

CongressTime

Время конгрессов

№ 1 | 2015

Журнал о конгрессной индустрии в России



НУЖНЫ ЛИ КОНГРЕССЫ РОССИИ?

Интервью с Президентом ТПП РФ Катыриным С. Н.

стр. 10

VISIT RUSSIA будет создан уже в этом году
Интервью с Корнеевым С.Е.
стр. 16

Может ли Хабаровский край стать международным конгрессным центром?
стр. 26

Перспективы развития конгрессной индустрии в России
Интервью с Трофимовым С.Н.
стр. 46

Важные цифры в конгрессной индустрии России

2014 год

ПРАВИТЕЛЬСТВОМ РФ ОДОБРЕНА
«КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ВЫСТАВОЧНО-
ЯРМАРОЧНОЙ И КОНГРЕССНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

40-е место

ЗАНИМАЕТ РОССИЯ СРЕДИ СТРАН-
ОРГАНИЗАТОРОВ КОНГРЕССНЫХ
МЕРОПРИЯТИЙ (ПО ДАННЫМ ICSSA НА 2014 Г.)

156 городов

В РОССИИ РАСПОЛАГАЮТ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ КОНГРЕССНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

500 млн евро в год

ПО ОЦЕНКАМ МЕЖДУНАРОДНЫХ
СПЕЦИАЛИСТОВ СОСТАВЛЯЕТ РОССИЙСКИЙ
СЕКТОР КОНГРЕССОВ, КОНФЕРЕНЦИЙ И
ДЕЛОВЫХ ВСТРЕЧ

с 2011 года

В РОССИИ ДЕЙСТВУЕТ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
СТАНДАРТ РФ ГОСТ Р 53524-2009
«КОНГРЕССНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ. ТЕРМИНЫ И
ОПРЕДЕЛЕНИЯ»



Главный редактор
Людмила Ревوشина

Во всем мире конгрессная индустрия активно развивается уже многие десятилетия и является эффективным инструментом экономического роста многих стран мира. В России же конгрессная индустрия сформировалась как отдельная отрасль более десяти лет назад и с тех пор достаточно успешно развивается. За эти годы российскими специалистами накоплен богатый профессиональный опыт.

Сегодня конгрессная индустрия является катализатором социально-экономического развития регионов и городов, способствует созданию благоприятного инвестиционного климата, повышению имиджа страны. Можно долго продолжать список преимуществ индустрии. Главным остается одно неоспоримое преимущество – создание коммуникационной площадки для общения профессионалов и единомышленников.

Год от года в России увеличивается количество конгрессных мероприятий. Это происходит благодаря государственной поддержке конгрессной индустрии, активной работе региональных органов власти, Торгово-промышленной палаты РФ, территориальных торгово-промышленных палат, конгрессных компаний и отраслевых союзов. Но время не стоит на месте, и российские специалисты отрасли нуждаются в новых знаниях, изучении практического опыта и новых технологиях проведения конгрессных мероприятий. В связи с этим очень актуальным на сегодняшний день является

издание в России специализированного журнала о конгрессной индустрии.

При поддержке Торгово-промышленной палаты РФ мы создали первое в этой сфере отраслевое издание – журнал «CongressTime», который и хотим предложить вашему вниманию. И на ключевой вопрос «Нужны ли конгрессы России?» – через свое видение развития индустрии – отвечают наши авторы и герои номера. Искренне благодарим талантливых преданных своему делу профессионалов, принявших участие в создании этого номера.

Бесценным всегда является практический опыт, идеи, навыки... Особенностью нашего журнала является сочетание теоретических и практических материалов, научных подходов, аналитических обзоров – представленных на основе лучших практик российских и зарубежных специалистов отрасли, приобретенных за многие годы.

Надеюсь, что журнал объединит профессионалов и новичков конгрессной индустрии, специалистов федеральных и региональных органов власти, торгово-промышленных палат, отраслевых ассоциаций и союзов, всех тех, кто заинтересован в создании в России конкурентоспособной, высокодоходной конгрессной отрасли. И хочется верить, что «CongressTime» станет незаменимым помощником специалистам, работающим в конгрессной индустрии. ■

Приветствия



От имени Федерального агентства по туризму приветствую читателей журнала «CongressTime». В современном мире конгрессные мероприятия являются важным фактором расширения межотраслевого диалога и развития межгосударственных отношений. Сегодня можно с уверенностью сказать, что и в России конгрессная индустрия стала одной из перспективных и динамично развивающихся отраслей экономики. Яркий пример этому – существенный рост за последние десятилетия количества конгрессных мероприятий, проводимых в нашей стране.

Россия, обладая огромным конгрессным и туристским потенциалом, а также богатым культурным наследием, является перспективным направлением для делового и конгрессного туризма, способна привлекать гораздо больше иностранных деловых туристов.

Бесспорно, важность информационного сопровождения является одним из основных факторов развития любой отрасли. Поэтому выпуск нового печатного издания – журнала «CongressTime» – это знаковое событие не только для российского конгрессного сообщества, но и для индустрии делового туризма. Уверен, что журнал придаст позитивный импульс формированию конкурентных преимуществ России на мировом конгрессном рынке.

Желаю издателям и читателям журнала успешной и плодотворной работы в деле эффективного развития конгрессной индустрии России и продвижения ее конгрессных и туристских возможностей. ■

Руководитель
Федерального агентства
по туризму
О.П. Сафонов

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of a horizontal line with a loop at the end and a vertical line extending downwards from the center.



От имени Торгово-промышленной палаты РФ приветствую читателей журнала «CongressTime». В настоящее время конгрессная индустрия выступает в качестве эффективного средства обеспечения экономического развития многих стран мира и является одним из важнейших инструментов инновационного развития экономики России.

Торгово-промышленная палата РФ проводит активную работу по развитию конгрессной отрасли в России. По инициативе ТПП РФ была разработана «Концепция развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации», которая одобрена Правительством РФ в 2014 году. Ежегодно оказывается информационно-организационная поддержка около ста пятидесяти конгрессных мероприятий различного масштаба, проводимых в России и за рубежом.

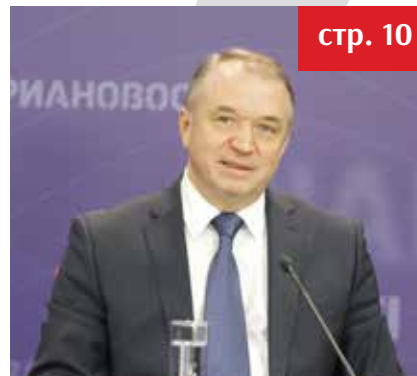
Отрадно, что впервые в России выходит в свет отраслевое издание в сфере конгрессной индустрии – журнал «CongressTime», который, как я полагаю, станет связующим звеном между участниками конгрессного рынка, информационной площадкой для обмена опытом и знаниями и эффективным инструментом для развития конгрессной индустрии в России.

Желаю издателям журнала «CongressTime» продуктивной работы, а читателям – интересных и полезных материалов. ■

Президент ТПП РФ
С.Н. Катырин

- 3 Колонка редактора
- 4 Приветствия
- 8 **Новости конгрессной индустрии**
.....
ГЛАВНОЕ В КОНГРЕССНОЙ ИНДУСТРИИ
.....
- 10 **Нужны ли конгрессы России?**
Интервью с Катыриным С.Н.
Президентом Торгово-промышленной палаты РФ
- 16 **VISIT RUSSIA будет создан уже в этом году**
Интервью с Корнеевым С.Е.
Заместителем руководителя
Федерального агентства
по туризму Министерства
культуры РФ
- 20 **Антикризисные рецепты Астаны**
.....
РЕГИОНЫ И ГОРОДА РОССИИ
.....
- 24 **Конгрессная деятельность в Санкт-Петербурге: тенденции развития**
- 26 **Хабаровский край. Продвижение бренда территории**
- 30 **Приморский край. Развитие делового туризма**
- 34 **Самарская область. Центр культурно-экономического сотрудничества**
- 38 **Малые города: практический опыт компании «Узорочье»**
Интервью с Алексеевой Д.С.
Исполнительным директором
выставочной компании
«Узорочье»
.....
КОНГРЕССНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ПРАКТИКИ
.....
- 46 **Перспективы развития конгрессной индустрии в России**
Интервью с Трофимовым С.Н.
Президентом Группы
предприятий «РЕСТЭК»
- 52 **Тенденции развития индустрии встреч в России**
- 58 **Event-события. Инновационный маркетинговый инструмент**
- 62 **Когда Россия выйдет в лидеры конгрессной индустрии?**
- 66 **Конференционная составляющая деловых миссий**
.....
КОНГРЕССНЫЕ ПЛОЩАДКИ
.....
- 72 **55-летие Экспоцентра: «Демонстрируем будущее»**
Интервью с Бедновым С.С.
Генеральным директором
ЗАО «Экспоцентр»
- 78 **Петербург может стать лидером конгрессной индустрии**
Интервью с Воронковым С.Г.
Генеральным директором
компании «ЭкспоФорум-Интернэшнл»

стр. 10



“ Считаю, Федеральный закон «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации» станет основой правового регулирования конгрессной деятельности в России. Принятие этого закона позволит решить многие накопившиеся в отрасли проблемы. ”

стр. 20



Прямые переговоры и официальные встречи, проводимые в рамках международных экономических форумов, способствуют не только укреплению международных отношений, но и привлечению в страну иностранных инвестиций. Руководство Республики Казахстан активно использует возможности международных диалоговых площадок для строительства экономики нового типа.

82 ГЦКЗ «Россия».
История и опыт
Интервью с Беленьким А.Г.
Художественным
руководителем-
директором ГЦКЗ «Россия»

88 Radisson Blu:
**Новые тренды
на российском рынке**
Интервью с Деборой Хейнс.
Региональным директором по
бренду Radisson Blu в России

94 «Маяк» -
**мероприятия и отдых
на высшем уровне**
Интервью с Липатовой Т.В.
Директором комплекса
отдыха «Маяк»

100 Holiday Inn Самара

**102 BEST WESTERN PLUS Vega
Hotel & Convention Center**

КОНГРЕССНАЯ ШКОЛА

**104 Технология организации
конгрессных мероприятий**

**108 Конгрессная
деятельность.
Термины
и определения**

**110 «Сидел я как-то на
конгрессе...»**
Афоризмы, подслушанные
на конгрессе

**113 Конгрессный
календарь**



стр. 46

“*Сейчас, когда деловое сообщество столкнулось с политическими и экономическими вызовами, именно выставки и конгрессы стали площадкой для налаживания деловых контактов. Активизировалась работа торговых представительств, Центров Международной Торговли – деловое сообщество проявляет интерес и готово сотрудничать.*”



стр. 62

Согласно статистике Международной Ассоциации конгрессов и съездов (ICCA) за 2014 год, первое место в мире среди организаторов конгрессных мероприятий занимают США. Россия же в этом списке занимает лишь 40 место. Возникает вопрос – почему? Ведь в России ежегодно проводится несколько десятков международных конгрессных мероприятий.

Председатель редакционного совета:

Страшко В.П.,
Вице-президент Торгово-промышленной палаты РФ

Заместитель Председателя редакционного совета:

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

Консультант-редактор:

Иванкова Е.Ю.,
главный эксперт департамента выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности Торгово-промышленной палаты РФ, член союза журналистов РФ

Главный редактор:

Ревوشيца Л.П., к.э.н.

Зам. главного редактора:

Зайкова О.А.

Выпускающий редактор:

Мелто Т.Л.

Свидетельство о регистрации СМИ:

ПИ № ФС77-58779
от 28.07.2014 г. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций

Учредитель и издатель:

ООО «КонгрессТайм», г. Москва
Тел.: +7 916 326 17 55
www.congresstime.ru
E-mail: info@congresstime.ru

Реклама:

Пресс-релизы и новости компаний просим направлять:
adv@congresstime.ru

Цена свободная

Отпечатано в типографии:

ООО «Джетта Студио»
Тираж: 5 000 экз.

Издается при партнерстве

Торгово-промышленной палаты РФ

Отчет MPI вселяет надежду на стабильное развитие индустрии встреч



Международная ассоциация работников индустрии встреч (MPI) опубликовала ежеквартальный отчет, в котором указывает, что 2015 год обещает быть годом интеллектуального роста для компаний индустрии встреч и событий отрасли в связи с продолжающимися периодами стабильности и умеренного экономического улучшения. Такие выводы были сделаны на основе опросов специалистов индустрии встреч.

В отчете MPI также приводятся данные, которые указывают, что бюджеты компаний на проведение конгрессных мероприятий увеличиваются по всему миру и это тоже вселяет надежду на стабильное развитие отрасли в 2015 году.

Источник: www.mpiweb.org/meetingsoutlook

Конгресс-Бюро Москвы выпустило сертифицированных специалистов по организации деловых мероприятий

В марте 2015 года Конгресс-бюро Москвы разработало и запустило образовательный проект «Организация делового мероприятия», при разработке которого, с одной стороны, ориентировалось на международные образовательные программы по данной специальности, с другой стороны – учитывало специфические особенности российской индустрии встреч.

Курс был прочитан в двух известных учебных заведениях: Московском государственном институте индустрии туризма им. Ю.А. Сенкевича и Московском колледже управления, гостиничного бизнеса и информационных технологий «Царицыно».

Источник: Конгресс-бюро Москвы, www.moscowcvb.ru

Межгоссовет 2015: итоги и перспективы

11 марта на ВДНХ состоялось заседание Межгосударственного совета по выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности СНГ. На заседании присутствовали члены Межгоссовета – представители Республики Армения, Республики Беларусь, Республики Казахстан, Киргизской Республики, Республики Молдова, Республики Таджикистан и Российской Федерации. В заседании приняли участие руководители Исполнительного комитета СНГ, Российского союза выставок и ярмарок, представители федеральных органов исполнительной власти, посольств, торгпредств, ТПП России РСПП и деловых кругов государств Содружества.

Президент Торгово-промышленной палаты Республики Таджикистан Саид Шариф внес предложение избрать Председателем Межгоссовета Генерального директора ОАО «ВДНХ» Владимира Погребенко, члены Совета единогласно проголосовали за нового Председателя.

Одним из ключевых вопросов заседания было подведение итогов 2014 года и постановка задач на текущий год.

Источник: vdnh.ru Фото: vdnh.ru

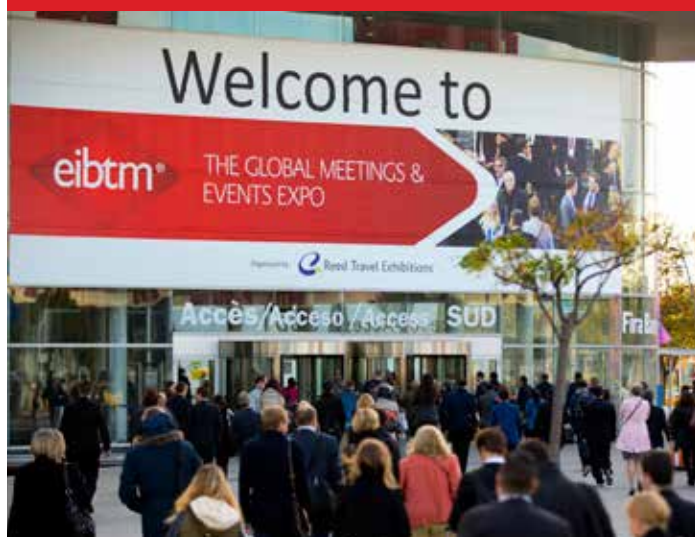


Принята «Концепция развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в РФ»

Распоряжением Председателя Правительства РФ Дмитрия Медведева №1273-р от 10 июля 2014 года одобрена «Концепция развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации» и утвержден план мероприятий по ее реализации. Концепция определяет базовые принципы, цели, задачи и основные направления перспективного развития этого вида деятельности.

Источник: Экспо Ведомости, www.informexpo.ru

Число участников ibtm world 2015 растет



Организатор 27-й международной выставки поощрительных поездок и бизнес командировок ibtm world 2015 (прежнее название EIBTM) подтвердил высокое число повторных заказов после успеха выставки в Барселоне в прошлом году.

