная тема.

« **Количество МИСЕ-мероприятий на теплоходах увеличивается, особенно увеличивается количество образовательных программ. В то же время наблюдается общее падение корпоративных мероприятий** »

Еще одна проблема – несоответствие береговой инфраструктуры международным стандартам. Здесь государство предпринимает определенные шаги, но они не дают положительного результата.

#### **А Вы вносили свои предложения в Правительство России?**

**К.Е.:** Конечно, есть федеральные некоммерческие организации – например, российская палата судоходства, есть ассоциация портов и судовладельцев речного транспорта – это федеральные профессиональные объединения, которые непосредственно работают с Правительством России на федеральном уровне, через них мы вносим свои предложения.

Я не говорю, что Правительство РФ ничего не делает, конечно, оно в курсе наших проблем. И сдвиги

есть, понятно, что это вопрос не одного дня и не одного года.

#### **Какие тенденции развития у МИСЕ-направления на теплоходах в России?**

**К.Е.:** На общем фоне – если брать отрицательный тренд роста экономики, то я вижу, что количество МИСЕ-мероприятий на теплоходах увеличивается, особенно увеличивается количество образовательных программ. В то же время наблюдается общее падение корпоративных мероприятий. Буквально с 2014 года наша компания ощутила это на себе, такого падения не было даже в 2009 году. Подводя итог, можно констатировать, что 2014-2016 годы – это вертикальная кривая с отрицательным трендом в части корпоративных мероприятий и с положительным трендом в части семинаров, особенно на круизных теплоходах.

#### **Что ждет рынок деловых мероприятий в России на теплоходах в перспективе?**

**К.Е.:** Я не фанат прогнозов, никто реальные прогнозы дать не может. Но с моей точки зрения возможный спрос будет подталкивать предложение. А сегодня нет такого объема рынка, под который кто-нибудь, например, построит отдельный теплоход под проведение конгрессов на реке. Речники и так находятся на грани рентабельности. Хотя речники по своей сути – это достаточно консервативные и инертные люди, но рынок заставляет нас выживать и чутко реагировать на изменения и достаточно оперативно реагировать на запросы потребителей.

Но все равно я верю, что российское гражданское судостроение будет развиваться, ведь технологии не стоят на месте. Но, наверное, не в ближайшее время.

**Большое спасибо за Ваше интервью.**

■ Людмила Ревошина



# А можно ли провести конгресс на теплоходе?

**Ольга Зайкова,**

зам. главного редактора «CongressTime»,  
генеральный директор ООО «РедКонгресс Групп»

Вопрос – где провести деловое мероприятие так, чтобы оно запомнилось всем участникам мероприятия – является актуальным, особенно в последние годы. Заказчики, организаторы MICE-мероприятий все чаще ищут нестандартные идеи для проведения форумов, конференций и инсентив-поездов. За рубежом давно проводят конгрессные мероприятия на нестандартных площадках: на вокзалах, водонапорных башнях, а также на круизных и речных теплоходах. Давайте узнаем, а можно ли в России провести мероприятия на теплоходах?

## ЗА РУБЕЖОМ

Тенденция проводить конгрессные мероприятия на теплоходах зародилась на Западе и быстро стала одним из самых перспективных направлений в сфере индустрии встреч. И сегодня деловые круизы – один из самых популярных и быстрорастущих сегментов международного MICE-рынка. «Что касается морских круизов, то как в Европе, так и в США проведение MICE-мероприятий вполне обычное дело» – говорит **Елена Ветлова, коммерческий директор круизной компании «Нептун»**.

«Вообще в мире MICE уже давно облюбовал круизные суда как

идеальную площадку» – добавляет **Елена Карманова, директор по PR и маркетингу компании «Виа Марис»** и продолжает: «А в России пока это не очень прижилось и рассматривается больше как экзотика. У нас вообще более сухопутное мышление. Возможно, потому что море далеко и воспринимается исключительно как цель для пляжного отдыха». Лидирующие позиции по количеству проведенных MICE-мероприятий на морском и речном транспорте занимают такие страны как США, Великобритания, Германия, Испания. По мнению экспертов, за последние 10 лет количество проводимых на теплоходах конгрессных мероприятий за рубе-

жом выросло почти в два раза. Это способствует увеличению доходов компаний, занятых в сфере организации деловых мероприятий на теплоходах и стимулирует рост развития отрасли в целом.

## А КАК В РОССИИ?

В связи с последними тенденциями в России – политикой импортозамещения, развитием внутреннего туризма, организаторы MICE-мероприятий все чаще стали искать альтернативные площадки в России и чаще стали выбирать экскурсионно-развлекательный круизный и речной транспорт в качестве конгрессной площадки.

Проведение деловых мероприятий на круизных и речных теплоходах становится с каждым годом все более популярным в России. Вот что сказал руководитель Федерального агентства по туризму «Ростуризм»

**Сафонов О.П.:** «Возможности у нас для этого просто уникальные. 115 морских и речных порта России имеющие, благодаря системе каналов, выходы к 5 морям: Балтийскому, Черному, Азовскому, Каспийскому и Белому морям и 2 бассейнам океанов: Атлантического и Северного Ледовитого. Общая протяженность береговой линии – 37,7 тыс. км – самый большой показатель в мире. Не случайно Россия является одним из лидеров круизного туризма в мире».

Возможностями для проведения MICE-мероприятий на морских и речных судах обладают многие российские города, в т.ч. Москва, Санкт-Петербург, Ялта, Мурманск, Калининград, Владивосток, Новороссийск, Севастополь, Архангельск, Выборг, Таганрог, Ярославль и др.

В последние годы было открыто несколько новых пассажирских портов, в т.ч. в Санкт-Петербурге открылся крупнейший в Европе пассажирский порт, построенный по последнему слову техники. К Олимпиаде в Сочи был реконструирован Сочинский морской торговый порт, а также построен с нуля современный и комфортабельный порт Сочи Имеретинский.

## MICE-ВОЗМОЖНОСТИ

В зависимости от типа судна, заказчикам MICE-мероприятий круизные компании предлагают различный набор услуг. К услугам заказчиков мероприятий – просторные салоны, киноконцертные, банкетные залы, комнаты для переговоров, площадки на открытых палубах, конференц-залы с мультимедийными системами и проекцион-

ным экраном, комфортабельные каюты с удобствами и повышенной комфортности, уютные рестораны, площадки для развлекательных программ и др.

Суда оборудованы системой климат-контроля для теплого времени года и системами отопления для холодного, что позволяет принимать гостей на теплоходах круглый год. Дополнительно заказчикам мероприятий предложат разработку концепции и сценария любого события, бронирование гостиниц, экскурсионные программы, трансферы и аренду машин, визовую поддержку, страховку, видео- и фотосъемку, подбор ведущих и артистов, шоу-программы, дискотеки, игры, конкурсы, тематические вечеринки, просмотр фильмов, солнечные ванны на открытых палубах. Для мероприятий дополнительно можно заказать банкеты, фуршеты, кофе-брейки. «На круизных лайнерах заказчики и организаторы деловых мероприятий могут провести форумы, конгрессы, конференции, роад-шоу, чемпионаты, которые могут длиться от двух и более дней. На борту круизного лайнера можно провести почти все мероприятия, что и на берегу в отелях, только для участников, на мой взгляд, они будут куда более интереснее и необычнее, и для организаторов это будет сделать проще и легче» – утверждает

**Елена Ветлова.** «Ограничений практически нет никаких!» – добавляет **Роман Кашкин, заместитель коммерческого директора круизной компании «Инфофлот».** «Если понадобится тим-билдинг с игрой в футбол или волейбол, можем организовать специальную стоянку. Правда одновременно собрать на одном теплоходе 1 000 человек не получится. Зато сможем разместить их параллельно на нескольких теплоходах, идущих по нужному заказчику маршруту!»

«На наших теплоходах предусмотрено всё, что может понадобиться самому взыскательному

клиенту. Просторные конференц-залы вместимостью до 200 чел. и рестораны, предназначенные для проведения банкетов и фуршетов; стильные бары, в том числе с панорамным обзором; уютные салоны для проведения встреч и отдыха; открытые палубы с шезлонгами и другой палубной мебелью, солярии на солнечной палубе, приспособленные для проведения деловых, массовых мероприятий, танцевальных дискотек, презентаций и других празднеств «под открытым небом» – говорит **Светлана Гончарова** и добавляет: «Самое главное при проведении – учитывать вместимость теплохода». Речные компании предлагают просторные залы в салоне теплоходов и на прогулочной палубе, оснащенные всем необходимым, в т.ч. техническим оборудованием, кондиционерами, средствами безопасности, кейтеринг и т.п. Речные компании готовы также предложить разнообразные услуги по организации MICE-мероприятий на открытых площадках во время стоянки теплоходов, в т.ч. шатры, звуковое оборудование, мебель, концертные программы, спортивные конкурсы, дискотеку, фейерверки. На речных теплоходах обычно проходят конференции, тренинги, семинары, деловые встречи и ужины, тимбилдинговые мероприятия, корпоративные праздники, мастер-классы, которые длятся от трех часов до нескольких суток. «Средняя продолжительность корпоративных круизов составляет меньше недели, чаще выбирают и соответствующие туры, к примеру: из Москвы до Ярославля и обратно – заказные речные походы обычно начинаются и заканчиваются в одном месте, хотя и не всегда. Некоторые солидные конференции отправлялись и по одностороннему, но весьма популярному для нашей страны маршруту: Москва - Санкт-Петербург. Чаще всего поездки продолжаются три дня – с пятницы



## ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Сегодня в России представлены разные типы судов, на которых можно провести деловые, культурные, событийные и инсентив-мероприятия. Первый тип – это туристские суда, действующие по специальным маршрутам и расписаниям. Они рассчитаны на большую продолжительность поездки. Забронировав места на таких судах, можно провести мероприятия крупного масштаба: форумы, конференции и т.п. до 400 чел., продолжительностью более трех дней. Второй тип – прогулочные суда. На таких теплоходах можно провести конференции, семинары, тренинги вместимостью от 30 до 400 чел. и продолжительностью до 8 часов. И третий тип – это специальные суда. Выполняемые по отдельным заказам, когда заказчики мероприятий могут зафрахтовать все судно на любой период по любому маршруту. Провести свое мероприятие заказчики мероприятий могут на круизных лайнерах или речных теплоходах. Круизные компании России предлагают огромное количество туров по Северному, Балтийскому, Черному, Азовскому морям. Предлагают также уникальные круизы вокруг островов Северного Ледовитого океана – Земли Франца Иосифа и Новой Земли, на Северный полюс из Мурманска, вдоль Чукотского автономного округа с посещением острова Врангеля, в Антарктиду, теплоходные прогулки в бассейнах Индийского и Тихого океанов, к берегам стран Юго-Восточной Азии и др. Компании, которые организуют речные круизы, предлагают туры по Волге, Енисею, Каме, Оке, Лене, Оби, Амуру и другим рекам Российской Федерации, а также организуют речные прогулки по городам России.

«Возможны различные варианты проведения MICE-мероприятий любой продолжительности – говорит **Светлана Гончарова, заместитель генерального директора «Мостурфлот»**. «Круиз с возвращением в пункт отправления, круиз с отправлением из одного города и окончанием в другом (например, Москва - Санкт-Петербург), круиз с заходом в «зеленую зону». И это все, не покидая «гостиницы на воде»! Имеется возможность размещения от 15 до 300 человек в комфортабельных 1-, 2-, 3- и 4-х местных каютах. В каждой каюте оборудован санблок (душ, туалет, умывальник), имеется кондиционер, большое обзорное палубное окно, иллюминаторы. На большинстве теплоходов в каждой каюте имеются телевизор, телефон внутрисудовой связи, холодильник. Для проживания VIP-гостей на теплоходах предусмотрено от 2 до 20 кают класса «люкс» и «полулюкс». Каюты класса «люкс» имеют отдельные гостиную, спальную и ванную комнату».

по воскресенье, так называемые «круизы выходного дня», например, из Москвы до Углича. И совсем редко корпоранты отправляются на 20 дней, по таким маршрутам как из Москвы до Астрахани и обратно», – говорит **Андрей Смолин, коммерческий директор «ВодоходЪ»**. И к этому добавляет: «Заказчики у нас очень разные: общественные, научные и творческие организации, коммерческие банки, крупные предприятия, сетевые и частные компании. Поэтому и мероприятия могут быть различного формата: конференции, семинары, учебные сборы, форумы, юбилеи и корпоративные торжества компаний, и многое другое».

По мнению **Елены Ветловой**, наиболее популярными мероприятиями на борту являются тимбилдинг и поощрительные мероприятия для сетевых компаний, празднования юбилеев, конференции и тренинги. Благодаря большому разнообразию теплоходов и маршрутов каждый заказчик мероприятия сможет выбрать место для проведения мероприятия на свой вкус.

## ПРЕИМУЩЕСТВА

«Если говорить о преимуществах организации MICE-мероприятий на круизном и речном транспорте в отличие от стационарных площадок – конгресс-центров, конгресс-залов гостиниц, то преимуществ реально масса» – отмечает **Елена Карманова**.

«Это ограниченная по размерам площадка, на которой собрано все, что может потребоваться для проведения конференции, организации питания и досуга, при этом позволяющая приглашать участников с членами семьи. Членам семьи не будет скучно в то время, когда участники не с ними, а на конференции. Все оборудование предоставляется для групп бесплатно, в то время как в гостиницах за залы и оборудование приходится доплачивать. Ежедневная смена пейза-

жа за окном добавляет массу впечатлений – что положительно сказывается на имидже мероприятия. Близость мест проведения конференции и ресторана для обеда, ужина облегчает логистику. Возможность размещения (на морских лайнерах, в силу размеров) в одинаковых или в разных категориях кают (в зависимости от состава группы) позволяет подчеркнуть либо равенство всех участников, либо наоборот статусность части группы – все зависит от поставленных задач».

**Светлана Гончарова** добавляет: «Важным преимуществом проведения деловых мероприятий является, то, что на теплоходе все делегаты находятся обособленно, если речь идет о фрахте целого теплохода. Вопросы безопасности и конфиденциальности соблюдаются на 100%. Как отмечают наши партнеры, которые проводят съезды региональных представителей, важная особенность нахождения делегатов на борту в том, что у них есть абсолютная уверенность, что делегаты не проигнорируют запланированные мероприятия, и программа дня будет выполнена. Еще одним важным достоинством мероприятий на теплоходах является то, что все происходит во время путешествия. Происходят две важных вещи. Люди работают и в тоже время отдыхают, пользуясь всей инфраструктурой теплохода, и получают психологическую разгрузку, потому что круиз – признанное средство, чтобы снять стресс».

«Важным отличием, – по мнению **Елены Ветловой**, – является то, что на борту лайнеров большая часть необходимых услуг включены в стоимость круиза: питание от раннего завтрака до позднего ужина, вода, чай, кофе в течение 24-х часов, залы для проведения мероприятий, оборудование для презентаций, развлекательная программа и т.д. Благодаря компактному размещению большого количества развлечений и зон отдыха на лайнере, это существен-

но экономит время и способствует интенсивному неформальному общению за рамками собственно плановых мероприятий, так сказать «групповая динамика» продолжает развиваться, что очень ценится крупными сетевыми компаниями при работе с региональными представителями. Ещё это сильно помогает в организации культурной программы, всё уже придумано и организовано, и главное – включено в цену. Это создает у участников очень сильные, яркие эмоции и положительные впечатления от проведенного мероприятия, которое они запомнят на всю жизнь. И что еще немаловажно в данный момент – это безопасность. Лайнер имеет возможность изменить расписание круиза и не заходить в порт, в котором потенциально может быть какая-то опасность для пассажиров лайнера. Круизы – это ещё и престиж! Престиж, который сам собой переносится и на организаторов MICE-мероприятий».

«За время следования по маршруту лайнер посещает сразу несколько городов, что открывает широкие возможности для участия в разнообразной экскурсионной программе, параллельно с основными деловыми мероприятиями. На лайнере различные деловые мероприятия проходят намного продуктивнее за счет отдыха, разрядки и активного эмоционального подъема на экскурсиях» – дополняет **Андрей Смолин**.

## ЦЕНЫ

Аренда теплохода для проведения MICE-мероприятия может быть предоставлена на любой срок – от нескольких часов до нескольких дней или даже недель. Цены же на организацию и проведение MICE-мероприятий на круизных и речных судах в России в 3-5 раз ниже общемировых благодаря более низкой фрахтовой ставке судов и более дешевому, но не менее

качественному сервису. По этой причине конкуренция на отечественном круизном и речном рынке существует только между отечественными компаниями и отсутствует с иностранными. Открытие в России представительства известной западной туркомпании «Роял Кариббиэн Круиз Лтд», работающей во многих водных бассейнах мира – пока единственный случай. Существуют разные формы аренды теплоходов для проведения MICE-мероприятий. «В нашей компании существует два варианта предоставления погодных услуг, – говорит **Светлана Гончарова**, – **Вариант №1.** Все судно фрахтуется под целевого заказчика. Стоимость фрахта в сутки от 600 тыс. руб. и выше в зависимости от размера судна (от 90 чел. до 300 чел.). В стоимость фрахта входит топливо, работа команды, обслуживание на борту. Дополнительно оплачивается питание, анимационная составляющая, дополнительные услуги на теплоходе и на берегу и оборудование. **Вариант №2.** Размещение мини-групп на уже заявленных круизах. Например, идет теплоход вместимостью 300 мест, а необходимо провести мероприятие на 30-50. Тогда бронируется круиз по заявленным ценам на каюты для индивидуальных туристов и прибавляется стоимость всего того, что необходимо дополнительно. Например, если стоимость круиза составляет за две ночи и три дня 25 тыс. руб. с человека, то это является базовой стоимостью при этом варианте. Питание включено, экскурсии включены. Для группы во время круиза выделяется специальное время и помещение для проведения запланированных мероприятий. Любые индивидуальные мероприятия на берегу проводятся за дополнительную плату». «На судах нашей компании – это 5-6 тысяч рублей на человека, но напомню, что это полный пакет с экскурсионным обслуживанием,

питанием, проживанием» – отмечает **Роман Кашкин**. Организацией и проведением MICE-мероприятий на круизном и речном транспорте в России занимаются круизные компании, организаторы MICE-мероприятий, event-агентства, туроператоры, которые предоставляют полный спектр услуг от аренды конференц-зала до полной организации мероприятий «под ключ». Среди них компании: «Мостурфлот», «Инфофлот», «Водоходъ», флотилия «Рэдиссон Ройал Москва» и др. Точное количество компаний, работающих на российском рынке неизвестно, поскольку такой статистики в России никто не ведет.

Российские компании имеют богатый опыт по проведению различных мероприятий. «Наши теплоходы принимали гостей саммита «Россия – ЕС», научных сотрудников Российской академии медицинских наук, членов общероссийской общественной организации «Лига здоровья нации», участников международного конгресса, проводимого Российской федерацией игры Го, сотрудников Московского Авиационного Института, Роскосмоса, аэрокосмического агентства Германии, Министерства образования и науки РФ, аэрокосмического кластера центра «Сколково» и др. – сообщает **Роман Кашкин**. **Елена Ветлова** добавляет: «Мы успешно провели медицинскую стоматологическую конференцию, поощрительные поездки для сотрудников косметических компаний, празднование дня рождения крупной сетевой компании, выездные конкурсы танцевальных коллективов, тренинги для маркетологов и специалистов по продажам телефонной компании, семинары для сотрудников страховой компании, тим-билдинг для сотрудников компании услуг связи, выездные сессии для фитнес-клубов, фестиваль юмора с участием творческих коллективов и даже съемки сериала для телеканала СТС».



## СРОК ПОДАЧИ ЗАЯВКИ НА МЕРОПРИЯТИЕ

«Расписание круизных теплоходов составляется задолго до начала навигации и процесс этот сложный. Предварительно требуется сформировать расписание для целевых заказчиков, поскольку корпоративный клиент – это индивидуальный заказ со своими пожеланиями по датам, маршрутам, стоянкам, сервисом, меню и многим другим параметрам, и только после этого верстать круизный график массовых туров. Ряд наших постоянных клиентов, которые арендуют теплоходы из года в год, в течение многих лет, обращаются с заявкой к нам заранее (за год) и под них мы формируем отдельный круиз и укладываем его в расписание. Но довольно часто обращаются непосредственно за месяц или два до обозначенной ими даты мероприятия. В такой ситуации, несмотря на то, что в нашем флоте числится значительное число речных лайнеров и мы имеем возможность очень гибко подходить к любому заказу, оперативно подстраиваясь под утвержденный план своей работы, иногда изменить расписание того или иного теплохода бывает крайне сложно, поэтому продажу туров мы начинаем заранее. Так, например, продажи туров в навигацию 2017 мы начали первыми уже в июле 2016 года» – объясняет **Андрей Смолин**.

## ПРОБЛЕМЫ

«На сегодняшний день процентное соотношение MICE-направлений от общего количества круизов небольшое – около 2%» – говорит **Роман Кашкин**. Почему такой низкий процент, спросите вы? Тому есть ряд причин.

**Светлана Гончарова** отмечает следующие:

- короткая навигация, фактически площадки можно предложить только с 29 апреля по 1 октября, не всех это устраивает;
- количество и разнообразие наземных площадок существенно больше, чем могут предложить круизные компании и судовладельцы.
- не все теплоходы могут вместить достаточное количество делегатов, ограниченный объем общественных помещений;
- стоимость проведения мероприятий на теплоходах в целом выше, чем на наземных площадках;
- плохая информированность рынка о преимуществах корпоративного отдыха на теплоходах, консерватизм в плане выбора площадок среди заказчиков.

**Роман Кашкин** подтверждает: «Во-первых, это незнание среди заказчиков о возможностях проведения MICE-мероприятий на теплоходах. Во-вторых, у многих существуют определенные, порой необоснованные стереотипы:

старый флот, советский уровень сервиса. Это опять же, от незнания».

К этому можно добавить такие недостатки:

- **арендовать теплоход необходимо за год, полгода до предстоящего мероприятия;**
- **теплоходы ограничены по пассажироместимости;**
- **ограниченное время проведения мероприятия;**
- **невозможность покинуть мероприятие раньше времени;**
- **непредсказуемость погоды;**
- **вероятность развития морской болезни у участников MICE-мероприятий;**
- **ограниченный выбор развлечений; необходимость следить за безопасностью.**

«Полагаю, что заказчики мероприятий привыкли к некоторому достаточному высокому уровню площадок для проведения, – добавляет **Елена Карманова** – а наш речной флот пока еще в массе своей не соответствует этому уровню. Те же несколько теплоходов, которые сегодня реально оборудованы более чем достойно – они и ценник предлагают соответствующий. Вообще, речной флот гораздо менее приспособлен для конференций в силу небольших размеров.

Самым большим залом на борту является музыкальный салон, который, конечно, может вместить всех пассажиров в формате зала заседаний, но это не всегда комфортно. С этой точки зрения, морские лайнеры дают гораздо больше возможностей».

**Елена Ветлова** указывает на еще одну проблему: непонимание руководством всех преимуществ круизных MICE-мероприятий. Из-за вышеперечисленных проблем снижается интерес заказчиков мероприятий, компаний-организаторов MICE-мероприятий к проведению деловых мероприятий на круизном и речном транспорте. Что можно сделать, чтобы изменить эту ситуацию?

Свое мнение по этому поводу высказала **Светлана Гончарова**:

«Учитывая, что круизный рынок переживает бум, то можно смело прогнозировать рост интереса корпоративных заказчиков к таким площадкам как теплоход. Для более уверенного и быстрого продвижения круизного продукта в MICE-сегмент необходимо выстроить четкую стратегию и постоянно проводить мероприятия на популяризацию флота среди корпоративных заказчиков и агентств. Рекламные публикации, выставки, дни открытых дверей для корпоративных заказчиков и MICE-компаний – это все должно быть сведено в единую стратегию продвижения круизов как площадки для проведения деловых мероприятий любого уровня и сложности».

Но несмотря на проблемы, по мнению экспертов, динамичное развитие этого сегмента ни у кого не вызывает сомнения. В перспективе в России ожидается рост количества MICE-мероприятий, проводимых на круизных и речных теплоходах.

**Роман Кашкин** говорит: «Количество мероприятий у нас не уменьшилось, с каждым годом даже немного увеличивается, а вот масштабность их падает! Все-таки кризис дает о себе знать. Думаю, в ближайшие годы количество проводимых мероприятий на теплоходах будет расти. Импортозамещение в последние два года дало ряд новых заказчиков, которые для себя выбрали мероприятия на теплоходе и высоко оценили уровень предоставленных им услуг. Так что определенно мы ждем прироста». И добавляет: «Если говорить о тенденциях, которые наблюдаются в MICE-направлении на круизном и речном транспорте в этом году, то основное – это сокращение крупных заказов и смещение акцента на менее масштабные мероприятия».

То, что у MICE-направления очень хорошие перспективы – это отмечают многие специалисты отрасли. ■

## ВЫВОДЫ

Подводя итоги вышесказанному, можно констатировать, что провести MICE-мероприятия на высоком уровне, не уступающем международному на круизных и речных теплоходах в России не проблематично. Для этого в стране есть все условия: комфортабельные морские и речные суда, компании, предоставляющие качественные услуги по организации MICE-мероприятий на морском и речном транспорте, широкий выбор маршрутов и направлений, необходимая инфраструктура и т.п. Осталось только, чтобы об этих возможностях узнали потребители. А для этого всем игрокам рынка необходимо объединить усилия и на основе существующего потенциала разработать и предложить рынку те продукты, которые сейчас будут пользоваться спросом на российском и зарубежном рынках и довести предложения и информацию о преимуществах проведения MICE-мероприятий на морском и речном транспорте – до потребителя. А это, судя по всему, произойдет не скоро.

Готовя эту статью, мне пришлось обратиться за комментариями к российским компаниям, которые непосредственно связаны с организацией и проведением MICE-мероприятий на теплоходах. В результате мы получили только пять комментариев. Видимо, российские игроки этого сегмента рынка в настоящее время пока не готовы объединить усилия для решения такой проблемы как увеличение количества проводимых MICE-мероприятий на теплоходах. Надеемся, в перспективе они все-таки изменят свое мнение и смогут эффективно реализовать существующий у них потенциал.



# Туризм с серьезными намерениями

Интервью с С. Кузеным, Президентом ЯрТПП и  
И. Казиным, генеральным директором сети турагентств «ЯРОБЛТУР»

Говоря о водном туризме – вспомним, как все начиналось... Определим, какие задачи водный транспорт дает возможность решать сегодня. О возможностях конгрессного туризма мы поговорим с Президентом ЯрТПП Сергеем Кузеным и генеральным директором ООО «Сеть туристических агентств «ЯРОБЛТУР» Игорем Казиным.

**К**ак ни удивительно это сегодня, все наши конференции на воде, просветительские теплоходные туры, инсентив-круизы и прочий деловой водный туризм могут считать своим родоначальником в России первый агитпароход «Красная звезда», отправившийся в путь летом 1919 года.

У читающих россиян на словосочетание «агитационный пароход» немедленно всплывает однозначная ассоциация – сын турецко-

подданного Остап Бендер. Илья Ильф и Евгений Петров нашли в «12 стульях» множество иронических красок, чтобы описать публику, населявшую агитпароходы, и методы, применяемые ею для просвещения и агитации жителей проплывающих мимо городов и деревень. Тем не менее, и в идее таких пароходов, и в ее исполнении было немало романтики и художественности. Чего стоят выдержки из хранящихся в Центральном государственном

архиве Октябрьской революции документов об организации агитационных поездов и пароходов: «Изрезать всю Россию яркими, художественно расписанными поездами, представляющими собой передвижные летучие библиотеки, книжные склады, кинематографы, передвижные трибуны, инструкторские и осведомительные аппараты – это огромное, почти фантастическое предприятие... а весной, когда вскрываются реки, по водным просторам Республики,

по Волге, по её притокам и по Днестру двинут Литературно-инструкторские пароходы».

## Перспективная статистика

Сегодня теплоходы несут по волнам не только передвижные библиотеки и кинематографы, но и бассейны, теннисные корты, конференц-залы. Поэтому выполнять могут, по сути, любые задачи – от развлекательных до образовательных, от переговорных до тренировочных.

Бизнес с удовольствием и все возрастающей интенсивностью пользуется этими возможностями. В2В в свою очередь с еще большим удовольствием предлагает воспользоваться теплоходами для самых разных деловых форматов: от корпоративных вечеринок и 1-3-дневных конференций с посещением городов «Золотого кольца» до недельных семинаров, совмещенных с морскими круизами.

По данным Всемирного совета по туризму и путешествиям (World Travel & Tourism Council, WTTC), в 2013 году объём мирового рынка делового туризма превысил 1,1 трлн долларов, в 2014 году вырос до 1,17 трлн долларов, в 2015 году – до 1,22 трлн долларов. Растет рынок и в России. По оценкам АБТ-АСТЕ Russia, приводимым в ежегодном отраслевом исследовании Yearbook, в 2013 году объём российского рынка делового туризма составлял около 471 млрд рублей, а в 2014 году вырос на 19 % - до 560 млрд рублей. WTTC прогнозирует, что к 2020 году объём деловых поездок в России достигнет 18,4 млрд долларов при ежегодном росте в 5,9 %.

## В стороне и в людях

Благодаря многофункциональности и некоторой «полярности» (теплоходы одновременно являются и транспортом – и комфортабельным жильем, и «заходят» в города – и остаются несколько в стороне от городской

жизни) водный транспорт дает возможность решать множество задач. В первую очередь – задачи следующих шести типов.

### 1 КОММУНИКАТИВНЫЕ.

Здесь относятся корпоративные развлекательные туры, переговорные поездки, а также упомянутые инсентив-круизы для улучшения отношений с особо ценными сотрудниками и перспективными или давними партнерами.