Ребрендинг выставки призван привлечь ведущих поставщиков индустрии встреч, в том числе Accor, Corinthia Hotels International, Finland Convention Bureau, Visit Denmark, Iberostar, Kempinski, Monaco, Starwood Hotels, Switzerland Tourism и Visit England к участию в выставке в этом году. Грэм Барнетт, старший директор выставки ibtm world: «ibtm world предоставляет собой идеальную платформу для экспонентов, ежегодно дающую значимые возможности для бизнеса. Некоторые из самых успешных поставщиков используют мероприятие в качестве платформы для презентации основных бизнес-событий и новостей. То, что эти компании участвуют в выставке ежегодно – истинное свидетельство успеха».

Источник: www.expoclub.ru

ИССА опубликовала статистику за 2014 год: Top country – США, Top city – Париж

Международная ассоциация конгрессов и съездов (ИССА) опубликовала статистические данные за 2014 год. В «Топ-10 стран-лидеров по количеству проведенных конгрессных мероприятий за 2014 год» США сохранили верхнюю позицию рейтинга и остались страной номер один по количеству проведенных конгрессных мероприятий за 2014 год (831), Германия (659) и Испания (578) удержали второе и третье место, четвертое место – Великобритания (543), пятое – Франция (533), шестое место – Италия (452), седьмое – Япония (337), восьмое – Китай (332), девятое – Нидерланды (307) и десятое – Бразилия (291).

В рейтинге «Топ-10 городов-лидеров по количеству проведенных конгрессных мероприятий за 2014 год» Париж возглавил рейтинг и остался городом-лидером по количеству проведенных конгрессных мероприятий за 2014 год (214 мероприятий), второе место заняла Вена (202), третье – Мадрид (200). Четвертое место в рейтинге – Берлин (193), пятое – Барселона (182), шестое – Лондон (166), седьмое – Сингапур (142), восьмое – Амстердам (133), девятое – Стамбул (130) и десятое место – Прага (118).

Источник: ИССА, www.iccaworld.com



Нужны ли конгрессы России?

Интервью с Катериным С.Н.
Президентом Торгово-промышленной палаты РФ

Во всем мире конгрессная индустрия является одной из самых динамично развивающихся, высокодоходных и стабильных отраслей экономики. И даже в кризисные периоды не только не уменьшает, а порой даже увеличивает свои объемы благодаря прогнозируемости и внесезонности. А как развивается конгрессная деятельность в нашей стране? Пришло ли время конгрессов в Россию? Об этом мы беседуем с Президентом Торгово-промышленной палаты РФ Сергеем Катериным.



Конгресс-центр ТПП РФ

(г. Москва, ул. Ильинка, д. 6)

Конгресс-центр ТПП РФ расположен в историческом здании рядом с Кремлем. После реставрации зданию возвращен первоначальный облик Московской биржи начала века, гармонично сочетающийся с самым современным техническим оснащением. В конгресс-центре проводятся конференции, симпозиумы, презентации, собрания акционеров и благотворительные вечера.

www.tpprf.ru

Конгрессные площадки ТПП РФ

Добрый день, Сергей Николаевич! Можно ли сказать, что конгрессная деятельность в России развивается?

С.Н.: Более того, можно сказать, что развивается высокими темпами. Даже несмотря на объективные социально-экономические трудности внутри страны и некоторое осложнение международных отношений. Не только Москва и Санкт-Петербург могут претендовать на звание «конгрессных центров» страны. В регионах России активно развивается инфраструктура. Возможностями для проведения конгрессных мероприятий в стране располагают свыше 165 городов: Красноярск, Новосибирск, Нижний Новгород, Сочи, Владивосток, Екатеринбург, Казань и другие.

Торгово-промышленная палата России и сама активно вовлечена в конгрессную деятельность. И как участник, и как инициатор, и как соорганизатор мероприятий.

С.Н.: Да, мы активно участвуем во всех крупных международных конгрессах и форумах России. Там, где на государственном уровне и на уровне политического, экономического сообщества, широкой общественности вырабатывается «дорожная карта» развития нашей страны. Где экспертным сообществом ищутся ответы на ключевые социально-экономические вызовы. Это, в первую очередь, форумы в Сочи, Санкт-Петербурге, Красноярске, Москве.

Совместно с федеральными и региональными органами испол-

нительной власти России, территориальными торгово-промышленными палатами мы проводим системную работу, которая нацелена на стабильное развитие конгрессной деятельности: деловые встречи, «круглые столы», деловые миссии, «дни бизнеса», презентации. В настоящее время конгрессно-выставочной деятельностью активно занимается 91 территориальная палата России. Ежегодно они проводят более 700 мероприятий.

Сергей Николаевич, вот другая сторона медали – по данным Международной ассоциации конгрессов и конференций (ИССА) за 2014 год, Россия занимает 40 место среди организаторов конгрессных мероприятий. Россия до сих пор не

входит в число лидирующих конгрессных центров в мире, состояние и темпы развития конгрессной индустрии пока не отвечают ни потенциалу, ни запросам социально-экономического развития страны. Какие проблемы, по Вашему мнению, мешают стабильному развитию конгрессной деятельности в России?

С.Н.: Недостаточное использование уже существующих конгрессных возможностей; отсутствие должной материально-технической базы и инфраструктуры; недостаточное продвижение конгрессного потенциала регионов и городов России; несовершенство системы информационно-аналитического, научно-методического и кадрового обеспечения конгрессной деятельности, ведомственная разобщенность, а самое главное – несовершенство нормативно-правовой базы в сфере рынка конгрессных услуг. Все это неизбежно затрудняет эффективное развитие конгрессной индустрии в России. Считаю, что Федеральный закон «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации» станет основой правового регулирования конгрессной деятельности в России. Принятие этого закона позволит решить многие накопившиеся в отрасли проблемы.

В феврале 2014 года в Совете Федерации Федерального Собрания РФ состоялись Парламентские слушания, посвященные формированию правовых основ выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности как механизма повышения конкурентоспособности и продвижения отечественных товаров и услуг на внутренний и внешний рынок. С тех пор произошли какие-либо изменения в этом направлении?

С.Н.: Да. Председатель Правительства РФ Медведев Д.А. 10 июля 2014 года подписал Рас-

“ В регионах России активно развивается инфраструктура. Возможностями для проведения конгрессных мероприятий в стране располагают свыше 165 городов: Красноярск, Новосибирск, Нижний Новгород, Сочи, Владивосток, Екатеринбург, Казань и другие. **”**

поряжение №1273-р, которым одобрена «Концепция развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации» и сейчас у нас есть инструмент, позволяющий решать поставленные перед нами задачи.

В настоящее время в России отсутствует информационно-аналитическая система госу-

“ Необходимо создавать информационно-аналитическую систему данных о состоянии и развитии конгрессной индустрии в России. **”**

дарственного статистического учета данных о состоянии, развитии конгрессной индустрии в России и оценки ее мультипликативного эффекта на экономику страны, что затрудняет развитие этой отрасли. Как Вы считаете, какая структура должна вести эту статистику, чтобы данные были объективными?

С.Н.: Я с Вами согласен, сегодня в России отсутствует единая си-

“ Считаю, Федеральный закон «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации» станет основой правового регулирования конгрессной деятельности в России. Принятие этого закона позволит решить многие накопившиеся в отрасли проблемы. **”**

стема статистической отчетности конгрессной отрасли. Разные организации, в т.ч. Федеральная служба государственной статистики России, Министерство экономического развития РФ, некоторые отраслевые ассоциации, а также региональные статистические учреждения, занимаются сбором статистики в сфере конгрессной деятельности по разным показателям, соответственно, мы не имеем объективной картины развития конгрессной индустрии в России. А кто занимается представлением статистических данных по России в международные организации типа ИССА, нам совсем не известно.

Поэтому сегодня очень важно наладить процесс ведения полноценной статистики по развитию конгрессной деятельности в России, а также передачу актуальных данных в отраслевые международные организации. Конечно, желательно, чтобы эта функция была закреплена за одной конкретной организацией. Думаю, что такой организацией могла бы быть Торгово-промышленная палата РФ. Необходимо создавать информационно-аналитическую систему данных о состоянии и развитии конгрессной индустрии в России. В такую систему должны войти данные, которые необходимо отслеживать по своим собственным критериям, а также данные, собранные по критериям международных организаций. Система позволит получить информацию о состоянии конгрессной деятельности в России и оценить ее мультипликативный эффект на экономику России. Благодаря всему этому, я уверен, Россия займет более высокие позиции в рейтингах международных организаций.

За рубежом национальные конгрессные бюро являются эффективным средством повышения имиджа и привлечения в страну различных конгресс-

ных мероприятий. Понимая это, многие зарубежные страны, например, США, Германия, Испания и другие уже создали такие бюро. Как Вы считаете, а России необходимо национальное конгрессное бюро?

С.Н.: Как я уже говорил, Председателем Правительства РФ Медведевым Д.А. была одобрена «Концепция развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации» и утвержден план

мероприятий по ее реализации, который как раз включает вопросы создания Национального конгрессного бюро Российской Федерации. В настоящее время ТПП РФ занимается подготовкой предложений по организации такого бюро.

Если подвести итог нашей беседы, Сергей Николаевич, как Вы считаете, время конгрессов в России пришло?

С.Н.: Думаю, время конгрессов

в России уже идет! Нам необходима консолидация усилий государственных органов власти, регионов и городов, территориальных торгово-промышленных палат и деловых кругов для разработки мер, направленных на создание условий и формирование механизмов, обеспечивающих создание в России конкурентоспособной, высокодоходной конгрессной деятельности.

■ **Ольга Зайкова, Евгения Иванкова**

Ведущие форумы России, проводимые при поддержке ТПП РФ

- Красноярский экономический форум;
- Международный инвестиционный форум «Сочи»;
- Международная промышленная выставка «Иннопром»;
- Международный форум инновационного развития «Открытые инновации».



Конгресс-центр ЦМТ

(г. Москва, Краснопресненская набережная, д. 12)

Центр международной торговли расположен в деловом районе Москвы, в четырех километрах от Кремля, рядом с Центральным выставочным комплексом «Экспоцентр». Единый архитектурный ансамбль ЦМТ Москвы объединяет 3 офисных здания, Конгресс-центр, бизнес-отель Crowne Plaza Moscow WTC и Апартамент-отель «Международная-2». Специализированный Конгресс-центр ЦМТ, дважды победитель профессиональной награды Russian Business Travel & MICE Award в номинации «Лучший конгресс-центр Москвы» – высокотехнологичная конференц-площадка, полностью реконструированная и оснащенная самым современным оборудованием.

www.wtcmoscow.ru

Конгрессные площадки ТПП РФ





Центральный выставочный комплекс «Экспоцентр»

(г. Москва, Краснопресненская набережная, д. 14)

Центральный выставочный комплекс «Экспоцентр» – одна из ведущих выставочно-конгрессных площадок стран Восточной Европы, расположен в деловой части столицы в непосредственной близости от Дома Правительства России.

«Экспоцентр» – это ансамбль архитектурных и инженерно-технических сооружений, отвечающих самым современным требованиям выставочно-конгрессного бизнеса.

Конгрессная деятельность рассматривается в «Экспоцентре» как один из основных приоритетов работы. ЦВК «Экспоцентр» все больше внимания уделяет проведению российских и международных конгрессов и конференций.

www.expoctr.ru

Конгрессные площадки ТПП РФ

Торгово-промышленная палата Российской Федерации (ТПП РФ)

Торгово-промышленная палата Российской Федерации – негосударственная, некоммерческая организация, объединяющая своих членов для реализации целей и задач, определенных Законом Российской Федерации «О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации» и Уставом Палаты.

Торгово-промышленная палата Российской Федерации представляет интересы малого, среднего и крупного бизнеса, охватывая своей деятельностью все сферы предпринимательства – промышленность, внутреннюю и внешнюю торговлю, сельское хозяйство, финансовую систему, услуги.

Торгово-промышленная палата Российской Федерации содействует развитию экономики России, ее интегрированию в мировую хозяйственную систему, созданию благоприятных условий для развития всех видов предпринимательской деятельности.

Цели и задачи деятельности ТПП России:

- содействие модернизации экономики страны, широкому применению инноваций, привлечению инвестиций;
- защита интересов деловых кругов в органах государственной власти и местного самоуправления;
- создание эффективной системы экспертной оценки проектов законодательных и нормативных актов в интересах предпринимателей;
- развитие связей с деловыми кругами зарубежных стран, международными организациями бизнеса;
- содействие качественному разрешению гражданско-правовых споров, развитию третейского разбирательства;
- распространение принципов цивилизованного бизнеса и социальной ответственности в предпринимательской среде;
- формирование позитивного имиджа российских производителей товаров и услуг.

Система ТПП РФ объединяет:

- 178 территориальных торгово-промышленных палат;
- более 200 союзов, ассоциаций и других объединений предпринимателей на федеральном и 500 бизнес-ассоциаций на региональном уровне, представляющих основные секторы российской экономики;
- около 50 тысяч предприятий и организаций различных форм собственности.

В системе Торгово-промышленной палаты России работают 35 комитетов по различным направлениям деятельности и отраслям предпринимательства и более 1000 комитетов, комиссий, советов и других общественных формирований, созданных территориальными палатами.

Торгово-промышленная палата Российской Федерации содействует деятельности более 70 российских деловых советов с зарубежными странами.

Торгово-промышленная палата Российской Федерации – член Всемирной федерации торговых палат, Ассоциации торгово-промышленных палат европейских стран (ЕВРОПАЛАТЫ), Совета руководителей ТПП государств-участников СНГ, Конфедерации торгово-промышленных палат стран АТР, других международных и региональных организаций.



VISIT RUSSIA будет создан уже в этом году

Интервью с Корнеевым С.Е.

Заместителем руководителя Федерального агентства по туризму
Министерства культуры Российской Федерации

Сегодня индустрия делового туризма за рубежом занимает лидирующие позиции в сфере туристической индустрии и является самой высокодоходной и стабильной из всех видов туризма. Ежедневные расходы совершающего деловую поездку путешественника в среднем в три раза превышают затраты обычного туриста. А как обстоят дела с развитием делового туризма в России? На этот и другие вопросы мы попросили ответить заместителя руководителя Федерального агентства по туризму Министерства культуры Российской Федерации Сергея Евгеньевича Корнеева.

Добрый день, Сергей Евгеньевич! Нельзя не отметить, что в последние годы индустрия делового туризма стала одной из самых быстроразвивающихся направлений туризма в России. Этому способствует как стабилизация экономической ситуации в стране, так и повышение делового интереса со стороны российских и зарубежных деловых кругов. Каким потенциалом для развития делового туризма обладает Россия?

С.Е.: Деловой туризм – это одна из динамично-развивающихся и перспективных отраслей в мире. Год от года увеличивается количество конгрессных мероприятий и планировщики мероприятий выдвигают все больше требований к их проведению. Это касается не только конгрессных площадок, оснащенных всем необходимым оборудованием и комфортабельных гостиниц, но также и удобного месторасположения, инфраструктуры, разнообразного кейтеринга. Сегодня мы можем сказать, что Россия соответствует всем этим требованиям.

В России сегодня достаточно залов для проведения мероприятий среднего и малого масштабов. Россия с ее богатым культурным, природным и туристским потенциалом предлагает планировщикам мероприятий большой выбор различных культурных и досуговых программ на любой вкус.

Это и конгрессно-выставочные комплексы, конгресс-центры, конгрессные гостиницы, залы ВУЗов, развлекательные центры, экскурсионно-развлекательные программы на водном транспорте и т.п. Сложнее у нас с конгрессными площадками на три тысячи человек и выше, а также с залами-трансформерами.

Качественное проведение деловых мероприятий в России обеспечивают квалифицированные специалисты, в том числе PCO, DMS, туристические компании

и тому подобные организации. И в последние годы количество таких компаний в России только увеличивается.

“ В России сегодня достаточно залов для проведения мероприятий среднего и малого масштабов. ”

Если говорить о средствах размещения, то в российских регионах и городах представлены все категории отелей: от трехзвездочных гостиниц до шикарных пятизвездочных грандов. Представлены в России и всемирно известные гостиничные сети: Marriott, Hilton, Starwood, Hyatt, Kempinski, Ritz, Four Seasons и др. Практически все гостиничные комплексы предлагают не только комфортабельные условия для проживания, но и имеют широкие возможности для проведения конгрессных мероприятий до 1 тыс. человек.

Сегодня мы можем говорить о том богатом опыте, который имеет Россия по проведению международных встреч, конгрессно-выставочных мероприятий, а также различных культурных и спортивных событий. Это доказывают с успехом проводимые ежегодные форумы: Петербургский экономический форум, Сочинский инвестиционный форум, Красноярский экономический форум и др. Россия с успехом организовала XXVII Всемирную летнюю универсиаду в Казани и XXII Олимпийские зимние игры в Сочи. Зарубежные эксперты отмечают, что Олимпиада, прошедшая в Сочи, считается одной из лучших по уровню организации

“ Мы можем говорить о том, что конгрессная индустрия в России сложилась. ”

за всю историю Олимпийского движения.

Сегодня можно говорить, что многие российские города, в ос-

новном мегаполисы, обладают всеми вышеперечисленными достоинствами, среди них, конечно, Москва, Сочи, Санкт-Петербург, Владивосток и другие. Это, конечно, не все, потенциал России намного богаче. Так что мы можем говорить о том, что конгрессная индустрия в России сложилась.

Как Вы считаете, потенциал бизнес-туризма в России используется полностью?

С.Е.: Очень по-разному. В разных регионах и городах России на разных площадках ситуация разная. Где-то конгрессные площадки загружены полностью, а где-то частично.

Обладая достаточным потенциалом для развития делового туризма, Россия занимает весьма скромное место на международном рынке бизнес-туризма. Как Вы считаете, что мешает России занимать лидирующие позиции на мировом рынке делового туризма?

С.Е.: Первую причину я уже назвал – *недостаточное количество конгрессных площадок*, в том числе для проведения мероприятий крупного масштаба с количеством участников свыше трех тысяч человек.

Вторая причина – *отсутствие координации игроков рынка*.

Третья причина – *совпадение мероприятий по срокам, местам и датам*. Приведу пример Санкт-Петербурга, когда в период белых ночей одновременно проходят несколько крупных конгрессных мероприятий: условно говоря, в одно и то же время проходит и конгресс уфологов, и слет любителей песчаных скульптур и другие мероприятия. И сразу взлетают цены в гостиницах, сразу возникают проблемы с логистикой. Но это проблема не только Санкт-Петербурга, но и Москвы и других крупных городов России. Еще одна причина – отсутствие

маркетинговой концепции продвижения конгрессного потенциала России, а также недостаточное продвижение российским бизнес-сообществом своих конгрессных возможностей.

А какие меры предпринимает Федеральное агентство по туризму Министерства культуры Российской Федерации для решения этих проблем?

С.Е.: Для решения этих и других проблем, конечно, необходима консолидация государственных структур, российского бизнес-сообщества, а также различных отраслевых ассоциаций и союзов. И шаги в этом направлении уже сделаны.

Во многих российских городах за последние годы построены многофункциональные конгрессные центры, многие из них с залами-трансформерами. Новые площадки для проведения деловых и культурно-развлекательных мероприятий появились в Санкт-Петербурге, Сочи и Владивостоке.

Два года назад, когда я возглавлял Департамент туризма и региональной политики Министерства культуры РФ, мы запустили проект «Национальный календарь событий». На сайте проекта собрана информация о проводимых в России деловых, культурных и событийных мероприятиях. Ресурс предоставляет возможность игрокам рынка туристической индустрии разместить свое событие, а туристам запланировать любое мероприятие для посещения. Национальный календарь событий систематизирует различные российские мероприятия по датам и месту проведения, что позволяет избежать дублирования деловых, культурных и событийных мероприятий, проводимых в России. Этот проект Федеральное агентство по туризму, под руководством Министерства культуры Российской Федерации, будет поддерживать и развивать дальше. В бли-

жайшем будущем будет создан национальный туристский портал, на котором будет представлен туристический, конгрессный и культурный потенциал российских регионов и городов.

Распределение иностранных туристов в мире по цели посещения



Источник: данные Всемирной туристической организации (ЮН ВТО) за 2013 год

Нельзя увеличить поток деловых туристов в России, не занимаясь вопросами улучшения имиджа России и продвижения ее туристического и конгрессного потенциала. А какие меры предпринимает Федеральное агентство по туризму Министерства культуры РФ для повышения внутреннего и международного имиджа России?

С.Е.: Конечно, нужна концепция имиджевой политики России как

“ **Прогноз WTTC (World Travel and Tourism Council)**
Объем российского рынка деловых поездок в 2020 году составит \$18,4 млрд. при ежегодном росте на 5,9%. **”**

некий стратегический документ для всех. Это общая задача для нас, органов государственной власти и, конечно, для деловых кругов. Потому что, если российский регион или город пла-

нирует эффективно продвигать свой туристический и конгрессный потенциал, ему необходим алгоритм действий и поддержка федерального уровня.

Повышением имиджа и продвижением туристических и конгрессных возможностей за рубежом занимаются конгрессные бюро. В ряде российских городов уже созданы конгрессные бюро, но до сих пор не создано национальное конгрессное бюро. А планируется ли создание конгрессного бюро России?

С.Е.: Сегодня в мире так принято – когда многие конгрессные площадки участвуют в тендерах на право проведения у себя какого-либо мероприятия, «планировщики» мероприятий рассматривают такие предложения, но не всегда принимают. Они ждут предложений от структуры официально уполномоченной Правительством той или иной территории. Такой структурой является конгрессное бюро страны, региона, города. За рубежом конгрессные бюро функционируют практически в любой стране, во многих городах, даже в небольших поселках. Как правило, это некоммерческие партнерства. Учредителями таких организаций являются правительственные структуры, Торгово-промышленные палаты, конгрессные площадки, отели, транспортные компании. Их цель не зарабатывание денег, а продвижение туристического, конгрессного, инвестиционного потенциала страны, а также услуг бизнес-сообщества и привлечение на свою территорию различных мероприятий. Конгрессные бюро стран, регионов, городов ведут базы планируемых мероприятий, формируют тендерные предложения и участвуют в конкурсах на право организации и проведения международных конгрессных мероприятий на своей территории как офи-

циально уполномоченная Правительством страны или мэрией города структура. Такие предложения рассматриваются «планировщиками» мероприятий серьезно, как гарантия успешного проведения мероприятия в намеченные сроки. Успешно зарекомендовали себя конгрессные бюро Стокгольма, Вены, Дубая и других городов.

Вы знаете, что такие структуры уже созданы и в ряде российских городов, в т.ч. в Москве, Санкт-Петербурге, Сочи, Тюмени, Ярославле. Они активно работают и их деятельность уже приносит определенные результаты.

В России также планируется создание Национального Конгрессного бюро. Это должна быть нейтральная структура, которая сама не является участником рынка, т.е. организатором мероприятий, а она должна как бы быть единым окном, посредником между «планировщиками» мероприятий и российскими компаниями, оказывающими различные услуги по организации и проведению мероприятий. Первым шагом станет создание в этом году Национального маркетингового центра в сфере туризма VISIT RUSSIA. Следующим шагом станет создание на площадке Национального маркетингового центра VISIT RUSSIA отдельной структуры – Конгрессного бюро России, которое будет создано совместно с регионами и городами, ТПП РФ и российским бизнес-сообществом.

Вначале Конгрессное бюро России может быть создано как унитарное предприятие, а впоследствии как некоммерческая организация на основе государственно-частного партнерства. Основная его задача по аналогии с зарубежными структурами – продвижение туристического, конгрессного и культурного потенциала России и привлечение знаковых мероприятий в регионы и города России.

Вопрос создания Конгрессного бюро России планируется обсудить в ближайшее время с российским деловым сообществом,

“ Если российский регион или город планирует эффективно продвигать свой туристический и конгрессный потенциал, ему необходим алгоритм действий и поддержка федерального уровня. ”

и если крупные игроки рынка решат объединиться на такой площадке, то мы готовы сразу приступить к этой работе.

Сегодня перед Ростуризмом стоит задача продвижения туристических и культурных возможностей регионов и городов России. А инструментом может быть и ФГУП VISIT RUSSIA, и Конгресс бюро России, и Туристско-информационный центр. Но это серьезная работа, она требует много сил и времени.

Некоторые специалисты в нашей стране высказывают мнение, что в Россию необходимо привлекать мероприятия только крупного масштаба. А како-

“ Российские компании-члены ИССА
г. Москва: Центр международной торговли, Экспоцентр, Крокус Экспо, Рестэк Ивентс, Евроэкспо, Меди-Экспо, СТО Групп, МАКО, Интурист, Конгресс-бюро Москвы, РуссКом Солюшенс;
г. Санкт-Петербург: Экспофорум, Фарэкспо, Мономакс конгресс, Русские Просторы, Туристско-информационное бюро Санкт-Петербурга, Царь Ивентс;
г. Казань: Казанская ярмарка.

По данным Международной ассоциации конгрессов и съездов (ИССА) на апрель 2015 ”

во Ваше мнение на этот счет? Какие мероприятия стоит привлекать в Россию – только крупные или разных масштабов?

С.Е.: Конечно, разные. Почему только крупные? Для чего нужны мероприятия России? Конечно, для улучшения имиджа страны, создания положительной репутации, а самое главное для загрузки инфраструктуры, увеличения доходной части бюджетов разных уровней и, соответственно, повышения качества жизни россиян. Но если конгрессные площадки проведут одно мероприятие в год, а остальное время будут простаивать, тогда зачем их вообще строить? То же самое и с гостиницами. Приведу пример Стокгольма. Почему я его считаю успешным? Потому что Стокгольм добился практически равномерной загрузки гостиниц в городе и зимой и летом. Летом за счет классических туристов, зимой – за счет деловых. Без этой равномерности дальнейшее развитие невозможно, в том числе и инфраструктуры. Стабильность в загрузке – это главная задача.

Странами СНГ утверждена Стратегия развития интеграционных процессов в области туризма на период до 2020 года, нацеленная на формирование единого туристского пространства государств-участников Содружества Независимых Государств. Одним из эффективных средств интеграции стран СНГ является деловой туризм. А что необходимо сделать, чтобы увеличить поток бизнес-туристов между странами СНГ?

С.Е.: Все, что я сказал раньше. Культурные и деловые связи стран СНГ не разорваны, и их «монетизацией» в хорошем смысле являются деловые мероприятия. Есть такая поговорка – надо чаще встречаться. Для СНГ это очень актуально. Надо чаще встречаться, и неважно, на какой площадке, и по какой теме.

Спасибо за интересное интервью. Успехов Вам в реализации Ваших планов.

■ Ольга Зайкова



На фото: Президент Республики Казахстан Нурсултан Назарбаев с Президентом Швейцарии Дидье Буркхальтером

Антикризисные рецепты Астаны

Прямые переговоры и официальные встречи, проводимые в рамках международных экономических форумов, способствуют не только укреплению международных отношений, но и привлечению в страну иностранных инвестиций. В результате достигнутых договоренностей на высшем уровне, на рынок Казахстана приходят известные компании, тем самым влияя на экономический подъем страны. Руководство Республики Казахстан активно использует возможности международных диалоговых площадок для строительства экономики нового типа.

В контексте Стратегии

Президент Республики Казахстан Нурсултан Назарбаев как опытный и дальновидный политик использует международные саммиты с максимальной отдачей. Прошлогодний визит в Давос не стал исключением.

Встречи, которые проходили в рамках форума отражали не только стоящие перед республикой вызовы, но и перспективы развития, обсуждались реальные шаги, направленные на развитие и диверсификацию казахстанской экономики.

Как отметил Президент Казахстана, он раньше часто бывал на форумах в Давосе, особенно на заре независимости. Казахстан тогда был малоизвестен, требовалось привлечь внимание международного экономического сообщества к стране. И как

показало время, это был плодотворный опыт.

Состоявшийся визит, как пояснил Нурсултан Назарбаев, связан с тем, что в Казахстане принята новая Стратегия развития до 2050 года. Поставлены новые задачи, появилась необходимость встретиться с зарубежными партнерами, «сверить часы» и привлечь инвесторов для строительства новой инновационной экономики.

В целом повестка дня Главы государства была предельно насыщенной. В кулуарах форума Президент РК провел переговоры с несколькими главами государств и руководителем ВЭФ Клаусом Швабом. Состоялись официальные встречи с Президентом Швейцарской Конфедерации Дидье Буркхальтером, председателем Европейской комиссии Жозе Мануэлем Баррозу, директором Всемирной торговой организации Роберто Азеведо, Президентом Европейского банка реконструкции и развития Сумой Чакрабарти, представителями предпринимательских кругов.

В частности, если говорить о бизнесе, Нурсултан Назарбаев обозначил ряд ключевых моментов, на которых необходимо сконцентрироваться.

– Главная задача в том, чтобы транснациональные компании, работающие в добывающей сфере, старались строить у нас сервисные фирмы для своих предприятий. Этот вопрос связан с индустриализацией Казахстана. Мои собеседники подчеркивают важность нашего стремления развивать инфраструктуру: строить автомобильные и железные дороги, порты, аэропорты для перспективного развития нашей страны. В данном контексте прошедшие встречи были весьма значимыми, – сказал Президент Казахстана.

Согласно договоренностям больше внимания будет уделяться бизнесу со стороны Европей-

ского банка реконструкции и развития.

Только по итогам прошлого года пакет проектов по Казахстану составил порядка 450-500 млн. долларов.

Глава ЕБРР сообщил, что банк заинтересован в увеличении финансирования, выделяемого нашей стране. В ходе беседы Глава государства и президент Европейского банка реконструкции и развития рассмотрели ряд перспективных проектов, направленных на развитие инфраструктуры, в том числе – участие в финансировании строительства Большой Алматинской кольцевой автомобильной дороги.

Вызовы будущего

Если тематика форума в Давосе отвечала на главные вопросы дня в теоретическом аспекте, то переговоры Президента Казахстана в рамках диалоговой площадки могли служить иллюстрацией того, как на практике следует решать те или иные проблемы. Ведь вызовов, увы, не становится меньше.

Мировая экономика все еще не вышла на уверенную траекторию подъема. И хотя ученые и эксперты, а также другие авторитетные участники диалога «окрестили» Давосский форум первым после кризиса, это оптимистическое заявление не имеет ничего общего с реалиями. Проблемы как были, так и остаются, разве что периодически меняют место «прописки». Из США и ЕС кризис, как вода в сообщающихся сосудах, перетекает в другие регионы планеты. Обеспокоенность вызывала ситуация, связанная с замедлением роста экономики в странах БРИКС. Для Казахстана это весьма актуально, поскольку республика граничит с двумя участниками организации – Россией и Китаем.

– Особой эйфории по поводу того, что кризис миновал, нет. Трудности еще впереди. В Европейском Союзе главная проблема – это безработица, особенно

среди молодежи, а также скептическое отношение к евровалюте. Для нас также важно состояние российской экономики. Все эти вопросы нас волнуют, поскольку мы являемся частью мирового сообщества, и все происходящее в мире изменения затрагивают и нас. Наша задача – вовремя их уловить и принять соответствующие меры для выхода из возможных трудных ситуаций, – сказал Нурсултан Назарбаев.

Меры, принимаемые на национальном уровне Казахстаном, как и любыми другими государствами – конечно же, не решат проблемы в глобальном контексте. Нужно устранить фундаментальные основы, провоцирующие кризисы. Эксперты, ученые, главы государств предлагают различные варианты решения этой непростой задачи. Нурсултан Назарбаев на саммите G-20 в Санкт-Петербурге в очередной раз озвучил предложения по реформированию мировой финансовой архитектуры. Речь, среди прочего, шла о необходимости внедрения новой наднациональной валюты, которая стала бы законной и демократичной. Но, видимо, не тот нынче климат на политическом небосклоне для рассмотрения столь щепетильных вопросов, да и «ремонт» мировой финансовой системы дело не одного дня...

Поэтому на форуме в Давосе Президент РК, переходя от общего к частному, сконцентрировался на антикризисных рецептах Астаны, уже проверенных и апробированных на территории Казахстана. Это, прежде всего, поиск и привлечение инвестиций.