**2 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ.** Подавляющее большинство предлагаемых турагентствами программ содержат в себе познавательную изюминку. О конференциях и семинарах, для разнообразия выносимых из душных офисов на продуваемые речными ветрами просторы, и говорить не приходится.

**3 НАУЧНЫЕ.** Полновесные научные экспедиции встречаются крайне редко ввиду нехватки спонсоров. Однако случаются туры, совмещающие в себе, например, научную, образовательную и социальную задачи. К таким турам относится «Арх пароход», с 4 по 10 июля 2016 года прошедший от Твери до Москвы через Ярославль и Нижний Новгород. Задача этого этапа научно-художественного проекта «Волга» – зафиксировать жизнь реки с помощью камер, установленных на борту, провести исследования проб воды в передвижной лаборатории, принять участие в круглых столах по вопросам архитектуры, экологии, урбанистики, культуры и туризма.

**4 ИННОВАЦИОННЫЕ.** Чем хорош речной транспорт для мозгового штурма? Возможностью самоизолироваться от «большой земли» и обыденных проблем группы людей, желающих изобрести что-то необыденное. Примером инновационного тура может служить «Форсайт-флот», прошедший в этом году уже в пятый раз. Притом что реализация этого проекта каждый год изменяется, концепция остается прежней – на нескольких тепло-

ходах команды экспертов разрабатывают стратегию реализации Национальной технологической инициативы (НТИ). Список организаторов «Форсайт-флота 2016» говорит сам за себя: Агентство стратегических инициатив и ОАО «РВК» при поддержке Фонда «Сколково», Союза «Ворлд Скиллз Россия» и Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере.



*Есть в российской истории и более ранние, чем агитпароходы, примеры продолжительных деловых пароходных туров. Но тогда, в конце 19 века, такой тур мог инициировать разве что министр.*

*Так, 14 июня 1894 года «главный куратор дорог страны» Сергей Витте сел в Вологде на пароход и начал ознакомительное путешествие на Север. Целью Витте было решение вопроса о необходимости сооружения крупной военно-морской базы на Мурманском побережье. А результатом стало улучшение инфраструктуры русского Севера: строительство железных дорог, модернизация Архангельского порта, развитие линий связи. Кстати, уговорить Савву Мамонтова взяться за хлопотное строительство железной дороги на Архангельск Витте удалось в ходе этой же поездки.*

*«За четверть часа до отхода министр, узнав, что я расположился на другом пароходе, пожелал перетянуть меня к себе. Я наскоро схватил вещи и очутился в обществе министра, Романова (директора канцелярии), Вологодского губернатора, Кази (капитана I ранга, директора Балтийского завода) и еще двух капитанов...*

*Разговоров много, хорошо, просто, умно, серьезно», – писал в письме матери Савва Мамонтов.*



Президент ЯрТПП Сергей Кузнев

**5 СОЦИАЛЬНЫЕ.** Эти туры могут решать любые из перечисленных задач, только в этом случае получатели услуг не едут на теплоходе, а ожидают на берегу. В современной российской истории есть примеры передвижных (в том числе благотворительных) выставок, «писательских» теплоходов, плавучих поликлиник. Один из самых известных и долгоиграющих проектов в этом направлении – «Волна здоровья», организованная 10 лет назад кардиохирургом, президентом Лиги здоровья нации Лео Бокерия. Акция включает в себя медицинскую часть (обследование детей с самыми разными заболеваниями) и информационно-агитационную (раздача брошюр, участие в массовых забегах, призыв к здоровому образу жизни).

**6 АГИТАЦИОННЫЕ.** Признанные рассказать о преимуществах чего бы то ни было (или презентовать его появление) максимально возможному (или тщательно отобранному) числу регионов. Черты этого вида туров, как исторически основополагающего, можно найти, пожалуй, в любом из вышеперечисленных. Равно как по фильму «День выборов» несложно

проследить решение всех шести задач командой одного отдельно взятого теплохода «Сергей Абрамов». Из чего можно сделать вывод – хорошо подготовленное теплоходное путешествие может поймать не только двух, а практически сколько угодно зайцев.

« **Конгрессный туризм на теплоходах вполне можно рассматривать как вариант развития конгрессного туризма в провинции** »

## Теория и практика

*О возможностях и проблемах конгрессного туризма на теплоходах мы беседуем с практиками – Президентом ЯрТПП Сергеем Кузевым и генеральным директором ООО «Сеть туристических агентств «ЯРОБЛТУР» Игорем Казиным.*

**Поскольку Ярославль, общепризнанный туристический центр, стоит на Волге, тема конгрессного туризма на теплоходах вам должна быть особенно близка...**

**С.К.:** Безусловно. Ярославль – жемчужина «Золотого кольца», и туристам есть что у нас посмотреть. Каждый туристический сезон мы наблюдаем десятки теплоходов с туристами, приходящих в наш город.

**Много ли среди пассажиров прибывающих теплоходов участников конгрессов, проходящих прямо на борту?**

**С.К.:** Думаю, не более 10 процентов от общего числа. По разным причинам эта цифра не велика. Хотя конгрессный туризм на теплоходах – очень перспективная тема.

**Какие вы бы выделили плюсы и минусы у такого вида конгрессов?**

**И.К.:** Из явных плюсов я вижу, как минимум, четыре. Во-первых, компактность проведения всех мероприятий в одном месте. Это, в том числе, позволяет достичь большей эффективности ввиду того, что участник конференции не может покинуть ее после нескольких рассмотренных вопросов, а гарантированно останется до окончания всех мероприятий. Во-вторых, значительно более плотное и неформальное общение между участниками вне рамок официальной программы (вечерние программы, завтраки, обеды, ужины – по сути, все это также превращается в площадку конференции). В-третьих, возможность привлечения к участию в конференции аудитории из городов, расположенных по маршруту движения конгрессного теплохода. И, в-четвертых, возможность эффективного отдыха, восстановления между деловыми мероприятиями, благодаря инфраструктуре теплохода.

**А минусы?**

**И.К.:** Из минусов, пожалуй, стоит выделить два. Первый – отсутствие необходимого количества

теплоходов требуемого уровня комфорта. Не секрет, что парк судов в стране в основном старый. И далеко не все компании, желающие провести конгресс, удовлетворит предлагаемый уровень комфорта и услуг. Второй важный и болезненный фактор – цена. Если сравнить цены за услуги на теплоходе с ценами «наземными» (конгресс-центры, отели), то стоимость «на земле» будет ниже.

### Какими вы видите возможности развития водного конгрессного туризма в российской провинции?

**И.К.:** Честно говоря, в первую очередь я вижу сложности. Это и весьма небольшая местная клиентура – ограниченный круг компаний, имеющих средства для проведения мероприятий, организованных не силами своих фирм внутри этих же фирм. В основном, клиент в этом секторе – это федеральный заказчик (филиалы федеральных компаний, федеральные госструктуры) и представители иностранных компаний. Кроме того, полагаю, что мы не до конца готовы к проведению серьезных деловых мероприятий на безупречном уровне в силу нашего небольшого опыта, квалификации кадров, некоторых инфраструктурных проблем (тот же качественный транспорт, к примеру). С другой стороны, я считаю, что конгрессный туризм на теплоходах вполне можно рассматривать как вариант развития конгрессного туризма в провинции. Ясно, что в небольших провинциальных городах, где для проведения делового мероприятия нет ни соответствующей инфраструктуры, ни подготовленных кадров, проведение конгресса на теплоходе – это замечательное решение. Тем более что более низкая цена проведения мероприятия в провинции будет и дальше привлекать столичные компании.

### Сергей Юрьевич, а у вашей организации, как у «местного» заказчика, был опыт проведения выездных мероприятий на водном транспорте?

**С.К.:** Не просто опыт – мы были пионерами в этом направлении, начали развивать его еще в 1996 году. Мы организовали экономическую миссию, причем соединили на теплоходе не только представителей бизнеса, но и представителей власти. У них была возможность не только в спокойной обстановке пообщаться между собой, но и встретиться с коллегами в других регионах – обменяться опытом, найти партнеров. Программа пребывания в городах формировалась с учетом интересов власти и интересов бизнеса. Этот проект с названием «Бизнес и власть» мы проводим ежегодно.

### Какие рекомендации вы могли бы дать компаниям, желающим самостоятельно организовать деловое общение на теплоходе?

**С.К.:** Чтобы общение было эффективным, в первую очередь, должна быть сформулированная потребность самого бизнеса – надо обязательно понять запрос аудитории, прежде чем формировать программу. Соответственно, нужна и аудитория, которой интересно принимать участие в больших мероприятиях. Обязательно нужен значимый спикер, человек, с которым аудитории интересно обсуждать интересующие ее темы. В одном из путешествий у нас был, например, Михаил Хазин. В этом году мы приглашаем экспертов Высшей школы экономики. Сам состав участников тоже очень важен. Организаторы должны четко понимать: у вас не должно быть случайных людей, чтобы не происходило форс-мажорных ситуаций. Помимо основной информационной части мы обращаем большое внимание на культурную программу – у нас обязательно



Генеральный директор ООО «Сеть туристических агентств «ЯРОБЛТУР» Игорь Казин

задействован ведущий, который организует досуговый формат. И, наконец, для того, чтобы люди чувствовали себя комфортно, важно правильно подобрать теплоход. У него должна быть большая вместимость. Даже если у нас 80 человек участников, мы берем теплоход вместимостью 200 человек, чтобы у людей была возможность уйти на палубу, приватно побеседовать.

### Есть ли какие-то ЦУ по оптимизации расходов?

**С.К.:** Тем, кто, как и мы арендует теплоход полностью, не «подсаживаясь» к путешествующим по Волге туристам, можно порекомендовать планировать поездку осенью, под закрытие сезона. В сезон один прогон от Ярославля до Нижнего Новгорода может стоить 500 тыс. рублей. А, как правильно заметил Игорь Евгеньевич, цена – это важный фактор для бизнеса.

### ■ Евгения Иванкова

**Приглашаем к обсуждению темы «Конгрессный туризм на теплоходах». Пишите нам, делитесь своим опытом и мыслями: [adv@congresstime.ru](mailto:adv@congresstime.ru)**



# Многофункциональный зал «Бородино-Холл»



BORODINO HOTEL

**Концертный зал «Бородино-Холл»** – это ультрасовременная площадка с оригинальным дизайнерским решением. Многофункциональный зал, выполненный в стиле «хай-тек» в строгой черно-белой гамме, оснащённый современным презентационным оборудованием. Идеален для проведения мероприятий любого формата: конгресса, собрания акционеров, проведения корпоративных мероприятий, концертных, театральных постановок, шоу и кабаре!

**ВОЗМОЖНОСТИ БОРОДИНО-ХОЛЛ:**

Сцена (8 x 7,5 м)



Амфитеатр



Экран 5\*6 м



Возможность синхронного перевода



Профессиональное звуковое, световое и видеооборудование (SPECTRA II 5040; Dlite 20 pb; KANGURO I215A; EIKI LC-XT4)



Гримёрные комнаты



Фойе



2 отдельных входа



Барная стойка

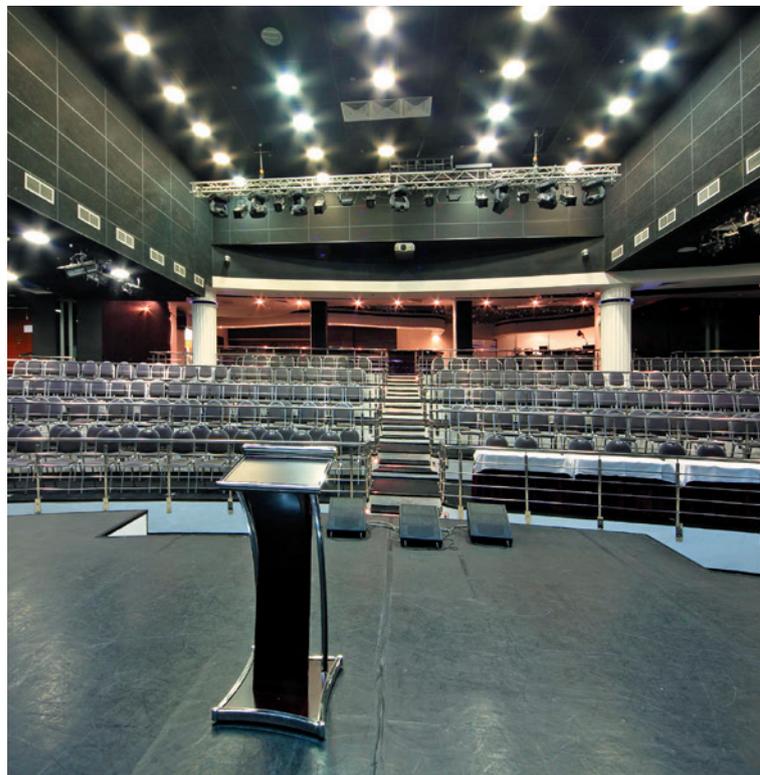


Гардеробная



WC

- Площадь - 600 м<sup>2</sup>
- Максимальная вместимость — 550 человек

**КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ЗАЛА «БОРОДИНО-ХОЛЛ»**

- Комфортный бэк-стейдж
- 3 гримерные комнаты, костюмерная, реквизитная
- Современный экран, плазменные панели, оборудование
- Удобная барная зона
- Просторный танц-пол



# Приручаем стихию: особенности «водных» площадок для проведения мероприятий

Выбор площадки для проведения мероприятия – одна из самых сложных задач, с которой сталкиваются организаторы. Помимо того, что выбранное место должно отвечать всем техническим параметрам проведения мероприятия, требуется, чтобы концепция площадки соответствовала идее и духу события, имела свои уникальные свойства, которые запомнились бы и участникам, и посетителям только с лучшей стороны. Морской и речной транспорт – нестандартный выбор для организации конгрессных мероприятий: рассмотрим, как и почему его делают организаторы, а также что ждет «водные» площадки за горизонтом.

## НЕОБЫЧНОЕ ПРИТЯГИВАЕТ

Организаторы неслучайно задаются вопросом о подборе нестандартной площадки для делового мероприятия.

Есть ряд параметров, которые делают необычную площадку привлекательной. В частности, новизна места. Не только физические свойства объекта, но и новое восприятие, ощущения, которые площадка вызывает у гостей мероприятия. Отсюда возникает интерес организаторов к действующим ледоколам, заброшенным военным объектам и более классическим, но неспециализированным площадкам – музеям, усадьбам и частным особнякам.

Медийный имидж также может играть значимую роль. Очень часто для организаторов становится важным не только то, что представляет собой площадка, но и то, что о ней думают потенциальные посетители и как они ее воспринимают. Так, например, Digital October в Москве неразрывно ассоциируется с шоколадом, стадион «Петровский» в Петербурге – с футболом и футбольным клубом «Зенит». Немаловажным аргументом в

Оценка мер по увеличению эффективности  
конгрессно-выставочной деятельности  
(по опросу экспертов, проведенному ВНИЦ R&C в декабре 2015)



По результатам опроса одним из основных трендов ближайшей перспективы эксперты считают расширение форматов организуемых мероприятий. Так, мероприятия невыставочных форматов составляют до 40% всех мероприятий, проходящих на площадке в течение года. Это достаточно высокий показатель и в ближайший год он будет расти. Оценки экспертов рынка развлечений, к которым относятся и культурно-зрелищные, развлекательные, спортивные и детские мероприятия, позволяют сделать вывод, что даже в условиях кризиса данный рынок сократится незначительно. Следовательно, стратегия расширения форматов организуемых мероприятий позволит привлечь новые сегменты клиентов.