Инвестициям – зеленый свет

Весьма показательным то, что ранее именно здесь, в Давосе, было инициировано создание Совета иностранных инвесторов при Президенте Республики Казахстан. Открытый прямой диалог позволил многое сделать для улучшения инвестиционно-



Всемирный экономический форум (ВЭФ, World Economic Forum) – международная неправительственная организация. Впервые ВЭФ в формате симпозиума был проведен в 1971 г. в Женеве, собрав более 400 руководителей ведущих европейских компаний. С 1971 г. по 1986 г. организация называлась «Европейский форум менеджмента» (European Management Forum). Основатель и бессменный руководитель форума – профессор бизнес-администрирования Женевского университета Клаус Шваб. Штаб-квартира находится в Женеве (Швейцария).

Главным мероприятием ВЭФ являются ежегодные встречи, которые проводятся традиционно на всемирно известном горнолыжном курорте Давос в конце января – начале февраля (за исключением сессии в Нью-Йорке в 2002 г., проведенной в знак солидарности с США после терактов 11 сентября 2001 г.). В середине 1970-х годов в Давос стали приглашать влиятельных людей со всего мира (членов правительств и лидеров бизнеса), и уже в следующем десятилетии ВЭФ приобрел статус одного из главных событий года. На первых встречах ВЭФ обсуждались вопросы улучшения позиций Западной Европы в конкурентной борьбе. С годами тематика постепенно расширялась, включались политические и экономические вопросы, последствия научно-технического прогресса, проблемы задолженности развивающихся стран. Членами ВЭФ являются около одной тысячи крупных компаний и организаций из более чем 50 стран мира, из них порядка 20 – предпринимательские структуры из России. Типичная компания – член ВЭФ имеет оборот более пяти миллиардов долларов.

го климата в стране. Только за последние пять лет в Республику Казахстан было привлечено инвестиций на сумму более 100 миллиардов долларов. Казахстан получил 63,7 баллов из 100 в рейтинге «Индекс экономической свободы 2014 года», опубликованном американским исследовательским центром «Фонд наследия» совместно с изданием The Wall Street Journal. Республика заняла 67 место из 178 стран, оставив позади Россию, Беларусь, Францию, Ита-

лию, Португалию, Индию и Китай. В Азиатско-Тихоокеанском регионе Казахстан занимает 11 место из 42.

Конечно, при всех позитивных оценках и Казахстан сталкивается с трудностями. О них говорил Президент в феврале 2014 года на расширенном заседании Правительства.

– По всем вопросам инвестиционного климата нам необходимо ввести четкие, прозрачные и предсказуемые правила игры. Чего хотят инвесторы? Их

интересует ряд базовых факторов: стабильность контрактов и законодательства, стабильность в обществе, инфраструктура, энергоресурсы, транспорт, рабочая сила, удобный визовый режим. Все это у нас есть, но не работает, или если работает, то не в пользу инвесторов, – сказал Нурсултан Назарбаев.

Глава государства подчеркнул необходимость создания всех условий для диверсификации инвестиций, чтобы привлекать иностранный капитал в обрабатывающие отрасли, сектор услуг и сельское хозяйство.

Таким образом, государство старается создать все условия для работы инвесторов, но и требует равноценной отдачи от бизнеса. Все ключевые проекты и работа градообразующих предприятий находятся на личном контроле Президента. Вот и в ходе Давосского форума Нурсултан Назарбаев встретился с руководителем «Арселор Миттал» Лакшми Митталом, чтобы обсудить ситуацию, сложившуюся на предприятиях компании: снижение объемов производства и сопутствующее сокращение персонала. Глава государства призвал решать проблемы совместно с казахстанским Правительством. Нурсултан Назарбаев всегда в курсе того, с какими трудностями сталкиваются инвесторы, старается оперативно устранять возникающие на пути бизнеса барьеры. А зарубежный бизнес идет навстречу, голосует деньгами и охотно инвестирует в республику. Компания «Бомбардьер» – одна из тех, кто намерен выйти на рынок Казахстана уже в ближайшее время. Президент РК принял ее руководителя Пьера Бодуэна в Давосе отметив, что у канадского предприятия имеются хорошие возможности для деятельности в нашей стране. Казахстан активно развивает транспортную инфраструктуру под потребности растущей экономики и ему нужны инвесторы,

работающие в сфере авиационного и железнодорожного машиностроения.

Чуть позже, уже в Астане, Нурсултан Назарбаев вновь принял главу «Бомбардьера».

В частности, он выразил заинтересованность в приходе на казахстанский рынок этой известной компании и сообщил о планах создать еще одну отечественную авиакомпанию «Эйр Казахстан», которая будет выполнять внутренние рейсы. Президент также подчеркнул, что, помимо сотрудничества в авиационной сфере, Казахстану интересны проекты и в других секторах транспортной отрасли.

Глава «Бомбардьера» П. Бодуэн заверил, что поставка авиационной техники – это лишь небольшая часть совместной деятельности. Также планируется обучать казахстанских пилотов, строить сервисные центры по обслуживанию самолетов.

Давосский форум, как видим – полезная площадка для диалога как в тактическом, так и в стратегическом плане. Разумеется, не остается в стороне политика.

– Лидеры других стран интересуются моим мнением относительно ситуации и перспектив развития нашего региона. Всех заботят вопросы иранской ядерной программы, урегулирования ситуации в Афганистане и Сирии, события в Украине. В результате взаимного обмена мнениями рождаются полезные предложения и решения, – подчеркнул Президент Казахстана.

Как сказал Нурсултан Назарбаев, форум – это хорошая возможность для встречи с давними партнерами и знакомства с новыми.

Здесь хотелось добавить, что практически каждый глобальный саммит, в котором принимает участие Нурсултан Назарбаев, превращается в круговорот переговоров. С раннего утра и до поздней ночи идут одна за другой встречи – официальные, не-

формальные, и даже на рабочих ужинах, за кулисами продолжается работа. Наверное, только так и можно делать большую политику, когда из сотни малых дел формируется одно большое, обеспечивающее экономический подъем страны, а значит стабильность. Эти два понятия для Казахстана неразделимы. Здесь

понимают, что невозможно проводить демократические процессы, не подкрепив их крепким финансовым базисом. Неслучайно, Президент Нурсултан Назарбаев избрал для Казахстана формулу развития: сначала экономика, потом политика.

■ Владимир Курятов

Давос знаменит не только тем, что собирает на несколько дней наиболее влиятельных людей мира – глав государств и правительств, лидеров мирового бизнеса, видных ученых и экономистов, политологов. Он привлекателен еще и тем, что дает возможность в неофициальной обстановке встретиться политическим оппонентам для обсуждения важнейших политических и экономических проблем. Дискуссии в Давосе уже традиционно во многом определяют проблематику экономического года. В рамках ВЭФ создано и действует множество групп или клубов по профессиональным интересам, в т.ч. клуб крупнейших предпринимателей, группа руководителей компаний и организаций различных секторов промышленности, группа руководителей национальных исследовательских организаций, группа выдающихся деятелей искусств. В последние годы были сформированы объединения «Лидеры завтрашнего дня» и «Пионеры высоких технологий».

Основная форма работы – семинары на самые разные темы. В рамках давосских встреч проводится около 300 пленарных заседаний, семинаров и «круглых столов», а также «мини-встречи в верхах». Протоколов нет, выступления официально не фиксируются, заключительные резолюции не принимаются. С 1979 г. специалисты ВЭФ составляют ежегодный доклад «Глобальная конкурентоспособность», в котором оценивают более чем 140 стран мира по двум главным показателям – индексу потенциального роста и индексу конкурентоспособности. В последнее время ВЭФ стал выпускать дополнительные рейтинги отдельных регионов и секторов экономики. Помимо давосских совещаний проводятся региональные саммиты ВЭФ по Центральной и Восточной Европе, Юго-Восточной Азии, Ближнему Востоку и Северной Африке, а также национальные, страновые встречи, семинары и симпозиумы. Советская делегация впервые приняла участие в ВЭФ в 1987 г. Россия, как суверенное государство, участвует в давосских встречах с 1992 г. С 1994 г. на форуме стали проводиться «русские дни» и именно с этого времени участие в работе ВЭФ стало престижным для российской политической и экономической элиты. В России регулярно проводятся выездные сессии ВЭФ.





Конгрессная деятельность в Санкт-Петербурге: тенденции развития

Яковлев А.А.

Начальник управления развития внешнеторговой деятельности и связей с общественностью Комитета по промышленной политике и инновациям Санкт-Петербурга

Сегодня в мире конгрессная деятельность признана одним из самых действенных механизмов делового информационного взаимодействия и превратилась в перспективную и динамично развивающуюся отрасль экономики. Непосредственно связанная с большинством отраслей экономики, имеющая собственную инфраструктуру, материально-техническую базу, конгрессная деятельность является эффективным инструментом стимулирования деятельности отраслевых ассоциаций, предприятий, научных организаций и органов государственной власти.

Создавая условия для развития конгрессной деятельности, органы государственной власти способствуют развитию городской инфраструктуры и сервисного обслуживания участников конгрессов, росту доходов городского бюджета, формированию имиджа города как международного культурного и делового центра мирового уровня. Особое место, которое Санкт-Петербург занимает как крупнейший мегаполис – субъект Российской Федерации, обладающий высочайшим промышленным, научным и культурным потенциалом, определяет и высокие требования к темпам роста его социально-экономических показателей, обеспечивающих должный уровень развития сре-

ды жизнедеятельности и производства. На этот процесс оказывает огромное влияние активная конгрессная деятельность, которая помимо стимулирования предпринимательской и научной активности, повышения коммерческой эффективности предприятий и организаций города, обеспечивает значительные дополнительные поступления в городской бюджет. Санкт-Петербург, являясь крупнейшим индустриально развитым экономическим регионом Северо-Запада России, занимает второе место после Москвы по количеству проводимых конгрессных мероприятий в стране. Высокий уровень активности организаторов и других участников конгрессной

деятельности обуславливается выгодным геополитическим положением города, развитой многоотраслевой экономикой, финансовой и транспортной инфраструктурой, уникальным историческим наследием. По количеству компаний-организаторов конгрессно-выставочных мероприятий Санкт-Петербург занимает второе место в России: на данный момент функционирует 26 выставочных компаний-организаторов и 5 компаний-организаторов преимущественно конгрессных мероприятий. В Санкт-Петербурге проводится крупнейшее конгрессное мероприятие России – Петербургский международный экономический форум, а также ряд ведущих отраслевых конгрессов и форумов.

Неоднократно наш город гостеприимно встречал мероприятия высшего международного уровня: саммиты G20 и G8, ассамблею Спорт-Аккорд, конгресс Международной Ассоциации по стандартизации, международные конференции МАГАТЭ и АТЭС и многие другие. Хотя по итогам последних лет Санкт-Петербург и обогнал Москву по мировому рейтингу ICSSA, однако, текущее положение явно не соответствует потенциалу города по проведению конгрессных мероприятий.

С целью содействия развитию конгрессной индустрии в феврале 2014 года при участии крупнейших городских операторов конгрессно-выставочного рынка, таких как Рестэк, Экспофорум, Примэкспо, Сивел, Фарэкспо и других, в Санкт-Петербурге был создан конгрессно-выставочный кластер. В рамках кластера предполагается вести системную работу по координации деятельности членов кластера, привлечению и организации крупных конгрессных мероприятий.

Для увеличения количества крупных международных мероприятий в Санкт-Петербурге в июле 2014 года в форме государственного бюджетного учреждения было создано городское «Конгрессно-выставочное бюро». Основной целью деятельности конгрессно-выставочного бюро является развитие конгрессно-выставочной деятельности и соответствующей городской инфраструктуры для повышения привлекательности Санкт-Петербурга как крупного международного и межрегионального конгрессного и делового центра.

Важнейшим фактором развития конгрессной деятельности является наличие соответствующей инфраструктуры. Санкт-Петербург в настоящее время не располагает достаточным количеством полноценных конгресс-центров в современном мировом пони-

мании этого типа недвижимости. Организаторы используют под крупные мероприятия выставочные центры и дворцы города, позволяющие размещать большое количество участников. Однако этим площадкам не всегда хватает ресурсов, чтобы провести встречу на уровне, соответствующем современным международным стандартам. К основным проблемам можно отнести отсутствие возможности установки современного мультимедийного оборудования, отсутствие достаточного числа помещений для секционных заседаний и специальных помещений для переводчиков-синхронистов, что очень важно для международных конферен-

“ По количеству компаний-организаторов конгрессно-выставочных мероприятий Санкт-Петербург занимает второе место в России: на данный момент функционирует 26 выставочных компаний-организаторов и 5 компаний-организаторов преимущественно конгрессных мероприятий. ”

ций и т.д. Конгрессная деятельность и, как следствие, сегмент конгресс-центров в Санкт-Петербурге находится на этапе активного развития. Согласно экспертным оценкам общая площадь всех конференц-помещений Санкт-Петербурга в 2014 году составила 120 558 кв.м, в то время как в 2008 году насчитывалось всего 71 500 кв.м.

Безусловным положительным импульсом стало открытие в октябре 2014 года современного конгрессно-выставочного центра «ЭкспоФорум», который в своих стенах может принимать как крупнейшие выставки, так и конгрессные мероприятия высокого международного уровня в основном конгресс-зале вместимостью более 4 000 человек.

Развитие конгрессно-выставочной деятельности играет одну из ключевых ролей в повышении туристической привлекательности Санкт-Петербурга, укреплении прямых экономических связей с российскими регионами и зарубежными странами. В городе уделяется большое внимание развитию делового туризма. Санкт-Петербург был одним из первых городов России, который стал развивать туризм на плановой основе. Благодаря системному подходу к развитию Санкт-Петербурга как туристского центра в рамках утвержденной Правительством города Программы на 2005-2010 годы, а в настоящее время на 2011-2016 годы, удалось добиться стабильного увеличения туристских потоков в Санкт-Петербург. Реализуются проекты, направленные на обеспечение безопасности туристов в Санкт-Петербурге, такие как «Служба ангелов», Единый информационный «Контакт-центр». С 2009 года законодательно действует режим безвизового въезда на срок до 72 часов для туристов, прибывающих в Санкт-Петербург на международных пароммах. В целом, Правительство Санкт-Петербурга рассматривает развитие конгрессно-выставочной отрасли как одно из приоритетных направлений своей деятельности. В организации и проведении конгрессных и выставочных мероприятий города задействованы многие профильные комитеты городского правительства, целый ряд городских мероприятий получают организационную и финансовую поддержку. Совместная работа исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга, общественных организаций, отраслевых объединений и операторов конгрессного рынка является гарантом дальнейшего успешного развития конгрессной индустрии в Санкт-Петербурге. ■



Хабаровский край

Продвижение бренда территории



Калашников В.Д.

Заместитель Председателя Правительства Хабаровского края – министр экономического развития и внешних связей края

Конгрессная и выставочно-ярмарочная деятельность – актуальный блок и направление работы органов власти в продвижении бренда территории. Сегодня Президент России, Федеральное Собрание и Правительство Российской Федерации уделяют особое внимание Дальнему Востоку, созданию условий для его ускоренного социально-экономического развития. Утверждена государственная программа «Социально-экономическое развитие Дальнего Востока и Байкальского региона», принят федеральный закон «О специальных налоговых ставках для новых инвестиционных проектов, размещаемых на Дальнем Востоке и Байкальском регионе», готовятся дополнительные законодательные и распорядительные решения.

Задача принимаемых документов и практических мероприятий – не только активизировать экономику, развернуть демографический и миграционный баланс в макрорегионе, но и сформировать центр развития Российской Федерации в Восточной Азии.

Но, к сожалению, пока не построена система координации выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности на восточном направлении. Такая система координации должна решать несколько задач: содействовать экспорту российских товаров и услуг на рынки АТР; содействовать привлечению инвестиций, прежде всего на территории опережающего развития; укреплять имидж, экономический авторитет России на Тихоокеанском направлении. Вместе с тем, на Дальнем Востоке пока не сформирована организационная и материально-техническая база выставочно-ярмарочной деятельности международного уровня.

При этом в приграничных с нами территориях Китая, Кореи и Японии налажена и эффективно работает индустрия по организации и проведению конгрессно-выставочных мероприятий на высоком уровне (Big Sight, Tokyo International Forum в Японии, INNO TECH Show, PUSAN International Food Industry Expo; мощные выставочные центры в Пекине, Шанхае, Шэнчжене, Гуанчжоу).

Например, в сопредельной китайской провинции Хэйлунцзян вот уже на протяжении 25 лет успешно проводится крупнейшая в Северо-Восточной части Китая Харбинская международная торгово-экономическая ярмарка. С 2014 года ярмарка приобрела национальный статус. Учитывая ее приграничный с Россией характер, Харбинская ярмарка преобразована в Российско-Китайское ЭКСПО. Благодаря поддержке государства в г. Харбине построен

г. Хабаровск, р. Амур



Хабаровский мост «Амурское чудо»



Площадь Ленина, г. Хабаровск



крупный международный выставочный комплекс. Ежегодно в Харбинской выставке участвуют предприниматели из 70-ти стран мира.

Говоря о России, большой шаг был сделан при проведении в 2012 году саммита АТЭС во Владивостоке. Под мероприятия саммита была создана современная конгрессная инфраструктура мирового уровня, ориентир которой – страны Азиатско-Тихоокеанского региона. Сегодня весь этот комплекс необходимо задействовать на постоянной основе. Поэтому мы поддерживаем решения Правительственной комиссии по вопросам социально-экономического развития Дальнего Востока о проведении на постоянной основе Восточного экономического форума. Предлагаем проведение Восточного экономического форума осуществлять на ротационной основе. На первоначальном этапе площадками для проведения крупномасштабного мероприятия могут стать город Владивосток и столица Дальневосточного Федерального округа – город Хабаровск.

В Хабаровском крае конгрессная и выставочная деятельность имеет свою историю. Сформировалась определенная динамика, инфраструктура этой работы. Сейчас в год в крае проводится 34 выставочных мероприятия различной направленности.

Среди них хорошо зарекомендовали себя «Межрегиональная Приамурская торгово-промышленная ярмарка», выставки «Архитектура, стройиндустрия Дальневосточного региона» и «Пищевая индустрия и сельскохозяйственное производство «Дальпищепром».

Отмечается положительная динамика роста выставочных показателей: по числу выставочно-ярмарочных мероприятий, количеству посетителей, иностранных участников за четыре года наблюдаются ощутимые приросты. Хотя сразу стоит обозначить одну проблему – все еще не налажена система ведения официальной статистики выставочной деятельности на региональном уровне.

Среди конгрессных деловых мероприятий ключевое – Дальневосточный международный экономический Форум, который регулярно проводится, начиная с 2006 г.

Обращаясь к истории, замечаю, что город Хабаровск всегда являлся выставочным центром. В 1899 году в столице Приамурского генерал-губернаторства была устроена первая крупная Амурско-Приморская сельскохозяйственная и промышленная выставка. На выставке была представлена продукция производителей Сибири и Дальнего Востока, а также много места было отведено для показа

товаров, привозимых в край из Японии и Китая.

В 1913 году, в честь 300-летия дома Романовых в Хабаровске открылась знаменитая Приамурская выставка. Она позволяла «осмотреться кругом и подвести итоги тому, что дает Приамурский край, что он имеет и чего ему недостает».

В настоящее время событийных мероприятий такого уровня как Приамурская ярмарка 1913 года явно не достает Дальнему Востоку.

Предлагаем центр конгрессной деятельности на Восточном направлении развивать и укреплять на базе инфраструктуры саммита АТЭС во Владивостоке. Но здесь нет выставочного комплекса международного уровня. Такой выставочный комплекс мы предлагаем сформировать в уникальном месте Дальнего Востока – на острове Большой Уссурийский Хабаровского края.

После окончательной демаркации границы с КНР, по острову Большой Уссурийский проходит государственная граница. То есть сформировался уникальный потенциал приграничного сотрудничества по формату «один остров – две страны». Китайская сторона в 2012 году построила мост на остров со своей части, в октябре 2013 года закончено строительство моста с российского корневого берега. По поручению Президента России в настоящее время готовится концепция развития и совместного освоения острова Большой Уссурийский.

В этой связи надеемся, что наша инициатива получит поддержку со стороны Совета Федерации и Правительства Российской Федерации, что благоприятно скажется на развитии конгрессной и выставочно-ярмарочной деятельности, поднимут авторитет не только Хабаровского края, но и в целом Дальнего Востока России в международном выставочном и бизнес-сообществе. ■

СЗК «Платинум Арена», г. Хабаровск





SILTA·EXPO
информационно-выставочное агентство

Подготовка итоговых отчетов
для организаторов
конгрессных и выставочных
мероприятий

- ◆ разработка структуры
- ◆ разработка дизайн-макета
- ◆ верстка макета
- ◆ предпечатная подготовка

info@silta-expo.com
www.silta-expo.com



Приморский край

Развитие делового туризма



Жур В.В.

Заместитель директора
Департамента туризма Приморского края

Развитие Приморского края и города Владивостока предусматривает активизацию конгрессно-выставочной и событийной деятельности, которая является важным индикатором деловой и культурной активности в городе и регионе и «локомотивом» социально-экономического развития территории, повышения её имиджа на региональном и международном уровне.

Развитие Приморского края, как международного центра деловой активности, рост турпотока и повышение доходности туристской отрасли, привлечение иностранного бизнеса и инвестиций возможно достичь путем развития делового и событийного туризма.

Саммит АТЭС-2012 позволил не только продемонстрировать экономический и инвестиционный потенциал Приморского края для зарубежных партнёров, но и обеспечил рост интереса к Владивостоку как к месту проведения масштабных международных мероприятий.

Сегодня во Владивостоке построены объекты для проведения культурных и спортивных мероприятий мирового уровня – Приморский театр оперы и балета, концертно-спортивный комплекс «Фетисов Арена», вводятся новые отели с конгрессными возможностями, строятся специализированные выставочные площадки, имеется современная инфраструктура для проведения конгрессных мероприятий с числом участников от 1 000 человек и более. Что не менее важно – есть опыт проведения таких мероприятий, а также возможность предоставления услуг для приёма деловых туристов и официальных делегаций любого уровня, вплоть до глав государств.

По количеству и масштабу конгрессно-выставочных и событийных мероприятий Приморский край (г. Владивосток) сегодня занимает одну из лидирующих позиций в Дальневосточном федеральном округе.

Большую роль в привлечении международных мероприятий во Владивосток сыграло поручение Первого заместителя Председателя Правительства Российской Федерации Игоря Шувалова российским министерствам о приоритетном рассмотрении Владивостока как места проведения заседаний межправительственных комис-

Концертно-спортивный комплекс «Фетисов Арена»



Конференц-зал кампуса Дальневосточного федерального университета на о. Русский



Приморский театр оперы и балета



сий и международных форумов. Поэтому закономерно, что в 2013 - 2014 годах мы видим устойчивый рост количества международных конгрессных (официальных) мероприятий, проведение которых во Владивостоке было инициировано российскими федеральными органами власти.

Среди проведенных крупнейших федеральных мероприятий: 21-я сессия Азиатско-Тихоокеанского Парламентского Форума, Азиатско-Тихоокеанский энергетический форум, 4-я Международная встреча высоких представителей, курирующих вопросы безопасности, встреча вице-премьеров РФ и КНР Рогозина Д.О. и Ван Яна, 22-е заседание Постоянного комитета Международной конференции азиатских политических партий и другие. У нас в Приморском крае проводится большое количество специализированных мероприятий, которые организуются на регулярной основе региональ-

ными органами исполнительной власти, отраслевыми ассоциациями и имеют заслуженную репутацию среди профессионалов отрасли (Международный конгресс рыбаков, Дальневосточный региональный конгресс «Человек и лекарство», Международный экологический форум «Природа без границ», Дальневосточный конгресс рестораторов и отельеров, Дальневосточная неделя информационно-коммуникационных технологий «ДАЛЬИНФОКОМ», строительная выставка «Город», специализированная выставка-ярмарка «Приморские продукты питания». Ярким, запоминающимся событием года стал прошедший в начале июня 2014 года на острове Русском Дальневосточный МедиаСаммит, который в дальнейшем также планируется к проведению на регулярной основе.

В Приморском крае ежегодно проводится более 100 научных и научно-практических конфе-

ренций, форумов, симпозиумов, из которых 30 - 40% составляют международные мероприятия и мероприятия с международным участием.

Ежегодно во Владивостоке проходит порядка 30 фестивалей, мастер-классов и культурных мероприятий международного уровня, а также около 10 международных спортивных мероприятий. Среди крупнейших мероприятий 2014 года XII Международный кинофестиваль стран АТР «Меридианы Тихого», Фестивали «Владивостокская крепость» и «День путешественника», XI Международный джазовый фестиваль, фестиваль рок-музыки V-Rox, Международный конкурс молодых дизайнеров «Пигмалион», Международный турнир по самбо, Международные соревнования по восточному боевому единоборству – Кубок Азии (КУДО), Международный турнир по бадминтону «Russian Open Grand Prix».

Саммит АТЭС-2012 позволил не только продемонстрировать экономический и инвестиционный потенциал Приморского края для зарубежных партнёров, но и обеспечил рост интереса к Владивостоку как к месту проведения масштабных международных мероприятий.





Тихоокеанская международная выставка «РИТЕ» проходит на базе кампуса ДВФУ, что позволило в два раза увеличить выставочную площадь. Сейчас стоит задача по максимуму использовать материально-техническую базу, созданную к Саммиту АТЭС-2012 для проведения событийных мероприятий.

Вот уже 19 лет во Владивостоке проводится Тихоокеанская международная туристская выставка «РИТЕ» – крупнейшая туристическая выставка Дальнего Востока России, организуемая Администрацией Приморского края. С 2013 года РИТЕ проходит на базе кампуса ДВФУ, что позволило в два раза увеличить выставочную площадь и значительно расширить масштаб её деловой и культурной программы.

Проводимые мероприятия не только привлекают в Приморский край и город Владивосток зарубежных и иногородних участников, но и являются важнейшим ресурсом для развития делового и событийного туризма – одной из самых высококорентабельных составляющих рынка туризма и гостеприимства.

Сейчас стоит задача по максимуму использовать материально-техническую базу, созданную к Саммиту АТЭС-2012 для проведения событийных меропри-

ятий, а также в ближайшей перспективе – обеспечить загрузку объектов конгрессной недвижимости, которые планируются к вводу в ближайшие годы. Это – две гостиницы «Hyatt» и объекты интегрированной развлекательной зоны «Приморье».

Для решения этих задач создан Туристско-информационный центр Приморского края, который будет заниматься продвижением туристических ресурсов региона.

В рамках Государственной программы Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае» на 2013 - 2017 годы ведётся комплексная работа по формированию позитивного имиджа и повышению узнаваемости Приморского края на внутреннем и международном туристском рынке.

В планах – создание организации, которая бы занималась комплексным маркетингом территории и привлечением в край

международных мероприятий (рассматривается модель «конгресс-бюро»).

Кроме того, большой потенциал развития конгрессно-выставочной деятельности, событийному и развлекательному туризму придаст создаваемая в крае интегрированная развлекательная зона «Приморье». Уже в этом году откроет свои двери посетителям первый отель и казино.

Глава региона В.В. Миклушевский поставил задачу увеличить число туристов до 5 миллионов к 2017 году с последующим увеличением до 10-12 миллионов человек.

И важнейшей составляющей в решении этой задачи должно стать развитие сегмента деловых встреч и событийных мероприятий, которое позволит привлечь в край новые целевые группы туристов, а также повысить узнаваемость региона в России и за рубежом. ■



Самарская область

Центр культурно-экономического сотрудничества

Самарская область является одним из крупнейших регионов Поволжья и занимает выгодное географическое положение, находясь на пересечении важных международных транспортных коридоров «Север-Юг» и «Запад-Восток».

Самарская область имеет достаточно развитую транспортную инфраструктуру (в большей степени соответствующую высокому транзитному потенциалу региона), важнейшими характеристиками которой являются: сеть железнодорожных магистралей, мощные узловые станции железной дороги, развитая сеть автодорог, крупнейший в Приволжском федеральном округе международный аэропорт Курумоч, расположенный

между Самарой и Тольятти. Через Самарскую область проходит федеральная трасса М-5. Также на территории области имеются три крупных речных порта и собственный флот.

В силу исторических особенностей в Самарской области сложились и планомерно развиваются высокотехнологичные автомобильный, аэрокосмический и нефтехимический кластеры, в которых наиболее оптимально сочетаются прикладная

и фундаментальная наука, опытно-конструкторская деятельность и серийное производство современной продукции. Создание на территории Самарской области Особой экономической зоны промышленно-производственного типа – Технопарк в г. Тольятти – способствует территориальной концентрации финансовых, материальных и интеллектуальных ресурсов в регионе, ускорению роста автомобилестроения, транспортного

комплекса, формированию новых конкурентоспособных видов деятельности.

Специфика тематики конгрессных мероприятий нашего региона определяется крупнейшими промышленными предприятиями, такими как ОАО «АвтоВАЗ», Куйбышевская железная дорога – филиал ОАО «РЖД», «САНОРС», нефтехимические и нефтедобывающие производства НК «Роснефть», которые находятся на территории области.

В Самарской области также проводятся масштабные международные мероприятия. Например, в 2007 году в президентской резиденции «Волжский Утёс», расположенной в большом лесном массиве на берегу Жигулёвского водохранилища, состоялся саммит Россия – ЕС, организованный на межгосударственном уровне.

За 29 лет своего существования выставочная компания «Экспо-Волга» организовала более 500 масштабных отраслевых мероприятий. Ключевые направления выставочной деятельности ВК «Экспо-Волга» сегодня охватывают самые значимые элементы жизни каждого человека и общества в целом: промышленность, строительство, здоровье и красота, отдых и хобби, образование, религия. Вместе с тем целью компании является постоянное расширение собственных горизонтов для того, чтобы каждый год максимально полно удовлетворять запросы 200 тысяч посетителей из Самары и других регионов России. И это не столько увеличение числа выставок, сколько качественно новый взгляд на суть выставочного проекта как такового.

В наши дни полноценное выставочное мероприятие невозможно без масштабной деловой программы, использующей различные форматы для создания внутренних отраслевых коммуникаций. В рамках всех выставочных проектов, организуемых

ВК «Экспо-Волга», присутствует конгрессный компонент, который в значительной степени обеспечивает дополнительный приток целевой аудитории, необходимой участникам выставки.

«Задачей номер один для команды ВК «Экспо-Волга» является серьёзное погружение вглубь процесса организации всех наших собственных конгрессных мероприятий, проводимых па-



“ С 2004 года **Андрей Левитан** возглавляет выставочную компанию «Экспо-Волга», которая является крупнейшим выставочным оператором в Самарской области. Под руководством Андрея Левитана ВК «Экспо-Волга» с успехом организует межрегиональные и международные специализированные выставки, конгрессы, конференции и симпозиумы. ”

раллельно с выставками и в рамках оных. Необходимо поднять уровень деловой программы до высоты, превышающей наши самые достойные выставки, чтобы люди могли ориентироваться на форум как на ключевое мероприятие, а на выставку – как на необходимое дополнение, позволяющее найти баланс между формой и содержанием. Ведь выставка – это скорее форма, а деловая программа – это содержание. Такое органичное сочетание формы и содержания даёт прекрасный результат. Сегодня мы активно

работаем над содержанием», – Андрей Левитан, генеральный директор выставочной компании «Экспо-Волга».

Являясь владельцем выставочной площадки и выполняя операторскую функцию, ВК «Экспо-Волга» обладает возможностью мобилизации всех ресурсов для проведения мероприятий любого уровня сложности.

Компетенции и возможности ВК «Экспо-Волга» распространяются далеко за пределы Самарской области. Например, будучи соучредителем Швейцарско-Российского промышленного бизнес-клуба, компания участвовала в организации Российско-Швейцарского форума, состоявшегося в 2013 году в Лозанне (Швейцария). В рамках данного мероприятия предприниматели, инвесторы, государственные деятели и политики двух стран обсуждали актуальные вопросы развития международных отношений в области энергосберегающих технологий, экономики, биотехнологий, фармацевтики, здравоохранения и машиностроения.