пользу площадки также станет соответствие концепции мероприятия. Массовый рок-фестиваль размещается на открытом воздухе за пределами города, конференция животноводов – на территории агарного комплекса, этно-парки становятся все более и более популярными местами проведения различных выставок ремесел, организаторы кулинарных шоу стремятся заполучить доступ к кухне какого-либо известного ресторана или отеля, а организаторы спортивных и околоспортивных мероприятий – к стадиону или даже тренировочной базе. Насыщение формата и программы мероприятия за счет новизны, медийного имиджа нестандартной площадки или тематического соответствия концепции мероприятия, объясняет дополнительный интерес к ней организаторов. В этом случае морской и речной пассажирский транспорт может стать площадкой для проведения конгрессных мероприятий, решая эту задачу. Так, крупнейший в мире атомный ледокол «50 лет Победы» помимо основной деятельности по проводке караванов в арктических морях в начале осени принял международную конференцию «Северным морским путем – к стратегической стабильности и равноправному партнерству в Арктике»; широкий спектр мероприятий, в т.ч. деловых, проводится на корабле-музее «Ледокол «Красин». В частности, 13 сентября 2016 на борту легендарного ледокола состоялась Выездная сессия первого Конгресса Университета Арктики (UArctic). Опыт Группы предприятий «РЕСТЭК» также показывает, что использование морского пассажирского транспорта в качестве площадки для деловой программы мероприятия увеличивает интерес участников к событию. В 2010 году в рамках крупнейшей выставки туристских услуг на северо-западе России INWETEX-CIS



Атомный ледокол «50 лет Победы» в начале осени принял международную конференцию «Северным морским путем – к стратегической стабильности и равноправному партнерству в Арктике»

Travel Market, которую организует ООО «Санкт-Петербург Экспресс» (входит в ГП «РЕСТЭК») одна из конференций конгрессной части – «MICE-индустрия конгрессов и деловой опыт регионов» – состоялась на борту пассажирского парома «Принцесса Мария». Гости мероприятия смогли одновременно с опытом и тенденциями развития туризма в странах Европы, Великобритании, России, познакомиться также и с конференц-возможностями пассажирского парома для собственных проектов.

## КАК И ИЗ ЧЕГО ВЫБИРАТЬ?

Как показывают приведенные примеры мероприятий, в числе преимуществ круизного судна – возможность создания комплексного продукта, где деловая программа интегрирована в культурно-досуговую; широкие возможности экскурсионного обслуживания, представляющие особый интерес для иностранных туристов, которые получают возможность без отрыва от работы на мероприятии познакомиться с историческими и культурными памятниками и составить представление о России.

Однако на этом перечень значительных «плюсов» заканчивается. При том, что в России есть возможность проводить конгрессные мероприятия на пассажирских судах, в том числе на круизных судах и прогулочных речных теплоходах, существуют значительные ограничения обеспечивающей инфраструктуры: водные маршруты, флот и портово-причальные объекты на сегодняшний день находятся в достаточно плачевном состоянии. Согласно данным, приведенным в стратегии развития внутреннего водного транспорта, протяженность внутренних водных путей сократилась практически на треть в сравнении с уровнем 1991 года. На волжском направлении, являющимся одним из наиболее популярных маршрутов, на сегодняшний день есть два проблемных участка, где судоходство затруднено. При этом средний возраст пассажирского флота – 33 года, судов, используемых на туристских маршрутах – 41 год, а большинство портовых сооружений введено в эксплуатацию более 37 лет назад. Помимо устаревшей материально-технической базы серьезным фактором, усложняющим работу с данным типом площадки, является



ВЫСТАВОЧНЫЙ  
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ЦЕНТР

**Выставочный научно-исследовательский центр R&C приглашает организаторов и представителей площадок для проведения мероприятий обсудить вопросы сотрудничества на VI Евразийском Ивент Форуме (EFEA) в Санкт-Петербурге 18-20 января 2017. В программе Форума – специальный тематический блок «Управление площадками», где участники поделятся опытом, как событие дает второе рождение площадке.**

**Присоединяйтесь!  
Подробнее:  
[www.euras-forum.com](http://www.euras-forum.com)**

низкий уровень взаимной интеграции маршрутов водного, железнодорожного и авиатранспорта. Для многих событий с международным участием этот параметр является ключевым и, в результате «водная» площадка даже не рассматривается в качестве места проведения основной конгрессной части мероприятия.

При планировании мероприятий на борту также стоит учитывать такой немаловажный фактор, как вместимость судна, а именно: количество средств размещения (кают) и их вместимость и наличие подходящего помещения (специализированного или адаптируемого) для проведения деловой программы. Базовая вместимость круизных теплоходов последних лет постройки 300-400 пассажиров, прогулочных теплоходов 100-200 человек, морских лайнеров 1500-3500 человек. Только небольшое количество круизных лайнеров высокого класса обладают специализированным бизнес-центром в структуре общественных помещений, большая часть круизных кораблей в качестве зала для проведе-



На борту легендарного ледокола «Красин» 13 сентября 2016 состоялась выездная сессия первого Конгресса Университета Арктики (UArctic)

ния деловой части может предложить основной и банкетный зал или небольшой конференц-зал (в среднем, до 200 человек). Также следует помнить, что большая часть судов, особенно работающих на внутренних водных маршрутах, не имеет специализированного конференц-оборудования на борту, поэтому его, при необходимости, придется устанавливать дополнительно.

### **ПОПУТНОГО ВЕТРА!**

При большом списке ограниченный «водные» площадки сохраняют свой шарм для организаторов. Однако сложно определить какие-либо тенденции по объему конгрессных мероприятий на морских и речных судах, т.к. доля данного направления очень мала. С уверенностью же можно сказать о факторах, которые могут существенно повлиять на популярность данных площадок и их развития в целом. Планомерная кампания по продвижению возможностей данного вида площадок среди крупных организаторов, прежде всего, зарубежных, позволит увеличить объем привлеченных мероприятий. Перспективными в этом

направлении могут быть морские и речные круизы из Санкт-Петербурга, развитие маршрута Санкт-Петербург-Москва, предложение программ на водных маршрутах по городам «Золотого кольца» и «Серебряного ожерелья», арктические программы и маршруты по сибирским рекам. Все эти программы можно предлагать, как на внутреннем рынке, так и иностранцам, в первую очередь – жителям Юго-Восточной Азии. Этот регион считается наиболее перспективным с точки зрения увеличения въездного турпотока в Россию. При этом, как отмечают представители круизных операторов, стабильно высокий интерес к круизам по России остается у жителей Европы, США и Австралии. Комплексное решение инфраструктурных в сочетании с программой информирования могут стать попутным ветром для создания привлекательности пассажирских судов как площадок для проведения деловых мероприятий, развития сети маршрутов и сервисов, ориентированных на потребности участников деловых событий и делового туризма.



# Деловые мероприятия и отдых на побережье Тихого океана!

*Редкое сочетание живописной природы,  
отличного сервиса и безграничных возможностей*



(423) 275-22-55

[www.mayakonline.ru](http://www.mayakonline.ru)

# Форум «Реки России»: развиваем водный туризм

Национальный туристский форум «Реки России» прошел в Тверской области 24-25 июня. Главной темой обсуждения стали стратегические приоритеты развития речного круизного туризма в России. В форуме приняли участие более 600 гостей из 22 регионов России.

В мероприятии приняли участие помощник Президента РФ И.Левитин, полномочный представитель Президента РФ в ЦФО А.Беглов, директор Департамента туризма и региональной политики Министерства культуры РФ О.Ярилова, заместитель руководителя Ростуризма С.Корнеев, врио губернатора Тверской области И.Руденя, председатель координационного совета группы компаний «Агранта» С.Бачин. Мероприятие проводилось в рамках реализации федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» при содействии Правительства Тверской области. Оператор форума – компания «Конкорд-БизнесСервис».

На форуме поднимались вопросы возрождения круизного судостроения, создания условий для привлечения инвесторов, организации и продвижения новых направлений в рамках основных круизных маршрутов, роли СМИ в продвижении круизных турпродуктов. Как отметил Александр Беглов, – «в округе, в котором нет ни нефти, ни газа – именно туризм является локомотивом экономики и создает добавочный продукт».

По словам Ольги Яриловой, потенциал развития круизного туризма в России огромен и он может стать одним из рычагов продвижения внутреннего и въездного туризма. Основные проблемы развития речного круизного судоходства связаны со старой инфраструктурой, высокой степенью износа судов. Инфраструктура в ряде ре-



гионов совершенствуется за счет Федеральной целевой программы по развитию внутреннего и въездного туризма. По мнению Сергея Бачина, проблема обустройства туристической инфраструктуры России может быть решена только в результате реализации Федеральной целевой программы, действие которой нужно продлевать. По словам заместителя руководителя Ростуризма Сергея Корнеева, – «особенность речных круизных маршрутов заключается в том, что они объединяют сразу несколько регионов. «Реки России» вполне могут стать национальным брендом, который можно продвигать и внутри страны, и за рубежом. 1 июля мы запускаем маркетинговую кампанию «Время отдыхать в России». В ее рамках мы будем продвигать речные круизные маршруты различными способами

и при участии наших партнеров». Водный туризм может стать драйвером экономического развития прибрежных городов.

Тверской губернатор Игорь Руденя отметил, что форум способствует рождению свежих идей в реализации стратегических направлений развития круизного, яхтенного, речного туризма, обеспечивает результативный диалог между властью и бизнесом, помогает найти новых партнеров и начать инвестпроекты. Тверская область получила практические рекомендации по развитию в регионе водного туризма. Например, создание мобильных топливно-заправочных комплексов. Регион стоит на Волге, на его территории находится озеро Селигер, ряд других более мелких озер и рек, на которых можно развивать судоходство.

Внутренние водные пути России проходят по территории 60 субъектов Российской Федерации, при этом в ФЦП реализуются проекты 14 субъектов, направленные на развитие водного туризма. Среди них Волгоградская область, Республика Татарстан, Тверская область, Ивановская область, Ярославская область, Костромская область, Удмуртская Республика, Амурская область, Республика Бурятия, Вологодская область, Чувашская Республика, Архангельская область, Республика Карелия, Хабаровский край.



### ТЕЗИСЫ ИЗ ДОКЛАДА ЗАМЕСТИТЕЛЯ РУКОВОДИТЕЛЯ РОСТУРИЗМА С. КОРНЕЕВА

В 2015 году россияне совершили на 18% больше турпоездок по стране, чем в предыдущем году. В 2015 году в России закрепился перелом в пользу внутреннего и въездного туризма. По официальным данным Росстата число въездных туристических поездок в 2015 году увеличилось на 5% по сравнению с предыдущим годом, число выездных туристических поездок сократилось на 8,5 млн. (-20%).

Всего работают в этом году 90 круизных теплоходов: 30 теплоходов возят туристов на линии Москва – Санкт-Петербург рейсы по 10-14 дней. В 2013 году было на 10 теплоходов больше. 60 теплоходов возят россиян в круизах от 3 до 20 дней. Итого объемы перевозок пассажиров на туристических маршрутах по внутренним водным путям составляют 300-400 тыс. человек в год.

Каждый год будут списываться 5-10 судов и лет через 10 останется 50-60. Европа - хороший пример. В 90-х там было всего 50 круизных теплоходов на всех реках, а сегодня больше 300 и продолжают строить по 5-10 в год.

Предприятия туриндустрии прилагают все усилия для создания нового турпродукта, соответствующего стандартам качества и ожиданиям потребителя. Это компании-лидеры круизного туризма: «ВодоходЪ», «Инфофлот» и «Мостурфлот», которые представляют профессиональное объединение «Речной Альянс».

Отрадно, что в начале июня после более чем 20-летнего перерыва на Обь вышел круизный теплоход. Это стало событием в жизни сибирского турбизнеса. Лайнер «Ремикс» уже успел пройти по первому короткому маршруту от Новосибирска до Барнаула и обратно, а сейчас находится по пути в Салехард.

На пути развития круизного туризма стоят несколько глобальных проблем, которые предстоит обсудить в рамках заседания президиума Государственного совета РФ по вопросу «О развитии внутренних водных путей в Российской Федерации».

### Главными проблемами отрасли круизного туризма являются:

- Отсутствие развитой береговой инфраструктуры, т. е. необорудованность или недостаточная оборудованность причалов, речных вокзалов и «зелёных стоянок».
- Проблема с пропускной способностью водных путей и их состоянием. Огромную роль играет решение проблемы судоходности рек.
- Неподготовленность многих городов на маршрутах круизов к приёму туристических судов. Необходимо проработать вопрос повышения эффективности управления пассажирской причальной инфраструктуры, находящейся в государственной и муниципальной собственности.
- Одним из препятствий для увеличения турпотоков является получение визы.
- Необходимо принять меры, направленные на стимулирование обновления флота, используемого на внутренних водных путях. Для строительства новых комфортабельных судов необходима государственная финансовая поддержка.
- Необходим комплексный подход к продвижению речных круизов на внутреннем и международном рынке. Вариантом решения проблемы продвижения речного туризма в России должна стать разработка глобальной рекламной кампании по популяризации круизного отдыха.

■ Материал подготовила **М.Васильева**, директор форума «Реки России»



# Почему ICSSA выбрала Москву?

Интервью с Анной Горска,  
Председателем Центрально-европейского отделения ICSSA

Впервые в Москве 18-20 августа 2016 прошло заседание ICSSA CEC Summer Meeting. Делегацию ICSSA возглавляла Анна Горска, председатель Центрально-европейского отделения ICSSA. О том, почему ICSSA выбрала Москву местом проведения своего мероприятия, мы побеседовали с Анной Горска.

## Почему вы выбрали Москву местом проведения летней встречи ICSSA?

**А.Г.:** Если говорить откровенно, это не было моим личным решением. У нас каждый год проходит тендер, где мы выбираем место проведения следующей встречи ICSSA. В прошлом году было два города претендента – это Москва и ... Оба варианта были достаточно сильными. В итоге мы все-таки решили, что в 2016 году проведем встречу в Москве. Во-первых, потому что в России, в Москве в частности, у нас больше членов. Во-вторых, т.к. Россия самая большая страна в мире, мы понимаем, что помимо деловых возможностей, для ICSSA и в частности для Центрально-европейского отде-

ления ICSSA – это очень большие возможности с точки зрения привлечения новых членов.