Также ВК «Экспо-Волга» выступала партнёром VDW (Объединение немецких станкостроительных заводов) – самой авторитетной отраслевой ассоциации в Германии, объединяющей машиностроительные компании и организующей технические симпозиумы по всему миру. По инициативе VDW «Экспо-Волга» дважды становилась оператором подобных мероприятий на территории России.

Целью симпозиума является обмен опытом и информацией между немецкими, российскими и украинскими специалистами, установление и поддержание деловых контактов, а также проведение переговоров по заключению сделок и сервисному обслуживанию. Среди участников мероприятия – несколько десятков ведущих мировых производителей, таких как LIEBHERR, DMG, EMAG.

С российской стороны в работе симпозиума принимали участие руководители, технические директора, главные инженеры, главные технологи и другие специалисты предприятий автомобильной и авиационной промышленности, двигателестроения и станкостроения. Деловая программа представлена и на международной специализированной выставке «Дентал-Экспо. Самара», которую ВК «Экспо-Волга» проводит совместно с «Дентал-Экспо. Москва» при партнёрстве со Стоматологической ассоциацией России. Одной из ключевых задач ВК

«Экспо-Волга» видит дальнейшее развитие конгрессного компонента своих выставочных проектов и создание цикла отраслевых событий, проводимых в течение всего календарного года с организацией масштабного итогового мероприятия, приуроченного к срокам проведения той или иной отраслевой выставки и составляющей его деловую программу. Реализация этих планов является для команды ВК «Экспо-Волга» не только приоритетной задачей, но и стимулом для дальнейшего развития. Ведь без малого тридцатилетний опыт организа-

ции конгрессно-выставочных и event-мероприятий, профессионализм сотрудников, современная материально-техническая база и индивидуальный подход к каждому клиенту – все эти факторы позволяют выставочной компании «Экспо-Волга» проводить мероприятия любого уровня сложности, которые соответствуют как масштабу экономического потенциала региона, так и уровню международных требований, предъявляемых сегодня к конгрессно-выставочным мероприятиям.

■ Елена Царева



“ Отзыв участника симпозиума VDW:
«Отлично организованный симпозиум собрал наиболее важных представителей промышленности. Он прошёл в дружественной обстановке, несмотря на то, что большинство присутствующих – конкуренты. В перерывах между докладами велась плодотворная работа как с новыми, так и с уже известными покупателями и пользователями станков. Мы надеемся, что потенциальные заказчики получили наиболее полную информацию о продукции немецких станкостроителей и теперь смогут лучше ориентироваться в её разнообразии»
– Дмитрий Акулин, генеральный директор GROB-WERKE GmbH & Co. KG

“ «Проведение столь масштабной стоматологической конференции на Самарской земле – большая честь для нас. Демонстрация передового стоматологического оборудования, расходных материалов и технологических процессов открывает прекрасную возможность внедрения новейших методов диагностики и лечения стоматологических заболеваний. Несомненно, важную роль для развития любой профессии играет деловое общение специалистов. Программа форума представляет интерес как для врачей-практиков, так и для организаторов здравоохранения»
– Геннадий Котельников, ректор СамГМУ, академик РАМН, председатель Совета ректоров медицинских и фармацевтических вузов России, член Правления Российского союза ректоров, председатель Совета ректоров вузов Самарской области, лауреат Государственной премии России, дважды лауреат Премии Правительства России, Заслуженный деятель науки России, доктор медицинских наук, профессор



**ВЕДУЩАЯ
ВЫСТАВОЧНАЯ
КОМПАНИЯ
САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ**

- ▣ ПРОФЕССИОНАЛИЗМ
- ▣ НАДЕЖНОСТЬ
- ▣ КРЕАТИВНОСТЬ



ЭКСПО-ВОЛГА
организатор выставок с 1986 г.



expo-volga.ru



Малые города: практический опыт компании «Узорочье»

Интервью с Алексеевой Д.С.

Исполнительным директором выставочной компании «Узорочье»

В современном мире конгрессно-выставочная деятельность выступает в качестве эффективного средства обеспечения экономического развития и является одной из самых перспективных и динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Почему до сих пор конгрессно-выставочная отрасль России не стала высокорентабельной отраслью экономики России? Как развивается это направление в регионах России? На эти и другие вопросы мы попросили ответить Алексееву Дарью Сергеевну, Исполнительного директора московской выставочной компании «Узорочье».

Добрый день, Дарья Сергеевна! Ваша компания является организатором выставок во многих регионах и городах России. Скажите, когда и где прошла Ваша первая выставка?

Д.С.: Первую выставку «Пасхальный дар» наша компания провела в Москве в 2001 году, это была небольшая православ-

ная выставка. С тех пор многое изменилось. За прошедшие годы наша компания выросла и стала одним из крупных игроков на рынке конгрессно-выставочной индустрии России. За 13 лет нами реализовано более 100 выставок по различным тематикам во многих российских регионах и городах, в т.ч. в Калужской,

Московской, Нижегородской и Ярославской областях, Москве, Владимире, Кирове, Ярославле, Тюмени, Ульяновске, Воронеже и др. География проведения выставок постоянно расширяется. А такие выставки, как «Нижегородский край – земля Серафима Саровского», «Мир и Клик», «Медовый пир» давно стали

«визитными карточками» нашей компании, и нас знают по этим названиям в других, пока ещё не охваченных нами регионах. Сегодня наша компания может организовать конгрессно-выставочное мероприятие практически любой сложности, в любом регионе России.

А какое основное направление деятельности Вашей компании?

Д.С.: Основное направление деятельности нашей выставочной компании – это организация и проведение выставочных, event-мероприятий, а также круглых столов, фестивалей, форумов и конгрессов. Мы можем организовать и провести мероприятие практически любой сложности и любого уровня, от оформления выставочного зала на выставке картин Павла Рыженко в Калуге до организации международного форума пчеловодов в Ярославле. Нашим «коньком», чем мы по праву гордимся, всё же стала организация и проведение православных выставок в малых и средних городах различных регионов России.

А почему Вы выбрали малые и средние города России местом проведения ваших мероприятий?

Д.С.: Сейчас уже можно говорить о том, что проведение выставки действительно стало праздником для городов, ее встречающих. Об этом убедительно свидетельствуют десятки тысяч посетителей на наших выставках. Идея создать региональный выставочный проект «Нижегородский край – Земля Серафима Саровского» в малых и средних городах Нижегородской области принадлежит Митрополиту Нижегородскому и Арзамасскому Георгию. В конце 2007 года он предложил выбрать и провести православные выставки-ярмарки для начала в трех городах Нижегородской области. Мы уже имели опыт проведения выстав-

ки в подмосковном Звенигороде с населением 17 тысяч человек. Поэтому мы почти сразу согласились. Проект стартовал в 2008 году и продолжается поныне. Было охвачено 12 городов области: Арзамас, Павлово-на-Оке, Городец, Лысково, Дзержинск, Кстово, Выкса, Варнавино, Бор, Балахна, Сергач, Семенов.

Экспозиционную программу обычно представляют монастыри, храмы, книжные издательства, ремесленные мастерские, иконописные мастерские более чем из 30 регионов России и из 5 зарубежных стран. Экспозиционная программа православных выставок-ярмарок традиционно сопровождается социально-просветительской, культурно-развлекательной и деловой программами, в них принимают участие церковные структуры, государственные и муниципальные учреждения, общественные фонды, бизнес-структуры. Проводимые ВК «Узорочье» социологические и маркетинговые исследования позволяют выявить предпочтения и проблемы того или иного города. По результатам расставляются акценты и рождаются мероприятия на актуальные темы: круглые столы и семинары, ярмарки и презентации социальных проектов, просветительские беседы, благотворительные акции, фестивали и конкурсы.

За эти годы работы в выставочном бизнесе ВК «Узорочье» при сотрудничестве с местными администрациями и участия представителей из различных регионов прошли следующие социально-просветительские и образовательные проекты: «Малые города России», «Страна ремесел», «Город мастеров», «СМИ и современное общество», «Семья 21 века», «Развитие волонтерского движения в регионах России», «Православие в современном мире», «Имидж современных российских предпринимателей», «Поддержка тюремного служе-

ния в регионах России», «Свобода быть трезвым», «Мир здоровья», «Здоровья и спасения». Такие тематические программы объединяют усилия представителей разных заинтересованных сторон: бизнеса, государственных учреждений, церкви, общественных организаций.

Православные выставки в малых и средних городах пока являются уникальным явлением в современном выставочном движении и остаются исключительно прерогативой Нижегородской земли.

Являясь ярким культурным, экономическим и социальным событием в жизни города, выставка-ярмарка становится одним из возможных внебюджетных источников развития туризма и рекреации малого города. В малых городах практически не проходят выставочные мероприятия. Выставка – это событие, это праздник для всего города и многие руководители городов это понимают и готовы поддерживать нас. Когда ты понимаешь, что такое мероприятие как выставка интересно местной власти, и она тебя начинает поддерживать, то мероприятие становится более интересным, насыщенным для жителей. От этого выигрывают все – жители, от того, что получают настоящий праздник, власть получает возможность заявить о себе, о своей деятельности на более высоком уровне, наша компания получает новые связи, контакты и возможность более широкого пропагандирования своей деятельности в других регионах. Когда цели организаторов и принимающей стороны совпадают, то и получается праздник, который мы всегда с радостью и с удовольствием дарим людям.

А планирует Ваша компания развивать конгрессное направление?

Д.С.: В последние годы мы стали немного отходить от проведе-

ния просто выставок-ярмарок, потому что почувствовали, что местному населению хочется не просто что-то купить на ярмарке, но и интересно участвовать в деловой и культурной программах, которые предлагаются всем желающим на ярмарке. Поэтому мы пытаемся сделать акцент не просто на ярмарках, но сделать их насыщенными деловыми и культурными мероприятиями. Мы уже провели ряд таких мероприятий, среди них – Международный форум пчеловодов «Медовый форум» (г. Ярославль), Межрегиональный молодёжный туристско-краеведческий форум «Мой край – моя гордость!» (г. Арзамас) и другие. На этих мероприятиях участники и посетители могли принять участие в культурных и просветительских программах-фестивалях, круглых столах, конкурсах, мастер-классах, концертах, кинопоказах, благотворительных акциях. Как правило, эти мероприятия мы проводим при поддержке и в тесном сотрудничестве с администрациями регионов и городов, региональными епархиями, различными организациями, в т.ч. социальной защиты, образования, здравоохранения, молодёжными организациями, СМИ. Такие выставки имеют успех в любом регионе. Мы планируем и дальше развивать это направление.

Что касается проведения только конгрессных мероприятий, то сейчас мы ищем интересные темы и просчитываем проведение нескольких конгрессных проектов, но опять же, в регионах России.

Сегодня инфраструктура конгрессно-выставочной отрасли многих крупных городов России не всегда отвечает международным требованиям, не говоря уже о малых городах. С какими проблемами Вы сталкиваетесь при проведении сво-

их мероприятий в малых городах, где порой отсутствует должная инфраструктура, как их решаете?

Д.С.: Основная проблема, с которой нам приходится сталкиваться в малых и средних городах России – это отсутствие выставочных площадок. В таких случаях мы используем мобильные павильоны, которые выглядят как полноценные выставочные павильоны, при этом сохраняют все преимущества мобильных быстро собираемых сооружений. Возведение тентовых павильонов площадью в десятки тысяч квадратных метров в недельный срок на открытых площадках городской черты является недорогим решением серьезной проблемы малых городов – отсутствие масштабных помещений для проведения выставок и других массовых мероприятий, в том числе и международных.

А Вы не пробовали арендовать какую-либо площадку и сделать стационарную выставку?

Д.С.: Пробовали. В мае 2014 года наша компания в городе Калуга планировала создать стационарную выставочную площадку, примерно как «Крокус Экспо» в Москве. Организовывать там постоянно какие-то выставки, мероприятия, концерты. Мы арендовали первый этаж торгового центра, который был построен под торговлю и запланировали на этой базе создать конгрессно-выставочную площадку на 1000 кв.м. Через полгода мы были вынуждены заморозить этот проект. Достаточно дорогая эксплуатация самого здания, отсутствие логистики, расположение здания в промышленной зоне города, удалённость от центральных маршрутов общественного транспорта, отсутствие поблизости от здания остановок общественного транспорта, непригодность здания под конгрессно-выставочную деятельность, несколько неудобная

планировка с низкими потолками и колоннами, всё это сделало наш проект нерентабельным. Как говорится – на ошибках учатся.

С какими ещё проблемами Вы сталкиваетесь при проведении ваших мероприятий в малых городах России?

Д.С.: При организации выставочных мероприятий проблем всегда хватает с избытком. Одна из немаловажных проблем при проведении выставки-ярмарки – это низкая платёжеспособность местного населения. Поэтому в одном городе мы можем провести не более двух выставок в год. Существует ещё одна, общая для этого вида бизнеса проблема – это отсутствие добросовестной конкуренции в бизнесе. Сегодня в России разработан Кодекс профессиональной этики РСВЯ, один из пунктов которого гласит, что за два месяца до мероприятия и один месяц после мероприятия, в городе нельзя проводить выставочные мероприятия с одинаковой тематикой. Как вы понимаете, это соглашение не всегда действует, особенно в регионах. В крупных городах с населением более 500 тысяч жителей, ещё можно организовать и провести две выставки одновременно со схожей тематикой, но в малых и средних городах это становится проблемой. И я считаю, необходима государственная координация в этом вопросе. Следующая проблема – это частое нежелание местных товаропроизводителей участвовать в выставках. Они не понимают, зачем им брать стенд, тратить на это большие средства компании, зачем нужно себя презентовать на выставке, когда у них есть небольшое количество постоянных клиентов, которых они обслуживают, и им на жизнь вполне хватает этих средств. Все сложившиеся для них условия работы их устраивают вполне, и дальше развиваться они особо



и не хотят. Когда мы проводим выставки в регионах и городах, мы всегда оставляем несколько выставочных мест, стендов для местных товаропроизводителей, но, как правило, чаще всего, эти места не заполняются. Презентации компаний, заключение долгосрочных договоров в малых городах не работает вообще. Чтобы переломить такую неправильную ситуацию, нам приходится проводить обучающие семинары, объясняя местным товаропроизводителям в малых городах, почему им необходимо участвовать в выставках и какие преимущества они получат от этого.

Вот пример из нашей практики. В городе Калуга мы проводили выставку свадебных товаров и аксессуаров – «Красная горка». Была проведена большая работа по привлечению местных производителей. Мы обзвонили

многие компании, встречались с ними, рассказывали им о преимуществах участия в выставке, но, тем не менее, у нас не было ни одного участника из Калужской области.

Падение курса рубля и повышение курса доллара и евро в этом году стало для нас еще одной проблемой. В Нижнем Новгороде с 5 по 11 декабря наша компания провела очередное выставочное мероприятие, мы застроили площадь 6 тыс. кв.м. По заранее поданным заявкам для участия в выставке были заявлены более 300 участников, но из-за санкций Запада многие компании отказались участвовать в выставке.

Ну и, пожалуй, самая главная проблема, с которой нам приходится сталкиваться при проведении наших мероприятий в малых городах России – это отсутствие поддержки местных органов власти. Местные власти

в ряде малых городов не всегда поддерживают таких организаторов, как мы. Зачастую они даже с неким подозрением относятся к организаторам выставок. Когда местная власть заинтересована в развитии города, тогда с ней легко договориться, но если некоторым чиновникам это просто не интересно, то ничего не получится. Можно, конечно, что-то предлагать, делать, но всесторонней поддержки от города всё равно не получишь.

В настоящее время в Российской Федерации действует 38 выставочных комплексов. Большая часть выставочных площадей располагается в Москве (62%) и Санкт-Петербурге (11%). На долю остальных регионов России приходится 27% общего количества выставочных площадей. Выставочные центры в основном строят в крупных го-

родах, а как Вы считаете, нужны ли конгрессно-выставочные центры малым городам?

Д.С.: В настоящее время конгрессно-выставочные площадки в малых городах почти отсутствуют, их там просто нерентабельно строить, они не так востребованы, как в крупных городах, да к тому же отсутствует финансовая поддержка на государственном уровне. Малые города не финансируются так, как крупные и средние города России.

Во всём мире конгрессно-выставочная деятельность является одной из высокорентабельных отраслей мировой экономики. Как, по Вашему мнению, почему конгрессно-выставочная деятельность России не является высокодоход-

ной отраслью экономики страны? Какие проблемы мешают её эффективному развитию? Ваши предложения по улучшению этой ситуации.

Д.С.: Что касается законодательства, то здесь вроде бы всё хорошо. Принят ряд законов, способствующих эффективному развитию конгрессно-выставочной деятельности и поддержке малого бизнеса. К сожалению, как часто это бывает в нашей стране, на практике большинство этих законов просто не работает.

Например, по закону, компании малого бизнеса могут получить субсидии на возмещение ряда затрат, но на практике это сделать нереально. Пример нашей компании. Два года назад наша компания купила машину для перевозки выставочного оборудова-

ния. Мы подали документы на получение субсидии на возмещение части расходов по лизингу, но до сих пор ни копейки не получили. Необходимо было собрать огромную папку подтверждающих документов, потом выяснилось, что документы не так заполнены, потом выяснилось, что справки не те принесли и так далее. Не проще ли создать специализированный центр, который мог бы оказывать помощь не только при оформлении документов, но и оказывать какие-то другие консалтинговые услуги компаниям малого бизнеса при получении субсидии.

Если продолжить тему субсидирования, то оказывается, многие компании малого бизнеса в регионах России вообще не знают о программах субсидирования. Когда мы приглашаем регио-



нальные компании поучаствовать в выставке, многие товаропроизводители говорят нам, что это дорого. Мы начинаем объяснять, что существует прекрасная программа по получению субсидий и оказывается, что они об этой программе ничего не знают. Может быть, стоит проводить какие-то обучающие семинары для представителей регионального малого бизнеса, как это делается, например, в Москве, где схема получения субсидии уже отработана, созданы центры поддержки малого бизнеса, которые помогают в оформлении документов, оказывают юридические консультации.

Еще одна проблема, с которой сталкиваются такие компании, как наша – это организация участия иностранных компаний в наших выставках. Здесь проблем столько, что их все и не перечислить! Проблемы начинаются с оформления виз, оформления бухгалтерских документов. Мы приглашаем иностранных участников на наши мероприятия в регионы и города России. Прежде всего, долго оформляется виза, затем по прибытии мы должны их зарегистрировать в миграционной службе и так далее. Хорошо, в Москве мы знаем, где находится миграционная служба. В регионах и городах мы не всегда знаем, где она расположена, и есть ли вообще в этом городе, а не где-то далеко от того населенного пункта, где проходит наша выставка. Конечно, иногда нам всячески помогает местная власть, когда мы проводим мероприятия совместно с ними.

Для эффективного развития конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации необходима достаточная обеспеченность профессиональными кадрами высокой квалификации. Каких специалистов недостаточно сегодня в конгрессно-выставочной отрасли России? Соответствуют ли вы-



пускники ВУЗов требованиям работодателей?

Д.С.: Отсутствие квалифицированных специалистов в конгрессно-выставочной сфере – это на сегодняшний день большая проблема в нашей стране. Если в больших городах многие компании конгрессно-выставочной отрасли заинтересованы в повышении квалификации своих сотрудников, кроме того, этого требует рынок, то они получают второе высшее образование в отраслевых ВУЗах, посещают курсы повышения квалификации, семинары, тренинги. В регионах же многие специалисты региональных компаний не имеют профессионального образования, работают методом проб и ошибок. Их работодатели особенно не стремятся повышать квалификацию своих сотрудников,

не желая тратить большие деньги, зачастую не понимая, зачем им это нужно.

Что же касается таких компаний, как наша – организаторов конгрессно-выставочных мероприятий, то нам сегодня сложно найти такой курс, который бы обучил, как организовать и провести выставку, отвечающую международным требованиям. Поэтому мы вынуждены готовить специалистов сами. Мы пробовали, отправляли своих сотрудников отдела продаж на семинар «Эффективное участие в выставочной деятельности», но в основном этот и другие подобные семинары рассказывают о том, как участвовать в выставках, а не как их организовывать. Нам нужны образовательные программы для специалистов-организаторов конгрессно-вы-

ставочных мероприятий. Конечно, легче и дешевле компании брать неопытного специалиста, у которого есть профессиональное образование, но, к сожалению, учебные заведения России не готовят таких специалистов. Поэтому мы вынуждены обучать специалистов своими силами, как мы это называем – методом «подсидки». Когда к нам приходят молодые специалисты, мы сначала обучаем их теоретическим основам, потом ведём их на выставки и показываем, как это всё работает на практике. У нас в компании для молодых специалистов разработаны инструкции, что нужно делать в той или иной ситуации, проводятся обучающие семинары, мастер-классы. Насколько я знаю, многие компании, наши коллеги поступают также.

В какой государственной под-

держке нуждается малый бизнес конгрессно-выставочной отрасли России? В каких формах может быть оказана эта поддержка?

Д.С.: Поддержка нужна на всех уровнях и в разных формах.

В последние годы много говорится о повышении имиджа России. Как Вы считаете, конгрессно-выставочная деятельность может способствовать формированию положительного имиджа России, ее регионов и городов?

Д.С.: Конечно. Конгрессно-выставочные мероприятия – отличный инструмент маркетинга в любой стране, в том числе и в России. И, конечно же, России необходимо эффективно использовать такое средство, как конгрессы и выставки для улучшения своего имиджа в мире,

для продвижения своего возрастающего потенциала.

Как, по Вашему мнению, нужно ли России национальное конгрессное бюро?

Д.С.: Да, если конгрессное бюро не будет дублировать функции РСВЯ, а будет содействовать продвижению услуг компаний конгрессно-выставочной индустрии. В этом случае мы готовы стать членом такой организации, предложить свои знания и опыт.

Благодарим Вас за беседу. И желаем Вам и вашей компании в новом году больших творческих успехов в таком непростом, но нужном нашей стране деле.

■ **Ольга Зайкова**





ВЫСТАВОЧНАЯ КОМПАНИЯ **УЗОРОЧЬЕ**



ЧЛЕН
РОССИЙСКОГО
СОЮЗА ВЫСТАВОК
И ЯРМАРОК



Основным видом деятельности **выставочной компании «Узорочье»** является организация выставочных, event мероприятий, а также круглых столов, фестивалей, форумов и конгрессов любого вида сложности.

На протяжении 13 лет Компания организует специализированные выставки и конгрессные мероприятия в Нижегородской, Ярославской, Ивановской, Ульяновской, Тюменской, Кировской, Воронежской, Владимирской, Московской и Калужской областях.

Структура компании:

Дирекция выставочно-ярмарочных проектов – набор экспонентов, участников мероприятий, разработка концепций, бронирование площадей, работа с подрядчиками.

Управление конгрессов и event мероприятий – написание программ, сценариев, продвижение мероприятий в специализированной аудитории, набор спикеров, докладчиков, написание программ, работа с подрядчиками.

Технический отдел – IT-обеспечение выставки, сбор и обработка заявок на стандартное строительство, монтаж демонтаж оборудования.

Отдел рекламы и маркетинга – разработка и реализация рекламных кампаний.

С мая 2011 года ВК «Узорочье» является членом МТПП, с июня 2012 года является членом Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ), с апреля 2014 года – членом Калужской торговой промышленной палаты (КТПП).



Приглашаем Вас к сотрудничеству!

По вопросам организации экспомероприятия обращаться:
Исполнительный директор – Алексеева Дарья Сергеевна
+7 495 730-5966, 926 996-3902, uzor_dasha@mail.ru

www.vk-uzor.ru



На страницах нашего журнала в рамках рубрики «Конгрессная индустрия в лицах» мы представляем вашему вниманию лидеров отрасли, деятельность которых способствует развитию индустрии и служит достойным примером для многих.



Перспективы развития конгрессной индустрии в России

Интервью с Трофимовым С.Н.

Президентом Группы предприятий «РЕСТЭК», к.э.н., членом совета директоров Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI), членом президиума Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ)

Геополитические реалии установили новые правила жизни для российского бизнеса. Тема новых горизонтов и позитивных прогнозов сменилась трендом «как сохранить и не потерять». По каким принципам продолжается жизнь в конгрессно-выставочной отрасли? Как конгрессно-выставочные площадки продолжают привлекать посетителей? Об этих и других вопросах мы поговорили с Президентом Группы предприятий «РЕСТЭК» Сергеем Николаевичем Трофимовым.

Сергей Николаевич, каким образом выставочно-конгрессная индустрия компенсирует текущий общеэкономический спад?

С.Н.: Безусловно, в 2014 году рост выставочно-конгрессной отрасли в России замедлился по сравнению с предыдущими периодами. Согласно прогнозам участников и экспертов рынка, эта динамика сохранится и в 2015 году. Среди основных трендов можно отметить уменьшение запросов со стороны международных заказчиков, запросов из стран Европы и Северной Америки, сокращение крупных городских событий, снижение количества мероприятий в целом и т.д. В частности, по данным Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ) в текущем году падение продаж выставочных площадей составит 8-9%.

При этом есть и положительные тенденции. Так, например, увеличилось количество запросов и совместных мероприятий со странами Азии, Ближнего Востока, Латинской Америки. С появлением дополнительных возможностей на внутреннем рынке стали более активно вести себя российские компании.

Участники стали более тщательно подходить к выбору проектов, ориентируясь на их эффективность с точки зрения результативных контактов. Поэтому все более востребованными становятся форматы, инструменты и технологии, которые позволяют выстроить отношения с деловыми партнерами и клиентами на площадке мероприятия. По 25-летнему опыту ГП «РЕСТЭК» можно отметить несколько возможностей, в которых участники проявляют все большую заинтересованность: Биржа Деловых Контактов (система назначения деловых встреч), формат «конфекс» (от англ. «confex» = conference + exhibition, сочетание конференции и выставки), а также предоставление более

широкого спектра медиа-инструментов в рамках подготовки и участия в мероприятиях.

Сейчас, когда деловое сообщество столкнулось с политическими и экономическими вызовами,

“ Сейчас, когда деловое сообщество столкнулось с политическими и экономическими вызовами, именно выставки и конгрессы стали площадкой для налаживания деловых контактов. Активизировалась работа торговых представителей, Центров Международной Торговли – деловое сообщество проявляет интерес и готово сотрудничать. **”**

именно выставки и конгрессы стали площадкой для налаживания деловых контактов. Активизировалась работа торговых представителей, Центров Международной Торговли – деловое сообщество проявляет интерес и готово сотрудничать. Выставочно-конгрессные мероприятия помогают выстроить конструктивный диалог. Например, Петербургский Партнериат: проект поддерживает малый и средний бизнес, способствует налаживанию взаимодействия

“ По данным ВНИЦ R&C, объем выставочно-ярмарочного рынка России в 2013 году составил 0,93 млрд долл., что делает Россию шестым по величине выставочным рынком в мире. Российский сектор конгрессов, конференций и деловых встреч оценивается международными экспертами в более чем 500 млн евро в год. **”**

бизнеса из разных регионов и стран. В 2015 году в рамках Партнериата было проведено рекордное для события количество встреч в рамках Биржи Деловых Контактов с участием предста-

вителей из России, Болгарии, Венгрии, Гонконга, Финляндии и других государств – 1260.

Каким Вы видите будущее выставочно-конгрессной деятельности в России? Существует ли потенциал для дальнейшего развития или сейчас тот период, когда стоит переключиться на сохранение и поддержание того, что уже создано?

С.Н.: Сегодня в мире выставочно-конгрессная деятельность признана одним из самых эффективных механизмов делового информационного взаимодействия, и превратилась в перспективную и динамично развивающуюся отрасль экономики. В современных условиях она становится важным инструментом мобилизации интеллектуального потенциала при обсуждении вопроса, связанного с развитием страны, мира, социально-экономической, научной и культурной сфер.

По данным Выставочного научно-исследовательского центра R&C, объем выставочно-ярмарочного рынка России в 2013 году составил 0,93 млрд долл., что делает Россию шестым по величине выставочным рынком в мире. При этом доля выставочной отрасли в валовом внутреннем продукте России составляет 0,044%. Это меньше, чем в большинстве крупных европейских стран. Так, в Великобритании доля выставочной отрасли в ВВП составляет 0,072%, во Франции – 0,061%, в Германии – 0,051%. Это свидетельствует о значительном потенциале развития российского выставочного рынка.

Российский сектор конгрессов, конференций и деловых встреч оценивается международными экспертами в более чем 500 млн евро в год. Необходимо отметить, что в рейтинге Международной ассоциации конгрессов и конференций (ICCA) среди ведущих стран по проведению конференций и конгрессов Россия



Группа предприятий «РЕСТЭК» www.restec.ru

Основана в 1990 году, является одним из лидеров сферы выставочных и ивент-услуг в России и за рубежом. На протяжении 25 лет ГП «РЕСТЭК®» успешно осуществляет профессиональную деятельность на рынках B2B, B2C и B2G, активно взаимодействует с федеральными и региональными государственными структурами и профессиональными ассоциациями, ежегодно проводит более 450 выставочно-конгрессных и деловых мероприятий. Отличительная черта ГП «РЕСТЭК®» – эффективная интеграция и активное сотрудничество предприятий группы.

Основные направления деятельности:

- организация собственных выставок и конгрессов в России и за рубежом (РЕСТЭК EXHIBITIONS);
- организация и проведение деловых мероприятий в России и за рубежом (РЕСТЭК EVENTS);
- медиа-поддержка и сопровождение мероприятий, консалтинговые услуги (РЕСТЭК MEDIA);
- управление выставочно-конгрессными площадками (РЕСТЭК VENUE MANAGEMENT).

Офисы: Санкт-Петербург, Москва, Екатеринбург.

Партнерские офисы: Великий Новгород, Нижний Новгород, Пермь, Самара, Ростов-на-Дону, Краснодар, Сочи, Новосибирск, Хабаровск, Иркутск.

Официальные представительства: Гонконг, Хельсинки.

занимает только 40-е место; среди ведущих конгрессных городов мира Москва стоит на 68-м месте, а Санкт-Петербург – на 79-м, пропустив вперед лидеров отрасли – Париж, Мадрид и Вену. При этом согласно базе данных ICSSA на 2014 год, в России в ближайшие несколько лет потенциально можно организовать более 8000 конгрессов только с участием международных ассоциаций.

Свидетельством того, что выставочно-конгрессная индустрия растет и реализует свой потенциал, является и развитие материально-технической базы. За последние годы введены в эксплуатацию или планируются к вводу новые выставочно-конгрессные комплексы. Например, в 2013-2014 гг. введены в эксплуатацию специализированные площадки в Санкт-Петербурге,

Воронеже, Новгороде, Красноярске, Уфе. До конца 2015 года будут открыты новые объекты в Ростове-на-Дону и Краснодаре. Таким образом, в России существует большой потенциал для дальнейшего развития выставочно-конгрессной индустрии. Сегодня участники рынка и государство все чаще говорят об этом потенциале с точки зрения повышения инвестиционной привлекательности страны и регионов.

В частности, в январе 2015 года на Евразийском Ивент Форуме (EFEA), главном отраслевом событии года, одной из ключевых стала тема «Роль событийного маркетинга в привлечении инвестиций в экономику региона/страны». Эксперты в области маркетинга территорий, руководители профильных комитетов субъектов федераций и представители отраслевого сообщества поделились мнениями на тему западных санкций и оптимальных путей развития бизнеса в рамках ивент отрасли. В сессии приняли участие представители власти, руководители ведущих российских и зарубежных компаний.

Москва и Санкт-Петербург традиционно занимают ли-

дирующие позиции в выставочно-конгрессной отрасли. Какие-то другие российские города могут в перспективе стать успешными в индустрии?

С.Н.: Выставочный научно-исследовательский центр R&C в январе 2015 года представил рейтинг Событийного потенциала российских городов. Это уникальный опыт для российской ивент индустрии. В мировой практике, как правило, подобные рейтинги строятся от обратного. Например, в рейтинге городов и стран мира ICSSA, который я уже упоминал, за основу берется только один фактор – количество проведенных мероприятий в городе/стране.