## Какие, по вашему мнению, возможности России как конгрессной дестинации?

**А.Г.:** Прежде всего, в России очень хорошая инфраструктура, например Центр международной торговли города Москвы, это очень удобная площадка. Следует также отметить еще одно преимущество ЦМТ – удобное расположение в центре города. Если возвращаться к возможностям России, надо отметить, что Россия до сих пор еще не открыта миру как конгрессная дестинация. Международные ассоциации, которые проводят

свои ежегодные конгрессы, были практически во всех странах мира, в т.ч. Германии, Италии, Польше. А вот в России они пока не часто проводят свои мероприятия. Поэтому для международных ассоциаций это хорошая возможность, и для России это хороший шанс стать площадкой для проведения различного рода мероприятий. Еще одно преимущество России – это то, что в конгрессной индустрии работает много профессиональных игроков и это очень важный фактор для международных ассоциаций. Важным является также то, что в России много отраслей, где ваша страна занимает лидирующие позиции и это может повлиять на выбор международных профес-

сиональных ассоциаций, когда они будут выбирать место для проведения своего мероприятия.

### Какое место, по вашему мнению, занимает Россия в мировой конгрессной индустрии?

**А.Г.:** Как вы знаете, согласно статистике ICCA за 2015 год, Россия занимает 42 место среди стран организаторов конгрессных мероприятий.

### Почему Россия не входит в TOP-10 конгрессных дестинаций мира?

**А.Г.:** Много различных факторов. Первый: для того чтобы попасть в рейтинг ICCA любой стране в т.ч. России, необходимо дать соответствующую информацию. Эта проблема характерна для многих стран. Участники рынка, отели, конгрессные площадки отказываются предоставлять свои данные, они боятся, что эти данные могут быть переданы в какие-либо учреждения. Я думаю, эта проблема есть и в России. Во-вторых, необходимо понимать, что основную роль в привлечении международных мероприятий, которые проводят отраслевые ассоциации, играют национальные, региональные конгрессные бюро. На мой взгляд, в России нет пока сильных конгрессных бюро и необходимо увеличить их количество и повысить профессиональный уровень. Панацеей в этой ситуации может стать то, что российские игроки будут участвовать в тендерах, будут становиться членами международных ассоциаций и получать международный опыт и тем самым повышать свой профессиональный уровень.

### Что вы посоветуете Правительству России, специалистам отрасли для того, чтобы изменить эту ситуацию?

**А.Г.:** России необходимо все-таки увеличить объемы продвижения России за рубежом. На самом деле, не обязательно России тратить большие средства на рекламу. Достаточно просто быть



активным на международной арене, в конгрессной отрасли, участвовать в конгрессно-выставочных, событийных мероприятиях. Необходимо поменять имидж России на более дружелюбный, более ориентированный на клиента. Люди боятся вещей, которых они не знают, поэтому я и сказала, что Москва и Россия в целом малоизвестны в мире как конгрессные дестинации.

### Какие тенденции наблюдаются в мире в индустрии встреч сегодня?

**А.Г.:** Действительно очень много трендов. Если возвращаться к теме конференции, те тренды, которые мы обсуждали. Во-первых – это новые технологии. Например, виртуальная реальность. Возможно, в ближайшем будущем нам не нужно будет приезжать на мероприятия, мы будем общаться посредством компьютера на видеоконференциях. Во-вторых, это касается мобильных устройств, мобильной связи. Одно из требований международных ассоциаций при проведении мероприятия – это наличие бесплатного WI-FI на площадках. Третий тренд – это Big Data, это большие объемы информации. Мы просто не представляем, сколько информации хранится о нас на различных ресурсах, в тех или иных компаниях и мы можем это использовать в своих интересах, в т.ч. для собственных преимуществ.

### Как вы думаете, какие перспективы развития индустрии в мире на ближайшие три года?

**А.Г.:** Мир будет становиться более мобильным, будет сокращаться количество дней проведения конгрессных мероприятий, они будут становиться все короче и короче. Многие конференции перейдут в он-лайн формат. Все это связано, прежде всего, с вопросами безопасности. Конечно, встречи лицом к лицу будут востребованы, они будут существовать потому, что люди нуждаются в личном общении.

### А какие перспективы у России в этой связи?

**А.Г.:** Я впервые в жизни говорю о России и не так много знаю о вашей стране. Одно могу сказать, приезжая в Россию 7 лет назад и находясь сегодня, я вижу очень большую разницу. В России, в Москве произошли значительные улучшения. Все стало легче: и путешествовать стало легче, и добираться из аэропорта, и оформить визу, и инфраструктура стала более комфортабельной. Я верю, если в России появятся сильные конгрессные бюро, то это позволит более успешно развивать индустрию встреч вашей стране и дальше.

**Спасибо, что вы любезно согласились ответить на наши вопросы.**

■ **Ольга Зайкова**

# RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARDS



## ПРЕМИЯ RBT&MA: семь лет успеха

Интервью с И. Калашниковым,  
генеральным директором ИД «Турбизнес»,  
директором проекта RBT&MA

В сентябре в седьмой раз прошла церемония награждения профессиональной премией Russian Business Travel & MICE Award (RBT&MA). О том, как удалось развить проект в непростые экономические времена, в каких номинациях самая острая борьба и почему такого рода награда становится все больше, нашему журналу рассказал генеральный директор ИД «Турбизнес», директор проекта RBT&MA Иван Калашников.

**Церемония награждения премией RBT&MA состоялась уже в 7-й раз. Ни экономические, ни политические потрясения ей оказались не страшны, тогда как многие другие мероприятия отрасли не смогли их пережить. В чем секрет?**

Никакого особенного секрета здесь нет. Рынок MICE оказался более устойчив к экономиче-

ским, политическим и другим проблемам, которые заметно сказались на туристическом рынке. Деловые поездки, поездки на выставки и конференции всегда были, есть и будут. Так что наша награда – своеобразный барометр рынка MICE – рынок развивается, развиваются старые игроки рынка, появляются новые MICE-компании, конгрессные

гостиницы и центры, и вместе с ними развивается награда. Рынок гибкий, он приспосабливается к условиям, в которые он оказался поставлен в тот или иной момент времени и ищет возможность трансформироваться. Какая-то часть услуг становится более востребованной, какая-то – менее, но в целом баланс спроса и предложения сохраняется.

Мы же откликаемся на все эти изменения, и награда каждый год находит своих героев.

### В этом году количество номинаций премии сократилось. С чем это связано?

Да, это действительно так. В прошлом году у нас было 18 номинаций, а в этом мы приняли решение оставить только 16. Мы, как организаторы, стараемся реагировать на запросы и реалии нашего рынка. В течение всех лет существования нашей награды практически каждый год было разное количество номинаций – от 23 в первые годы до 16 в этом году. Мы анализируем основные секторы рынка и стараемся, чтобы номинации отражали все главные направления MICE-отрасли. У нас представлены в широком ассортименте и гостиничные номинации, и конгрессные центры, и ТМС-компании, и онлайн-агрегаторы, и авиакомпании. Каждый год мы решаем, какие номинации ввести, а какие – не стоит. В прошлом году у нас была номинация «Лучшая зарубежная гостиница для российских MICE-мероприятий». В этом году мы ее убрали, обратив внимание на основной тренд рынка – переориентацию на Россию. 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. Мы видим, что на рынке есть свои харизматичные лидеры, люди, благодаря активности которых рынок растет и развивается, они очень креативные, развивают новые проекты. И эти профессионалы заслуживают награды.

### За последний год конкуренция на рынке профильных премий заметно усилилась. Как Вы к этому относитесь?

Я бы не стал называть это конкуренцией на рынке. Тут мы возвращаемся к ответу на





первый вопрос – рынок развивается. Пришло время для появления нескольких наград на рынке, как это происходит, например, в туристическом сегменте. Там разными премиями в одной отрасли никого не удивишь. По большому счету – это маркер роста и развития рынка.

**В прошлые годы битва за победу в некоторых номинациях была так остра, что некоторые компании не гнушались нечестной игры. Как обстоят дела в этом году? В каких номинациях борьба самая напряженная?**

Действительно, особенно в прошлом году ряд компаний использовали ботов, накрутки, другие технические приемы для

того, чтобы увеличить число голосов. В этом году для предотвращения такого рода вещей мы ввели в разделе голосования каптчу, которая отсекала возможность автоматических накруток голосов и стали более требовательны к компаниям-лидерам. Мы запросили у них отчеты по их рекламным кампаниям, объясняющие, каким способом они добились привлечения такого количества голосов. Все отчеты показали, что компании задействовали самые разные рекламные инструменты от адресных писем до использования социальных сетей. Доходило до смешного – некоторые компании обещали активно голосующим за них призы.

Если говорить о том, где развернулась самая острая борьба, то это традиционно номинация «Лучшая региональная конгрессная гостиница», где в этом году представлено 27 гостиниц от Калининграда до Красноярска и от Мурманска до Сочи. Также «горячо» в московских гостиничных номинациях и в категориях «Лучшее бизнес-трэвел агентство», «Лучшая онлайн-система бронирования для бизнес-путешественников».

**Как Вы считаете, что дает компаниям обладание наградой RBT&MA?**

Мы как организаторы ставили своей целью сделать награду своеобразным знаком качества в

отрасли, и компании-победители также рассматривают врученные им награды как знаки отличия. Многие победители используют фото полученной награды в рекламных и маркетинговых кампаниях и приятно видеть, когда, например, в фойе ЦМТ стоят все наши награды.

**Назовите семь причин принять участие в гонке за наградой RBT&MA**

Семь не назову, да это и не надо, есть три главные, от которых может быть сколько угодно производных. Итак, в гонке за наградой RBT&MA можно себя показать, на людей посмотреть и связи наладить. А все остальное приложится. Да, и не стоит забывать про олимпийский принцип: главное – участие!

**У вас есть заветное желание, связанное с RBT&MA?**

Несмотря на то, что награда с каждым годом становится все более популярной, хочется, чтобы со временем RBT&MA стала «Оскаром» в нашей индустрии, чтобы больше компаний участвовало и вовлекалось в этот проект. Ведь еще есть, куда расширять географию участников, хотелось бы видеть среди номинантов больше региональных ТМС. Важно, чтобы за обладание нашей премией бились и новички, и компании-лидеры рынка.

■ Людмила Ревовина



# 2016

# Russian Business Travel & MICE Award

29 сентября 2016 г. в Москве в гостинице «Президент-Отель» состоялась Седьмая церемония Russian Business Travel & MICE Award 2016 – награда для лучших компаний и предприятий сферы делового туризма и MICE. Гостями церемонии стали более 300 руководителей конгрессных гостиниц, профильных компаний, представители корпоративных заказчиков MICE и business travel услуг. Более 200 номинантов боролись за престижную награду. Премию в 2010 году учредили Торгово-промышленная палата РФ, журнал Business Travel и портал Conference.ru.

## ПОБЕДИТЕЛИ ПРЕМИИ RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD – 2016

Награды в номинации «За выдающийся вклад в развитие конгресс-услуг в России» удостоились генеральный директор UTS Group Алексей Крылов и директор Департамента выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности Торгово-промышленной палаты РФ Игорь Коротин.

### Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 5\*

Moscow Marriott Grand hotel

### Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 4\*

Holiday Inn Moscow Sushevsky

### Лучшая конгрессная гостиница С.-Петербурга

Radisson Royal, St Petersburg

### Лучшая региональная конгрессная гостиница

Бизнес-отель "Татарстан" Набережные Челны

### Лучшая гостиничная сеть для деловых мероприятий

Kempinski Hotels

### Лучший конгрессный центр России

ПАО ЦЕНТР МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

### Лучший организатор конференций в России

Unifest Congress

### Лучший организатор конференций за рубежом

ATH American Express

### Лучший организатор инсентив-программ в России

Бизнес Тревел Бюро

### Лучший организатор инсентив-программ за рубежом

BTM - Business Travel Management

### Лучшее business travel агентство

CITY TRAVEL

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

IBC Corporate Travel

### Лучшая авиакомпания для бизнес-путешественников

Korean Air

### Лучший национальный офис по туризму или конвеншн-бюро в сфере продвижения MICE

Агентство по развитию туризма во Францию  
Atout France

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

Demlink



# МИТТ 2016: рост интереса к новым направлениям

С 23 по 26 марта 2016 года в Москве состоялась 23-я Международная выставка МИТТ «Путешествия и туризм». Организатором традиционно выступила Группа компаний ITE, лидер в организации выставок в России и одна из ведущих выставочных компаний мира.

За четыре дня работы выставку МИТТ посетили 27 659 человек из 77 российских регионов и 96 зарубежных стран. До 31% увеличилась среди посетителей выставки доля первых лиц компаний, включая индивидуальных предпринимателей. На МИТТ были представлены практически все национальные туристические объединения всего мира. 1624 компании-участника из 74 стран мира предложили как зарубежные туристические направления, так и все возможные варианты отдыха в России.

Экспозиция «Россия» объединила российские курорты и администрации регионов, более 50 российских регионов и курортов выступили отдельными стендами. Алтайский край выступал на МИТТ в качестве Региона-партнера. Партнёром МИТТ 2016 стало Министерство Российской Федерации по делам Северного Кавказа, масштабно представив туристические программы по Ингушетии, Чеченской республике, Ставропольскому краю, Дагестану и Северной Осетии. В выставке принимало участие Министерство по курортам и туризму Республики Абхазия.

В первый день работы выставки состоялась пресс-конференция «Москва начинает борьбу за туриста», на которой выступил руководитель Департамента национальной политики, межрегиональных связей и туризма Правительства Москвы Владимир Черников. По данным департамента, в последние годы заметно вырос турпоток в Москву – как из-за рубежа, так и из российских регионов. Так, в зимний сезон 2015/16 в Москве и Московской области отдохнули на 22% больше российских туристов и на 16% больше иностранных, чем за аналогичный период прошлого сезона. Владимир Черников представил планы развития транзитного туризма с посещением Москвы от нескольких часов до одного дня, а также поддержку экскурсионного и событийного туризма.

Масштабно выступили на МИТТ иностранные участники – страны Европы и Средиземноморья, Ближнего Востока, Азии, Америки, Африки, островные государства. Одним из крупнейших участников МИТТ 2016 стало Министерство туризма Израиля.

Стенд Министерства туризма Израиля представил 30 израильских компаний. В рамках выставки с официальным визитом Москву посетил министр туризма Израиля Ярив Левин. Он принял участие в церемонии открытия выставки и в пресс-конференции, провел ряд встреч с представителями российского туристического рынка и органами власти РФ. Национальный стенд Греции занимал одно из центральных мест. В завершающий день количество посетителей выставки превысило 4 700 человек, что на 6% больше, чем в прошлом году.

Во второй день работы выставки начали свою работу основные мероприятия деловой программы выставки MITT – «MITT Саммит Турбизнес» и «MITT Саммит Отель». Главный принцип работы бизнес-саммита – обмен опытом через выступление спикеров крупных компаний, а также обсуждение волнующих вопросов на панельной дискуссии. На повестку дня работы секции «Саммит Турбизнес» была вынесена актуальная проблема – переориентация отдыха и ставка на внутренний туризм. Модератором встречи выступила Ирина Тюрина, пресс-секретарь Российского союза туриндустрии и главный редактор электронной газеты RATA-news. На секции заслушали доклады спикеров и обсудили ключевые вопросы по продвижению российского турпродукта на внутреннем рынке, изучили возможности лечебно-оздоровительного туризма.

«Гостиничный рынок 2016: на что делать ставку?» – эта тема стала главной в работе секции «Саммит Отель». Модератором встречи выступила Кристина Голубева, редактор электронной газеты RATA-news Hotel&Resort. Спикеры обсудили проблемы, актуальные для отелей различного уровня, в частности, как обеспечить пятизвездочный сервис независимо от ранга отеля и как выжить малым средствам размещения в нынешних условиях. В последний день работы выставки состоялось вручение ежегодной премии MITT Annual Awards. В номинации «яркий дебют» одержал победу стенд Министерства по курортам и туризму Республики Абхазия, «лучший стенд региона России» – Комитет по туризму и курортам Республики Адыгея, «лучшая презентация» – стенд Республики Казахстан. Представители турагентств приняли участие в поощрительной программе MITT Passport. 16 участников выставки – иностранные офисы по туризму, операторские компании и отели разыграли уникальные бонусные поездки, авиа перелеты, проживание и другие призы среди представителей туристических агентств – посетителей выставки MITT 2016. ■

**В 2017 году 24-я Московская международная выставка MITT «Путешествия и туризм» будет проходить с 14 по 16 марта в ЦВК «Экспоцентр»**

## Всемирный конгресс FIJET

**Впервые в России с 22 по 27 сентября прошел 58-й Всемирный конгресс Международной Федерации журналистов и писателей, пишущих о туризме (FIJET). Мероприятие состоялось по приглашению Правительства Москвы и поддержке Конгресс-бюро Москвы. Информационным партнером мероприятия выступил журнал CongressTime.**

Члены Международной Федерации обсудили тему «Новые тенденции в секторе туризма». Более 150 участников-журналистов из 30 стран мира приняли участие в конгрессе. «Конгресс такого уровня впервые проходит в Москве, – отметил Тиджани Хадда, президент FIJET. – Для FIJET очень важно, что Россия становится востребованным туристическим направлением, и читателям со всего мира необходимо донести правильную информацию и представление о Москве, ее истории, культуре и замечательных людях».



**ФИЖЕТ**  
(FIJET – Fédération Internationale des Journalistes et Ecrivains du Tourisme)

Международная федерация журналистов, пишущих о туризме, создана в 1954 г. в Париже. В 1968 г. советские журналисты, пишущие о туризме, впервые приняли участие в Конгрессе. В 1999 г. после распада СССР региональные отделения федерации возникли на Украине и в России. На сегодняшний день ФИЖЕТ объединяет свыше 700 журналистов и писателей в 50 странах мира. Штаб-квартира расположена в Праге. ФИЖЕТ ежегодно проводит свой очередной конгресс в какой-либо из стран при поддержке местных органов власти.



*Вы не знаете где провести  
следующее мероприятие?*

*Добро пожаловать в Страну души.*

Оставаясь верным кавказским традициям гостеприимства, Абхазия подарит каждому гостю незабываемые впечатления.

## КОНГРЕССНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ АБХАЗИИ

*Вы хотите провести конференцию, семинар или корпоративный юбилей? Приглашаем Вас в Абхазию. Абхазия, по-абхазски «Апсны» – «Страна души», встретит Вас своим гостеприимством и предложит разнообразные возможности для проведения Вашего мероприятия. Именно здесь Вы сможете провести деловое мероприятие и насладиться нетронутой природой хвойных массивов, поплавать в лазурном море, покорить горные вершины и посетить исторические достопримечательности. А обилие фруктов, субтропический климат, отсутствие резких перепадов температуры и полезный морской воздух в сочетании с фитонцидами создают лучшие условия для оздоровления участников деловых мероприятий, т.к. Абхазия славится своими курортами вот уже много десятков лет.*

### Почему Абхазия?

- Удобное месторасположение
- Широкий выбор площадок
- Разнообразные средства размещения
- Уникальные достопримечательности
- Вкусная, оригинальная кухня
- Низкие цены
- Отсутствие визового режима
- Мягкий климат
- Теплое кавказское гостеприимство



### Конгрессный потенциал

Для того, чтобы провести форум, конференцию и любое корпоративное мероприятие, в Абхазии найдется конгрессная площадка, комфортабельные гостиницы, пансионаты и вам предложат интересные досуговые программы.

Провести мероприятие вы можете в Абхазской филармонии (555 чел), концертном зале Пицундского храма, Абхазском государственном драматическом театре (700 чел.), Государственном Русском театре драмы (500 чел), Литературном музее им. Дмитрия Гулиа, картинной галерее, а также в конференц-залах гостиниц, санаториев и пансионатов Абхазии. Все залы оснащены современным техническим оборудованием. Отель «Рица» предлагает конференц-зал, ресторан с европейской и кавказской кухней. Отель «Атриум-Виктория» предлагает конференц-зал до 100 чел., бизнес-центр, а также ресторан, с изысканным интерьером для кофе-брейков и фуршетов. Конференц-зал предлагает клубный отель «Дельфин». Выставочный зал и конференц-зал для проведения мероприятий предлагает гостиница «Интер-Сухум».

Для тимбилдинговых мероприятий подойдет территория озера Рица. Остановиться можно в гостинице «Бзыпта» или в палатках около озера. Воспользовавшись услугами инструктора-проводника можно организовать командообразующие мероприятия по маршруту «Долина семи озёр» или «Аджарские водопады и озёра», совершить тур на джипах по маршруту: Гагра, Пицунда – Гегский водопад, озеро Рица, поход на озеро Малая Рица или заняться рафтингом. Для сплава подойдут реки Бзыбь и Кодор.

Заказчикам мероприятий можно приурочить проведение своего мероприятия к культурным событиям Абхазии: Ежегодный фестиваль классической музыки «Хибла Герзмава», Международный фестиваль джаза и блюза «Черноморская Ривьера», Ежегодный парад концертов, Органные вечера в Пицунде и др.

## Где остановиться

Выбор средств размещения в Абхазии разнообразный и недорогой: от 3 тыс. руб./сут. Участников мероприятий можно разместить в санаториях, пансионатах, базах отдыха или в гостиницах, расположенных в красивейших зданиях в самом центре абхазских городов. В Гагре в отелях: ALEX BEACH HOTEL (76 номеров), Доме отдыха «Солнечный», WELLNESS PARK HOTEL GAGRA. В Пицунде в пансионатах «Самшитовая Роща» (349 номеров) и «Литфонд» (288 номеров), отеле «APSARA», клубном отеле «Дельфин» (43 номера). В столице Абхазии Сухуме в отелях: «Интер Сухум» (167 номеров), «Олимп» (36 номеров), «Рица» (36 номеров), отель «Атриум Виктория» (36 номеров).

## Что посмотреть

Получите удовольствие от посещения древнего города Анакопия известного еще с III века или средневековых руин некогда неприступной крепости в селе Чхалта Чиркс-Абаа.

Посетите живописное горное озеро Рица, где расположена дача Сталина, сделав перед этим остановку на Голубом озере с уникальным ярко-голубым цветом воды, т.к. дно озера покрыто отложениями минерала лазурита. Яркие эмоции также вызовет посещение Новоафонской пещеры. Побывайте на Геегском водопаде.

Можете отправиться на Белые скалы или ущелье Каменный мешок или на подводную охоту или дайвинг в глубины Черного моря. Приятные впечатления оставит поход в долину Семи озер, а также пешая прогулка по Сухуми. Здесь находится Келасурская стена длиной 160 км, руины замка Акуа (Баграта) и Сухумская крепость. Посетите Сухумский ботанический сад

## Где поест

Организовать питание участников мероприятий можно в ресторанах, кафе, которых в Абхазии множество. Участникам мероприятий предложат разнообразную кухню с большим выбором блюд абхазской, русской, европейской, черноморской кухни, знаменитые абхазские вина и кофе, сваренный по сухумской традиции. Средний счет: 500-600 руб./чел.

В г. Сухуме рекомендуем побывать в ресторане «Акафурта». Обстановка, колоритный интерьер и приемлемые цены делают ресторан популярным среди гостей и местных жителей.

Для любителей морепродуктов идеальным решением станет ресторан «Апра» на причале морского порта. В Пицунде посетите рестораны «Пицунда», и «Апсара». В Гагре посетите ресторан «Гагрипш», который по праву считается символом курорта. «Гагрипш» – это самый известный и популярный ресторан не только в Гагре, но и во всей Абхазии. Ресторан «Гагрипш» был приобретен создателем курорта принцем Ольденбургским на всемирной выставке в Париже. В 1902 году «Гагрипш» был доставлен в Абхазию в разобранном виде из Норвегии и был собран без единого гвоздя. Здание ресторана осталось практически в первоначальном виде, что позволяет окунуться в атмосферу начала XX века. В разное время гостями ресторана были Николай II, Федор Шалапин, Антон Чехов, Максим Горький, Иван Бунин. Иосиф Сталин любил этот ресторан и был его постоянным посетителем.

## Как добраться

Добраться до Абхазии из России можно самолетом до Адлера, Сочи, а там на электричке, автобусе до границы с Абхазией. От границы во все города Абхазии можно заказать трансфер. По хорошо асфальтированному шоссе вы доедете до Гагры за 20 минут, до Пицунды за 40 минут.



Отели Абхазии радушно встретят гостей



Провести мероприятие вы можете в конференц-залах гостиниц, санаториев и пансионатов Абхазии



Участникам мероприятий предложат традиционные блюда абхазской кухни

## КОНТАКТЫ

Министерство  
по курортам и туризму  
Республики Абхазия  
E-mail: [min.tourizm@mail.ru](mailto:min.tourizm@mail.ru);  
[info@abkhazia.travel](mailto:info@abkhazia.travel)  
Телефоны:

+7 (840) 226 19 39;  
+7 (840) 226 77 11



# Digital Travel Day

в Москве

21 апреля 2016 года в гостинице «Золотое Кольцо» прошла Пятая ежегодная конференция Digital Travel Day, организованная ИД «Турбизнес». Конференция была посвящена теме «Цифровые технологии в туристической индустрии».

## ПРОФЕССИОНАЛЫ РАСКРЫЛИ СЕКРЕТЫ ОНЛАЙН-ТРАВЕЛ-ПРОДАЖ

Сегодня многие российские туристические компании задаются вопросом: Насколько выгодно продавать турпродукты через он-лайн? Надо ли совсем прекращать продажи турпродуктов в офф-лайн? Нужно ли компаниям создавать мобильные приложения?

«Очень выгодно продовать турпродукты в он-лайн – сказал **Янис Дзеннис, PR-директор компании Aviasales**, – если развивать агентские продажи через социальные сети», и в подтверждение привел интересные SMM-кейсы, которые продемонстрировали как социальные сети меняют потребительский опыт и позволяют получить максимальный эффект от продаж через социальные каналы и при этом позволяют сэкономить бюджет на продвижение и продажи.

**ВСЕ ЭКСПЕРТЫ И СПИКЕРЫ ПОДТВЕРДИЛИ, ЧТО НА ПРОТЯЖЕНИИ ПОСЛЕДНИХ ЛЕТ РОССИЙСКИЙ РЫНОК ОНЛАЙН-ТУРИЗМА ЕЖЕГОДНО УВЕЛИЧИВАЕТСЯ НА 30%, ХОТЯ КРИЗИС ЗАМЕДЛИЛ ДИНАМИКУ ЕГО РОСТА В 2015 ГОДУ**

На вопрос: надо ли совсем прекращать продажи турпродуктов в офф-лайн? «Нет» – ответил **Дмитрий Арутюнов, генеральный директор Biletix.ru** – «потому что потребителем он-лайн услуг в основном являются потребители в возрасте до 40 лет, но существует и другая категория – это потребители кому за 40 лет и они привыкли приобретать услуги в туристических компаниях.

Ответ на вопрос: Могут ли b2b-онлайн-агентства конкурировать с сайтами прямых поставщиков туристических услуг и как? – дала в своем выступлении **Эльмира Абдурашитова, Директор по маркетингу компании «Хотелбук-Сервис»** и в подтверждение своих слов привела успешные кейсы.

Почему туристическим компаниям выгодно создавать мобильные приложения, объяснили в своих выступлениях **Александр Сизинцев, генеральный директор Biletix.ru** и **Андрей Сулейков, CEO компании Appreal LLC**, поскольку мобильные приложения являются еще одним дополнительным каналом привлечения туристов, который позволяет не только продвигать, но и продавать свои услуги.

Еще один вопрос, который заинтересовал участников конференции: что делать, если потребители перестали покупать готовые туры, они хотят сами формировать свой тур. «Выход есть – это динамическое пакетирование туров – ответила **Инна Бельтюкова, председатель совета директоров компании «Инна Тур»** и познакомила слушателей конференции с лучшими решениями динамического пакетирования туров на примере проекта Bookinna.

Острая полемика прошла в рамках панельной дискуссии «Как увеличить эффективность он-лайн-каналов продажи в условиях кризиса и сокращения спроса и бюджета?».

Экспертами дискуссии стали Biletix.ru **Александр Сизинцев, генеральный директор**, **Дмитрий Арутюнов, генеральный директор Biletix.ru**, **Наталья Новик, директор по электронной коммерции управляющей компании «Interstate»**, **Сергей Ватутин, предприниматель, совладелец проектов Тонкости.Ру и Level.Travel.WeAtlas.com**, которые предложили свои решения этого вопроса.

Все эксперты и спикеры подтвердили, что на протяжении последних лет российский рынок онлайн-туризма ежегодно увеличивается на 30%, хотя кризис замедлил динамику его роста в 2015 году, но специалисты уверены, что и в будущем e-travel продолжит укреплять позиции на российском рынке туристической индустрии, поскольку являются эффективным инструментом продвижения и продаж услуг компаний туристической индустрии, т.к. позволяет им значительно экономить на расходах в условиях кризиса и сокращения бюджетов компаний.

# Radioguide®

ЦИФРОВОЕ РАДИООБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ЭКСКУРСИЙ И КОНФЕРЕНЦИЙ



**ENRG**

**АВТОМАТИЧЕСКАЯ  
СПУТНИКОВАЯ  
ЭКСКУРСИОННАЯ  
СИСТЕМА**

**СУВЕНИРНЫЙ  
АУДИОГИД**

**MC-15**

**RG-15**

**АППАРАТУРА  
ШИРОКОВЕЩАТЕЛЬНОЙ  
РАДИОСВЯЗИ**

[radioguide.net](http://radioguide.net)  
[radio-guide.ru](http://radio-guide.ru)

Реклама

# IG PRO

## Professional Technical Production

### ФОРМА В ПОДДЕРЖКУ СОДЕРЖАНИЯ

Что первично для проведения конгресс-мероприятия? Содержание? Оформление? Ответ кажется очевидным. Большинство обывателей безапелляционно скажет, что важнее то, о чем говорят, чем обстановка диалога. Но все не так просто. Наша команда убеждена, что без достойного технического наполнения будет потерян эффект даже от самого содержательного мероприятия.

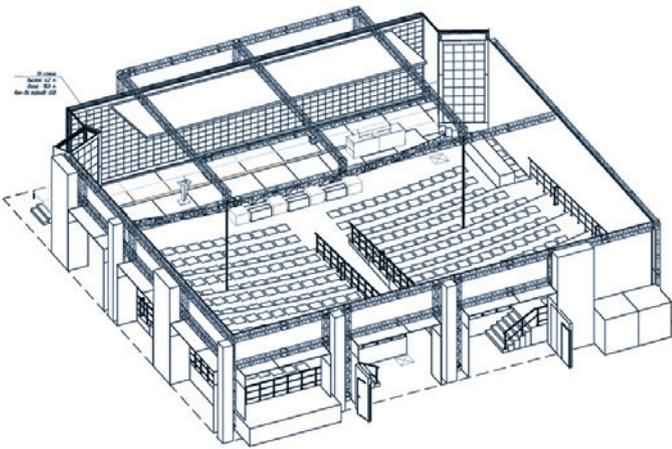
Бывало ли с вами так, что вы сидите, слушаете лекцию и вдруг осознаете, что совершенно ничего из прослушанного не запомнилось? И вроде доклад интересный, и спикер зажигательный, но в голове полный туман. Вы пытаетесь сосредоточиться, «включиться» в работу. Но ничего не выходит. А происходит так на самом деле потому, что возможно свет в зале приглушен слишком сильно, возможно неудачная температура воздуха, или у вас попросту неудобный стул, и вы машинально на нем ерзаете вместо того, чтобы с интересом участвовать в дискуссии. А бывает, что не очень содержательное мероприятие остается в памяти гостей благодаря удачно застроенной входной зоне. Все это мелочи, но именно они создают необходимую для плодотворной работы обстановку.

Проведение мероприятия в формате конгресса, безусловно, ставит технического директора проекта в определенные рамки. Задача технического продакшна – подобрать из всего многообразия технических инструментов именно такие, которые

будут способствовать созданию атмосферы, подходящей данному конкретному проекту. На первый взгляд можно сказать, что техническое оснащение одного конгресса от другого отличается немногим. Но именно здесь и проявляется профессионализм технической группы – сделать традиционное мероприятие непохожим на другие.

« БЕЗУСЛОВНО, КОНГРЕСС – ЭТО СОДЕРЖАНИЕ. НО ИМЕННО УДАЧНОЕ ТЕХНИЧЕСКОЕ РЕШЕНИЕ СТАНОВИТСЯ ТОЙ РАМОЙ, В КОТОРОЙ СОДЕРЖАНИЕ СТАНОВИТСЯ ШЕДЕВРОМ. »

Наша команда начинает работу над проектом с создания полной 3D модели площадки, на которой отрабатываются различные сценарии проведения мероприятия. Важно все – естественное освещение, электрические сети, воздуховоды, маршруты про-



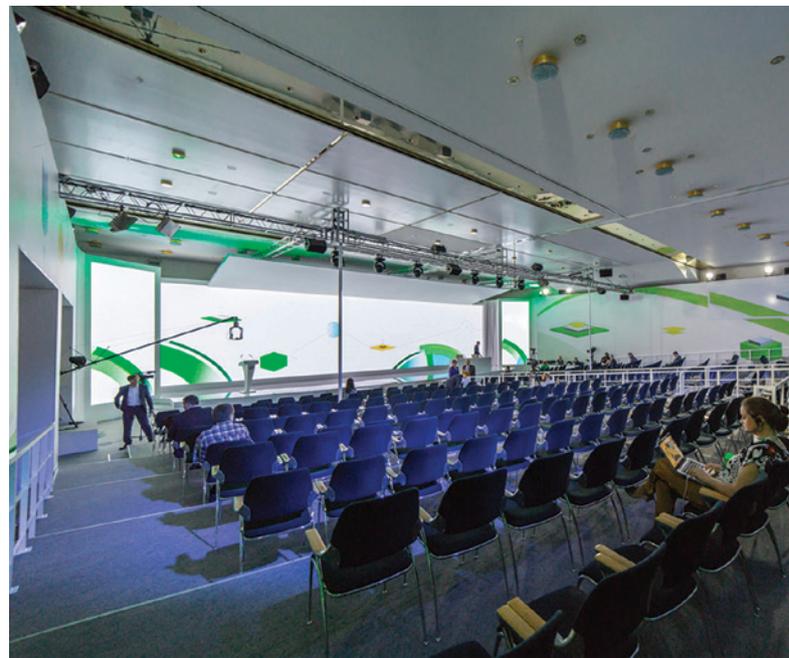
хождения людских потоков... С учетом технической задачи мы дополняем модель необходимым оборудованием. Зачастую наши инженеры придумывают, рассчитывают и реализовывают уникальные проектные разработки (раздвигающиеся светодиодные экраны, проекционные шторы, голографические модели).

При этом мы не стремимся создать все пространство с нуля. Мы всегда стараемся максимально использовать ресурсы площадки, удачно дополняя их. Решив именно техническое задание, мы подбираем декоративные элементы, которые создают визуальное «лицо» проекта. Грамотно подготовленная 3D модель, дополненная оборудованием, позволяет просчитать нагрузки, создать монтажные планы, успешно пройти согласования с различными регулирующими органами. Затем техническая модель проходит этап цветовой визуализации.

При необходимости наши дизайнеры разрабатывают новый уникальный стиль проекта. Либо же создают цветочное решение, находясь в рамках бренд-буков заказчиков. Таким образом, еще до начала монтажа и, тем более, самого мероприятия и техническая группа, и заказчики проекта могут увидеть полноценную картину предстоящего события. Уделяя серьезное внимание предмонтажной подготовке, мы минимизируем возможные «сюрпризы» во время фактической застройки.

Однако работа технического продакшна не заканчивается в момент передачи построенной площадки заказчику или начала мероприятия. Контроль работы инженеров и оборудования во время конгресса, оперативное решение возникающих нестандартных ситуаций, контроль демонтажных работ – все это сфера внимания наших технических директоров. Углубленное стартовое планирование, внимание к деталям, стремление к индивидуальному решению каждой задачи – вот то, что наша команда считает необходимым залогом успешного проведения проекта.

Безусловно, конгресс – это содержание. Но именно удачное техническое решение становится той рамой, в которой содержание становится шедевром. ■



**УГЛУБЛЕННОЕ СТАРТОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ, ВНИМАНИЕ К ДЕТАЛЯМ, СТРЕМЛЕНИЕ К ИНДИВИДУАЛЬНОМУ РЕШЕНИЮ КАЖДОЙ ЗАДАЧИ – ВОТ ТО, ЧТО НАША КОМАНДА СЧИТАЕТ НЕОБХОДИМЫМ ЗАЛОГОМ УСПЕШНОГО ПРОВЕДЕНИЯ ПРОЕКТА.**



**IG PRO**

Москва, Кутузовский пр-т 36, стр.3

+7(495) 724-69-45

al@ig-pro.ru



Как развивается индустрия встреч? Какие преимущества дает организация мероприятий на территории России? Почему Сочи становится центром делового туризма? Эти и другие вопросы обсуждались 6-8 апреля АБТ-АСТЕ Russia MICE FORUM SOCHI.

# MICE FORUM в Сочи – флагман развития делового туризма

**М**ероприятие было организовано Российской Ассоциацией бизнес-туризма АБТ-АСТЕ Russia совместно с Туристическим Объединением «ПЛАНЕТА СОЧИ» при поддержке Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края.

**Исполнительный директор АБТ-АСТЕ Russia Екатерина Александрова** в первый день форума отметила: «В 2015 году Ассоциация зафиксировала значительный рост числа корпоративных участников, партнёров, спонсоров, увеличение количества деловых контактов. Всё это воодушевляет Ассоциацию на развитие отрасли делового туризма и организацию большего количества мероприятий».

**Светлана Клещенко, директор по продажам и клиентскому сервису российского представительства агентства FcM Travel** отметила: «Сегодня

MICE-мероприятия все чаще проводятся на площадках внутри страны. Бюджеты на их организацию сокращаются. При планировании ивентов вектор все чаще смещается от стандартных программ к индивидуальным проектам, от развлекательности к командообразованию и обучению. Все шире используются цифровые технологии для организации логистики, подачи контента, вовлечения участников. Популяризуется и активно используется тематика «экологически чистых» и социально-значимых мероприятий».

Прогнозы развития MICE в России представила **Арина Негина, руководитель отдела групп и конференций HRG Russia**. По мнению эксперта, уменьшится общее количество мероприятий, поэтому их качеству будет уделяться еще большее внимание. Сохранится тенденция снижения стоимости проживания в отелях в крупных городах РФ в низкий сезон, увеличится стоимость авиаперевозок вследствие активного внедрения авиакомпаниями новых тарифных концепций. Все это вместе усилит тенденцию к оптимизации логистических расходов при выборе места и времени проведения мероприятий.

Был подготовлен ряд мероприятий, раскрывающих возможности пост-олимпийского Сочи для делового туризма. По словам **генерального директора объединения «ПЛАНЕТА СОЧИ» Эллины Акиншиной**, Сочи готов предложить более 300 уникальных площадок для проведения мероприятий, 65 тысяч гостиничных номеров. «Добавьте к этому уникальную природу, море, горе, возможности различного рода активностей круглый год. Одним словом, Сочи это больше, чем просто MICE», – отметила эксперт.

**Председатель АБТ-АСТЕ Russia Вадим Зеленский** подчеркнул важность индустрии делового туризма для экономики страны. Эксперт отметил, что отрасль напрямую влияет на финансовые показатели в более чем 40 смежных отраслей, включая индустрию гостеприимства, авиационное и железнодорожное сообщение, транспорт, общественное питание, организацию культурно-зрелищных и спортивных мероприятий.

В.Зеленский также сообщил, что АБТ-АСТЕ Russia MICE FORUM в Сочи станет ежегодным мероприятием российской индустрии делового туризма.

**Российская ассоциация бизнес-туризма АБТ-АСТЕ Russia** – крупнейшая международная организация в сфере делового туризма на территории России и СНГ. Ассоциация содействует профессиональному развитию специалистов в сфере бизнес-трелл и MICE, создает платформу для общения между покупателями и поставщиками услуг, информирует участников рынка о передовом опыте и перспективах развития делового туризма. АБТ-АСТЕ Russia объединяет трелл-менеджеров, специалистов по закупкам и административным вопросам, координаторов и других сотрудников российских и международных компаний, чья деятельность связана с управлением командировками, планированием и организацией деловых встреч и корпоративных мероприятий. В числе партнеров Ассоциации – авиаперевозчики, гостиничные цепочки, агентства делового туризма, транспортные компании, офисы по туризму и поставщики технологий для делового туризма.

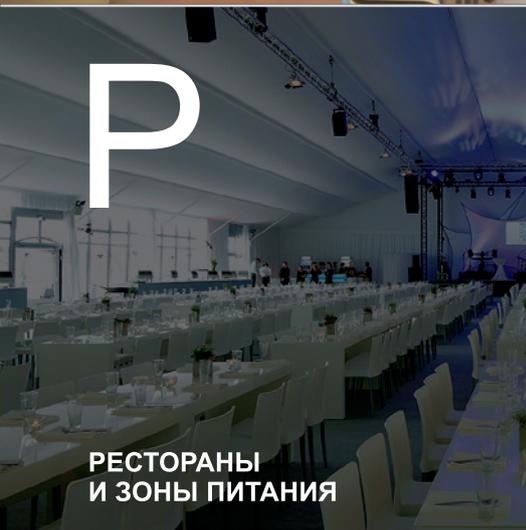
## К ОСНОВНЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АБТ-АСТЕ RUSSIA ОТНОСЯТСЯ:

- Организация конференций, образовательных сессий и форумов для обсуждения вопросов индустрии делового туризма;
- Развитие программы «Аттестация бизнес- и конференц-отелей»;
- Подготовка кадров для работы в сфере бизнес-трелл в рамках образовательных программ «Специалист в деловом туризме» и «Тревел-менеджер»;
- Организация и проведение семинаров из цикла «География MICE» в России и СНГ, ежегодной отраслевой выставки-конференции International MICE Geography Show;
- Подготовка ежегодного маркетингового исследования о состоянии российского рынка бизнес-туризма.



3

ЗАЛЫ КОНГРЕССОВ



P

РЕСТОРАНЫ И ЗОНЫ ПИТАНИЯ



B

ВРЕМЕННАЯ ВЫСТАВОЧНАЯ ЗАСТРОЙКА

# КОМПЛЕКСНОЕ ОСНАЩЕНИЕ ВРЕМЕННОЙ ИНФРАСТРУКТУРОЙ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ



TEMPORARY CONSTRUCTIONS WORLDWIDE

ММ

## МАРИНА МАЛЮТА САЛОН КРАСОТЫ

Мы расскажем вам историю о превращении Золушки в принцессу и успешную бизнес-леди. Наша волшебная сказка о том, как две прекрасные дамы, имея талант, идею, желание достичь своей цели, понимали – что чего-то им явно не хватает. И все желания помогла осуществить добрая фея, которая сделала главное для женщины – создала образ.

# Превращение Золушки

О том, как важно создание образа и стиля, мы расскажем на примере историй наших героинь: Натальи Колотилиной, генерального директора агентства недвижимости «Агвекс» и Лауры Кропачевой, владелицы дизайн-студии «Новые шторы». Наша фея – Марина Малюта, владелица салона красоты «ММ», бьюти-эксперт, чемпионка России, Европы и Мира по парикмахерскому искусству.

– Здравствуйте, Марина! Что, на Ваш взгляд, является самым главным для женщины? Как Вы пришли к решению о создании своего салона?

**М.М.:** Радостно наблюдать, что даже в экономически непростые времена люди умеют правильно расставлять приоритеты и не экономят на самом главном – эмоциональном благополучии и красоте! У меня много клиентов, которым именно красота, созданная мной профессионально и мои «бьюти-советы» помогли приобрести финансовое благополучие, карьеру и статус. Поэтому мне стал нужен свой салон красоты со специалистами высокого уровня.

На beauty-карте Москвы в октябре 2016 года в центре Москвы, рядом с английским посольством открылся новый Салон Красоты Марины Малюта. В этом бьюти-месте доступен полный спектр парикмахерских услуг и ногтевого сервиса, прием ведут специалисты экспертного уровня, чемпионы России, Европы и Мира. Один из моих девизов в работе: «Если в твоей жизни случится атомная война, землетрясение или катастрофа – иди в салон, сделай прическу! С прической ты быстрее решишь, что делать дальше!»

Узнав об этом прекрасном «превращении», вы тоже можете для себя решить: а верить ли в чудо?

**НАША ПЕРВАЯ ГЕРОИНЯ –  
ЛАУРА КРОПОЧЕВА, ВЛАДЕЛИЦА  
ДИЗАЙН-СТУДИИ «НОВЫЕ ШТОРЫ»**

**- Лаура, расскажите, как Вы пришли к таким коренным изменениям и достигли успеха?**

**Л.К.:** В 90-е годы я кардинально поменяла род деятельности из модельера верхней одежды в декоратора интерьера. Развивалась в этом направлении, делая главный акцент на качество работы, сервис, достоинство личности. Очень важными в моем понимании всегда являлись профессиональная этичность и характер. Я никогда не задумывалась о внешнем антураже, так как первая специальность дала навыки быть в стиле времени даже с минимальными средствами. Раз в месяц стрижка, окраска волос, вот и вся «красота». Встретив Марину, все кардинально изменилось. Она терпеливо объясняла мне тонкости, нюансы, находила новые оттенки, новые решения в зависимости от времени года. Мои волосы и прическа стали точно вписываться в нужный мне образ и все получилось очень гармонично.

Сегодня я слышу массу комплиментов в свой адрес. Если руководитель дополнительно к своим профессиональным способностям еще и стильно выглядит – это плюс в копилку взаимоотношений с клиентом. Быстрее стали налаживаться контакты, работа стала приносить еще больше удовлетворения. На работу иду с радостью и все благодаря Марине. Марина виртуозно владеет своей профессией, делает нас счастливее, успешнее. Это очень здорово!

**« Если в твоей жизни случится атомная война, землетрясение или катастрофа – иди в салон, сделай прическу! С прической ты быстрее решишь, что делать дальше! »»**






## ПРЕДСТАВЛЯЕМ НАШУ ВТОРУЮ ГЕРОИНЮ – НАТАЛИЯ КОЛОТИЛИНА, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АГЕНТСТВА НЕДВИЖИМОСТИ «АДВЕКС».

- Здравствуйте, Наталья! Как все началось, как Вы пришли к успеху в своей карьере? Что является самым необходимым для успешной бизнес-леди?

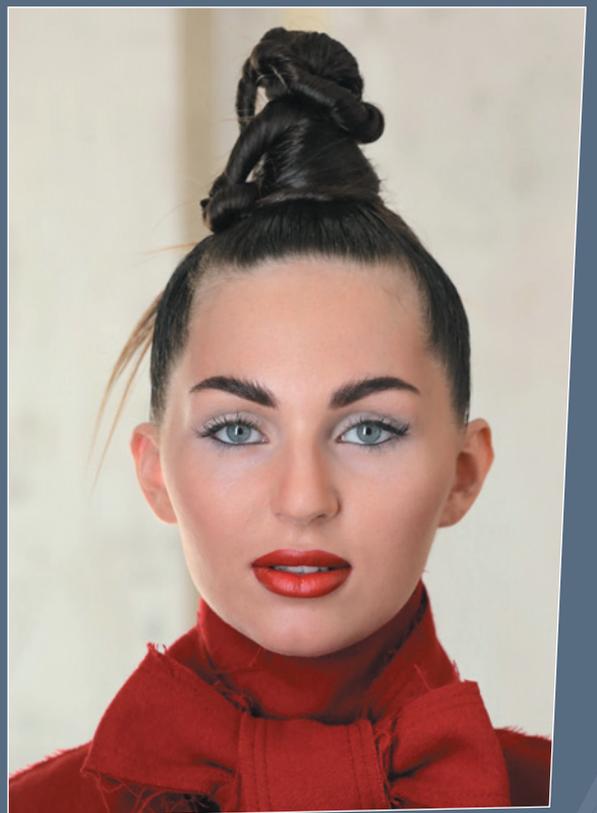
**Н.К.:** Я пришла в салон к Марине еще семь лет назад, когда начинала работать риэлтором. Тогда я еще не задумывалась о том, чтобы создавать свой образ, я просто следила за своей внешностью и решила обратиться за консультацией к профессионалу. Когда твоя работа связана с людьми, а тем более, когда ты встречаешься с ними в такой важный этап жизни, как покупка квартиры, необходимы профессионализм и уверенность в том, что ты делаешь, уверенность в себе. В нашей работе важно внимание к деталям и мне было очень приятно, что у Марины похожий подход.

Вместе мы создавали мне образы, и каждый раз после посещения салона я уходила с новым приливом сил, повышалась моя самооценка и уверенность в себе, что помогало мне в моей работе. Клиентов становилось все больше. Я росла профессионально, и следующим этапом моей карьеры стало открытие офиса недвижимости. Так я стала генеральным директором одной из ведущих компаний недвижимости.

Первый офис агентства мы открыли в самом центре Москвы. На открытии присутствовали журналисты, представители наших филиалов из Санкт-Петербурга, Воронежа, Нижнего Новгорода, Тюмени. Я выступала на пресс-конференции, общалась с гостями, партнерами. Было важно выглядеть отлично! Это был волнительный день, и Марина с самого утра работала со мной и сотрудниками нашего офиса. В ходе праздника было запланировано дефиле, на котором наши сотрудницы должны были предстать перед гостями в весеннем образе. Прически, макияж моделей просто идеально сочетались с костюмами. Все прошло ярко и по высшему классу.

Когда Марина решила открыть свой салон, она обратилась в наше агентство, и мы предложили ей помещение рядом с нашим офисом на Проточном переулке, ведь очень удобно, когда мой стилист будет всегда рядом. ■

# Марина Малюта *представляет...*



Стилист, дизайнер причесок Марина Малюта  
Визажист Эрик Индиков  
Фотограф Александр Носовский  
Модели: Всеволод Тимотин,  
Мария Платонова «Московская Красавица – 2016»

**ОДЫХ**  
LEISURE

**23-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ТУРИСТСКАЯ ВЫСТАВКА**  
20-23 СЕНТЯБРЯ 2017  
МОСКВА, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР» **M** ВЫСТАВОЧНАЯ 

0+  
Реклама

*We*



*Leisure*

**В РАМКАХ ФОРУМА**

**ОДЫХ**  
MICE

**13-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПО ДЕЛОВОМУ ТУРИЗМУ И КОРПОРАТИВНЫМ МЕРОПРИЯТИЯМ**  
20-23 СЕНТЯБРЯ 2017  
МОСКВА, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

**РЕГИСТРАЦИЯ НА САЙТЕ**  
[www.tourismexpo.ru/mice](http://www.tourismexpo.ru/mice)

**ОДЫХ** МЕЖДУНАРОДНЫЙ  
РОССИЙСКИЙ  
ТУРИСТИЧЕСКИЙ  
ФОРУМ

Home of Tourism

[www.tourismexpo.ru](http://www.tourismexpo.ru)

E-mail: [violetta@euroexpo.ru](mailto:violetta@euroexpo.ru) | Тел.: +7 (495) 925 65 61/62

**ОДЫХ**  
MICE

13-я Международная выставка и конференция по деловому туризму и корпоративным мероприятиям

**ОДЫХ**  
LUXURY

13-я Международная выставка эксклюзивного и гастрономического туризма

**ОДЫХ**  
SPA & HEALTH

13-я Международная экспозиция по медицинскому и лечебно-оздоровительному туризму

**ОДЫХ**  
TRAVEL TECHNOLOGY

Международная экспозиция Travel Technology

ОРГАНИЗАТОР / ORGANISER

МОСКВА РОССИЯ  
**ЕВРОЭКСПО**



VIENNA AUSTRIA  
**EUROEXPO**  
Exhibitions and Congress Development GmbH



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ / SUPPORTED BY



МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РФ /  
MINISTRY OF CULTURE  
RUSSIAN FEDERATION



ФЕДЕРАЛЬНОГО АГЕНТСТВА  
ПО ТУРИЗМУ / FEDERAL  
AGENCY FOR TOURISM



АССОЦИАЦИИ ТУРОПЕРАТОРОВ  
РОССИИ / ASSOCIATION FOR TOUR  
OPERATORS OF RUSSIA



РОССИЙСКОГО СОЮЗА  
ТУРИНДУСТРИИ / RUSSIAN  
UNION OF TOURISM INDUSTRY



ПОД ПАТРОНАЖЕМ ТПП РФ /  
UNDER THE AUSPICES OF THE CHAMBER  
OF COMMERCE AND INDUSTRY  
OF THE RUSSIAN FEDERATION

## Крупнейшие мероприятия по конгрессной тематике 2017 г.

Название мероприятия	Сроки проведения	Место проведения
<b>EIBTM</b> Международная туристическая выставка	<b>29 ноября -1 декабря 2016</b>	Барселона, Испания
<b>EFEA</b> VI Евразийский Ивент Форум	<b>18-20 января 2017</b>	Санкт-Петербург, КЦ «ПетроКонгресс»
<b>Форум Event LIVE</b>	<b>19-20 января 2017</b>	Санкт-Петербург, КЦ «ПетроКонгресс»
<b>МИТТ</b> Московская международная выставка «Путешествия и туризм»	<b>14-16 марта 2017</b>	Москва, ЦВК «Экспоцентр»
<b>IMEX</b> Международная выставка MICE-индустрии	<b>16-18 мая 2017</b>	Франкфурт, Германия
<b>ПМЭФ</b> Петербургский международный экономический форум	<b>1-3 июня 2017</b>	Экспофорум, Санкт-Петербург
<b>ОТДЫХ MICE</b> 13-я международная выставка по деловому туризму	<b>20-23 сентября 2017</b>	Экспоцентр, Москва

# Ах, белый теплоход...



**Владимир Кисмерешкин,**

Руководитель Центра экономических программ, д.э.н.

Эти бессмертные, как и «На теплоходе музыка играет...» строки – первая ассоциация на тему номера «Вода, круизы, конгрессы». Путешествие и даже работа на воде создают неповторимую атмосферу раскованности и, в первую очередь, мысли.

Наш постоянный автор – В. Кисмерешкин не исключает, что лучшая часть его серьенизмов и иронизмов (так он именуется свои афоризмы) родилась именно на воде или рядом с ней.

Не пускай океанский лайнер по узкому ручью.

Внешний блеск внутренней силы.

Я и себе-то не все рассказываю.

Жизнь такая острая, что и зацепиться не за что!

О нас знают гораздо больше, чем мы можем себе предположить.

Я и себе-то не все рассказываю.

Каждое сказанное слово рождает два.

О «Титанике» часто забывают, едва покинув порт.

Не пускай океанский лайнер по узкому ручью.

Выбыл из гонки и сразу побежал быстрее.

Жизнь такая острая, что и зацепиться не за что!

День забитых дверей.

Зарешечивание жизни.

Раньше платил, чтоб работали. Теперь плачу, чтобы не мешали!

Как она тебе? Ничего, но настораживает, что наоборот она пишет раздельно.

Внешний блеск внутренней силы.

Дни-огни.

Думала, Вы Владимир, оказалось, Владимир Геннадьевич!

Как я отдыхаю? Хожу с подругой в клуб потанцевать, потом она напивается, даёт кому-нибудь пощечину, и мы сбегает!

Мозг из головы выскочил, не подумав.

Привычка у меня такая – все одеяла тянуть на себя!

Одинаково заработал как на здоровье, так и на борьбе с ним!

О нем либо хорошо, либо очень хорошо. Второе лучше.

Возьмите нас в долю и нам сразу все понравится!

Съесть не своё блюдо.

Многие вопросы я решаю автоматом. Калашникова. Шутить об этом еще можно, но лучше уже не шутить!

Знакомый: «Мой икорный стандарт – красную икру ем регулярно, а вот черную пока позволить себе не могу»!

Мозги у меня включаются только в горизонтальном положении.

Возьмите нас в долю и нам сразу все понравится!

Говоря, помни о тех, кто слушает!

Выбыл из гонки и сразу побежал быстрее.

Немедленно прекрати говорить эти сводящие с ума приятные нежно-обжигающие слова!

Все меньше мозгов, все больше килограммов!

Чем меньше побед, тем больше орденов.

Мозги у меня включаются только в горизонтальном положении.

Сейчас подниму всех на ноги и только после этого лягу!

Самым оригинальным в нем оказалось сочетание цифр в номере автомобиля.

Запах неоткрытого коньяка.

Говоря, помни о тех, кто слушает!

Искрит, но не зажигает!

Чтобы новость стала не самой плохой, дождись новостей похуже.

Секрет долгой счастливой семейной жизни – на все вопросы жены отвечай "да", даже если ты их не слышишь.

Ты мне только одно доброе слово скажи, а все остальное я сама придумаю!

Язык мозги отключает.

В направлении от нормально к хорошо!

Немедленно прекрати говорить эти сводящие с ума приятные нежно-обжигающие слова!

И тут я ввернулся штопором.

Я по камушку собирала свою обиду, чтобы потом запустить её в тебя огромным булыжником.

Все меньше мозгов, все больше килограммов!

Хожу, спотыкаясь о глупость свою.

По привычке пишем: «наши выставки самые крупные в Восточной Европе». В гостинице Юрмалы реклама – «наш СПА самый крупный в Северной Европе». Все-таки так хочется быть «самыми-самыми» хоть в какой-то части Европы.

Мне начать с моей гениальности или с того, какие все вокруг идиоты?!

Рассмотрев вершины вокруг, обнаружил бездну в себе.

У меня конкурентов нет. Сплошные завистники.

В твоих глазах - такие дивиденды! ■



# CongressTime

Время конгрессов



Реклама

## ЕДИНСТВЕННЫЙ В РОССИИ ЖУРНАЛ ДЛЯ СПЕЦИАЛИСТОВ КОНГРЕССНОЙ ИНДУСТРИИ

**«CongressTime.Время конгрессов» — это:**

- авторитетная трибуна для обсуждения тенденций развития конгрессной индустрии
- дискуссионная площадка для руководителей и специалистов конгрессной отрасли
- презентационная площадка для представления конгрессного потенциала регионов, конгрессных площадок, услуг бизнес-сообщества

ООО «КонгрессТайм», г. Москва  
Тел.: +7 916 326 17 55  
E-mail: [info@congresstime.ru](mailto:info@congresstime.ru), [adv@congresstime.ru](mailto:adv@congresstime.ru)

**О чем мы пишем:**

- Тенденции развития конгрессной индустрии в России и за рубежом
- Практические рекомендации от ведущих специалистов конгрессной отрасли
- Опыт внедрения инновационных технологий в сфере конгрессной индустрии
- Рейтинги, критерии, показатели развития конгрессной индустрии согласно данным международных и российских организаций
- Методические рекомендации от ведущих российских и зарубежных специалистов конгрессной индустрии



BORODINO HOTEL

# МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ЗАЛ «БОРОДИНО-ХОЛЛ»

КОНЦЕРТНЫЙ ЗАЛ «БОРОДИНО-ХОЛЛ» – ЭТО УЛЬТРАСОВРЕМЕННАЯ ПЛОЩАДКА С ОРИГИНАЛЬНЫМ ДИЗАЙНЕРСКИМ РЕШЕНИЕМ. МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ЗАЛ, ВЫПОЛНЕННЫЙ В СТИЛЕ «ХАЙ-ТЕК» В СТРОГОЙ ЧЕРНО-БЕЛОЙ ГАММЕ, ОСНАЩЁННЫЙ СОВРЕМЕННЫМ ПРЕЗЕНТАЦИОННЫМ ОБОРУДОВАНИЕМ. ИДЕАЛЕН ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ ЛЮБОГО ФОРМАТА: ОТ КОНГРЕССА И СОБРАНИЯ АКЦИОНЕРОВ ДО ТЕАТРАЛЬНЫХ ПОСТАНОВОК И КАБАРЕ!

+7 (495) 221 60 00    SALES@BORODINO-HOTEL.COM

Реклама