ВНИЦ R&C использует для построения рейтинга многофакторный анализ. В качестве основы были взяты рейтинги привлекательности городов, составленные такими специализирующимися на данном виде деятельности структурами, как Институт территориального развития Урбаника, Агентство стратегических инициатив и Forbes. Первоначальной задачей в построении рейтинга было отобрать 30 городов России, в наибольшей степени подходящих для жизни, бизнеса, а также обладающих необходимой инфра-

структурой и ресурсами. Москва и Санкт-Петербург были исключены из всех рейтингов целенаправленно, так как позиции двух столиц и так не вызывают никаких сомнений. По итогам рейтинга 2015 года в первую пятерку городов вошли Сочи, Екатеринбург, Казань, Красноярск и Нижний Новгород. Событийный рейтинг был представлен на Евразийском Ивент Форуме в Санкт-Петербурге. Многие участники выразили заинтересованность в его результатах и отметили его важность для построения диалога с местными государственными структурами по вопросам развития отрасли.

Сергей Николаевич, какими Вы видите решения имеющихся проблем отрасли?

С.Н.: Одна из основных целей сегодня – сохранение конкурентоспособности компаний, регионов и страны в целом на событийном рынке. Это возможно

за счет создания национального бренда и ориентации на импортозамещение.

Национальный бренд – это узнаваемый образ страны или региона, который объединяет в себе ее ключевые компетенции в области производства товаров и услуг, науки, образования, культурных традиций, природных ресурсов и т.д. Его создание возможно в том числе за счет объединения усилий федеральных, региональных органов исполнительной власти и бизнеса для качественного усиления и повышения эффективности маркетинга, продвижения, рекламы туристских возможностей России на внешнем и внутреннем рынках; совершенствования инфраструктуры; проведения деловых мероприятий для профессионалов туристической и СМИ; организации и оптимизации объединенных выставочных экспозиций.

Усилия по созданию и позицио-

Выставочный научно-исследовательский центр R&C (ВНИЦ R&C)

www.rnc-consult.ru

Единственная в России компания, предоставляющая полный спектр маркетинговых и консалтинговых услуг в ивент индустрии. В портфеле ВНИЦ R&C услуги отраслевого консалтинга, маркетинга, организации и проведения мероприятий для предприятий и компаний индустрии встреч.

Подробная информация о рейтинге Событийного потенциала регионов России: на сайте ВНИЦ R&C в разделе «Публикации и исследования».



нированию бренда страны включают большую организационную работу. Необходимо отметить, что это должна быть совместная деятельность государства и участников рынка. В создании такого бренда должны быть заинтересованы все. Преимущества сильного национального бренда очевидны: это и создание устойчивого имиджа страны на международном рынке, и поддержка местных компаний, и дополнительные возможности для привлечения инвестиций. Ориентация на импортозамещение также может рассматриваться как инструмент формирования бренда внутри страны, что немаловажно. Этот компонент успеха отрасли складывается в том числе за счет расширения линейки выставочных проектов, проводимых в регионах, поддержки отечественных производителей, поддержки предприятий малого и среднего бизнеса, активного продвижения российских участников за рубежом, совершенствования выставочного продукта с точки зрения дополнительных сервисов (конгрессы, конкурсы, Биржа Деловых Контактов, культурная программа и т.п.), совершенствования системы управления в компаниях отрасли.

Как Вы считаете, в каких формах государственной поддержки нуждаются такие компании, как ГП «РЕСТЭК», чтобы увеличить количество конгрессно-выставочных мероприятий, проводимых в России?

С.Н.: Необходимо понимать, что выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность – это самостоятельная отрасль. Она создает налогооблагаемую базу, участвует в формировании ВВП, создает рабочие места, а значит, как и любая другая отрасль требует самостоятельного нормативно-правового регулирования. Сегодня со стороны государства предпринят ряд мер по реше-

нию этого вопроса. В частности, при поддержке участников рынка была разработана и одобрена Правительством РФ «Концепция развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в РФ», а также утвержден план мероприятий по ее реализации. В субъектах Российской Федерации подготовлен ряд нормативных документов по выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, в частности, концепций и программ развития. В настоящее время разрабатывается концепция федерального закона «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации». На очереди разработка федеральной целевой программы «Развитие

“ Важным элементом координации и усовершенствования государственной поддержки событийной отрасли является создание конгрессных бюро с целью организации активной маркетинговой деятельности по продвижению возможностей страны и отдельных регионов на международном и внутреннем рынках. **”**

выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации на период до 2020 года».

Важным элементом координации и усовершенствования государственной поддержки событийной отрасли является создание конгрессных бюро с целью организации активной маркетинговой деятельности по продвижению возможностей страны и отдельных регионов на международном и внутреннем рынках. Успешный опыт уже есть у Москвы, в 2014 году конгресс-бюро было также создано в Санкт-Петербурге. Его деятельность направлена на формирование концепции развития Санкт-Петербурга как одной

из ключевых конгрессных дестинаций мира.

Также необходимо отметить уникальный опыт Северной столицы по созданию выставочно-конгрессного кластера, в рамках которого ведется активная совместная работа государства и участников рынка по созданию эффективной и конкурентоспособной отрасли.

Следующим важным шагом в развитии индустрии станет создание Национального конгресс-бюро. Это некоммерческая организация, признанная органами местного самоуправления в качестве представителя страны на рынке международных встреч. Она выполняет важную функцию, выступая основным связующим звеном между международными ассоциациями и городом.

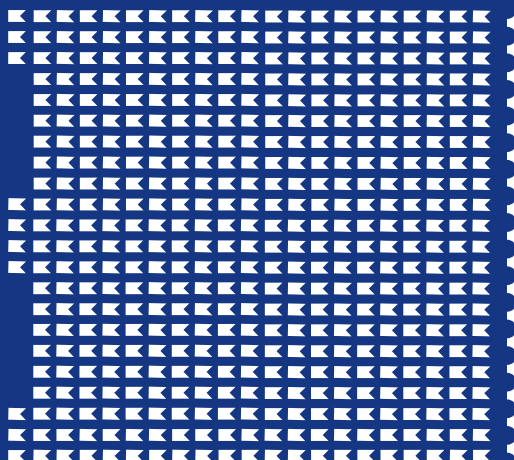
Одной из успешных форм взаимодействия государственных структур и участников рынка может быть государственно-частное партнерство, которое позволяет сохранять государственный контроль и привлекать частный сектор на условиях компенсации затрат и разделения рисков, обязательств, компетенций. В России уже есть примеры успешных проектов на основе ГЧК, в частности, развитие аэропорта «Пулково» в Санкт-Петербурге. При этом я бы хотел еще раз отметить, что ивент-отрасль в России обладает огромным маркетинговым потенциалом, который можно и нужно использовать для популяризации этой деятельности и привлечения внимания к нашим проблемам. Объединив свои усилия, сами участники рынка могут решать очень многие вопросы.

■ **Каролина Петрова**

руководитель проекта Event-live.ru – первой в России социальной сети для профессионалов индустрии встреч



ОРГАНИЗАЦИЯ И КОМПЛЕКСНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ
МЕРОПРИЯТИЙ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ



> 450

ВЫСТАВОЧНО-КОНГРЕССНЫХ
МЕРОПРИЯТИЙ ЕЖЕГОДНО

РЕСТЭК EXHIBITIONS

B2B, B2C выставки | ярмарки | конгрессы | конференции | форумы
мастер-классы | круглые столы

РЕСТЭК EVENTS

организация мероприятий | инсентив программы | деловой туризм
дизайн и строительство стендов | деловые миссии

РЕСТЭК MEDIA

комплексная медиа поддержка мероприятий | исследования
и консалтинг | издательская деятельность | отраслевые социальные
сети | информационные порталы и клубы

РЕСТЭК VENUE MANAGEMENT

комплексное управление выставочно-конгрессными площадками

8 800 550 63 50

бесплатный звонок по России

www.restec.ru



Тенденции развития индустрии встреч в России

Евгения Рашбам

Директор по развитию Международного Агентства Конгрессного Обслуживания (МАКО), организатор Российского Форума Индустрии Встреч

Еще год назад как российские, так и зарубежные эксперты прогнозировали бурный рост конгрессно-выставочной деятельности и международного делового туризма на территории Российской Федерации. Однако на сегодняшний день очевидно, что обостренная ситуация на международной политической арене и последовавший за ней экономический кризис резко изменили вектор развития индустрии встреч. Как меняется рынок MICE и что ждет его участников?

Динамика и структура рынка делового туризма

Индустрия встреч – одно из самых перспективных направлений развития экономики, которое неизменно демонстрирует миру положительную динамику роста. По данным WTTC (World Travel and Tourism Council) и ICCA (International Congress and Convention Association), российский рынок делового туризма к 2020 г. вырастет до \$18,4 млрд. Отрасль, зародившаяся на Западе, в России приобрела популярность относительно недавно, в 90-е годы – с появлением в стране первых международных компаний и представительств зарубежных фирм. Сейчас рынок деловых встреч в РФ демонстрирует рост в среднем на 6% ежегодно. По данным Комитета по туризму и гостиничному хозяйству г. Москвы, только российскую столицу в прошедшем 2014 г. посетили около 5,6 млн туристов (что на 1,6% больше по сравнению с прошлым годом), причем более половины из них преследовали в ходе поездки деловые цели. Однако повышение спроса последние годы непрерывно сопровождается замедленными темпами развития мировой экономики, что значительно влияет на рынок деловых путешествий, приводит к сокращению расходов компаний на бизнес-услуги. В условиях жесткой конкуренции и сложной экономической ситуации решающим фактором процветания компаний индустрии становятся не только хороший сервис, но и гибкая ценовая политика агентов и диверсификация услуг.

На сегодняшний день планку стандартов индустрии встреч задают и «внутренние» российские клиенты, ориентированные на высокий уровень сервиса, представленный на Западе. Генеральный директор Международного Агентства Конгрессного Обслуживания (МАКО) Светлана Плиева, комментируя сложившуюся ситуацию, отмеча-

ет: «Еще каких-то 5 лет назад от таких компаний, как МАКО, требовалось лишь технически безупречно организовать мероприятие клиента за его же средства. Сейчас же запросы клиентов выше, а, следовательно, и сфера деятельности гораздо шире: мы предоставляем консультации по формированию научно-практической и деловой программы мероприятий, услуги по привлечению дополнительных инвестиций, продвижение мероприятий и многое другое. Более того, многие компании переросли понятия PCO (Professional Congress Organizer) и DMC (Destination Management Company) и берутся за все более масштабные проекты. Наше агентство, например, в ходе работы выявило

“ В структуре рынка деловых встреч в России по-прежнему преобладают корпоративные мероприятия и поездки: 45% приходится на индивидуальные и групповые деловые туры, 40% – на посещение отраслевых выставочных мероприятий, 10% – конференции и конгрессный туризм, 5% – инсентив-туры. **”**

необходимость развивать еще и направление менеджмента ассоциаций (Association Management Company), а это уже не только ведение всех мероприятий одного клиента в качестве ключевого агента, но и юридическое и бухгалтерское обслуживание ассоциаций, их продвижение и фандрайзинг».

В структуре рынка деловых встреч в России по-прежнему преобладают корпоративные мероприятия и поездки: 45% приходится на индивидуальные и групповые деловые туры, 40% – на посещение отраслевых выставочных мероприятий, 10% – конференции и конгрессный туризм, 5% – инсентив-туры. При этом многие

эксперты индустрии отмечают готовность компаний работать с любым из перечисленных направлений: «Сегмент PCO and incentive, конечно, немного смешался, – подтверждает Татьяна Шабарина, директор по развитию ООО «Конкорд-БизнесСервис». – Это связано с объективными реалиями рынка – для конкретного заказчика все делают всё».

Развитие корпоративного направления

Кроме внешних факторов – высокого уровня спроса и конкуренции – на корпоративные мероприятия влияют и внутренние факторы компаний. «Корпоративные мероприятия, увы, претерпевают серьезные изменения в сторону упрощения, – говорит Сергей Князев, основатель и генеральный продюсер праздничного холдинга «КнязевЪ». – Причина тому банальна – выбор поставщиков праздничных услуг во многих компаниях передали из HR-отделов в отделы закупок. Как только «хозяйственники» взялись за решение, какими будут праздники, они вместо непонятного им креатива ввели совсем иные критерии: чем больше и дешевле, тем лучше. Такой подход к организации праздников напрочь убил творчество в работе ивент-агентств».

Александр Шумович, управляющий партнер, директор коммуникационного агентства Eventum Premo, смотрит на изменения в бюджетировании более оптимистично: «В настоящее время cost-эффективность в организации мероприятий возрастает. Все чаще используется специальный софт, справочные сайты и сервисы бронирования, что позволяет снижать количество посредников и, соответственно, общий объем комиссии. Многие физические вещи, как, например, материалы конференций, буклеты, переносятся в интернет. Все это приводит к снижению финальных прямых



Международное Агентство Конгрессного Обслуживания (МАКО) – профессиональный организатор конгрессных и корпоративных мероприятий. Это команда опытных и прогрессивных специалистов, оказывающая полный цикл услуг по организации и проведению мероприятий:

- работа с участниками, программой и площадкой;
- привлечение спонсоров, продвижение в СМИ и в Интернете;
- трансферы, гостиничное размещение и экскурсионное обслуживание участников.

Миссия МАКО – помочь организаторам достичь успеха, обслуживая их мероприятия на самом высоком уровне. В портфолио компании входит несколько десятков российских и международных мероприятий численностью от 50 до 5000 человек.

Направления деятельности компании:

- проведение конференций, конгрессов, семинаров и других мероприятий для научных и бизнес-сообществ в России и за рубежом;
- организация корпоративных мероприятий: деловые, обучающие, развлекательные мероприятия и праздники.

С 2014 года «МАКО» – член профессиональных ассоциаций организаторов мероприятий: ICCA (International Congress and Convention Association), Московская торгово-промышленная палата, а также аккредитованный партнер Конгресс-бюро г. Москвы в категории «Профессиональный организатор деловых мероприятий».

затрат. С другой стороны, участники мероприятий становятся все более искушенными. Для того чтобы произвести впечатление, организаторам приходится использовать все более сложные инструменты воздействия на аудиторию. Сами мероприятия становятся сложнее, используются сложная техника, дополнительные ресурсы вовлечения участников. А это приводит к появлению новых строк расходов в бюджете мероприятий».

В других сегментах корпоративных мероприятий – событийном

маркетинге, рекламных и PR-акциях – наметилась ориентация на масштабные мероприятия с ярко выраженной социальной направленностью. «Мы наблюдаем стойкий прирост заказов на проведение культурно-массовых мероприятий в городских парках и на площадях не только под традиционные календарные праздники, но и вовсе без привязки к торжественным дням, – отмечает Сергей Князев. – Всё чаще в моё PR-агентство поступают заявки на разработку крупномасштабных фестивалей, конкурсов,

шоу-программ, например таких как: Фестиваль фейерверков, Фестиваль света, Фестиваль шоколада и подобных им. Отрадно, что часто эти массовые праздники проходят при поддержке департаментов мэрии Москвы и иных крупных городов».

Продвижение российских дестинаций

Действительно, в последние годы все сильнее ощущается внимание к индустрии встреч со стороны администраций городов и регионов. Положительная динамика роста количества мероприятий и притока бизнес-туристов в регионы является результатом, с одной стороны, сложившейся геополитической ситуации и экономического кризиса, а с другой свидетельствует об успешной работе туристических офисов и конгресс-бюро в таких городах, как Екатеринбург, Казань, Ярославль и других. Так, по данным Комитета по внешним связям Администрации города Екатеринбурга, за последние три года общее число мероприятий выросло на 40% и составило порядка 500 конференций и форумов ежегодно. Общая же численность участников за этот же период увеличилась на 120% и достигла уровня более 150 тыс. человек. Значительно выросло число крупных мероприятий, насчитывающих более 1000 участников.

На сегодняшний день свыше 165 городов России располагают возможностями для проведения конгрессных мероприятий. При этом на долю Москвы и Санкт-Петербурга по-прежнему приходится 75-80% всего рынка делового туризма страны. В июле 2013 г. в столице было учреждено Конгрессно-выставочное бюро, которое с начала 2014 года ведет работу по привлечению более 40 мероприятий международных ассоциаций с численностью участников от 100 до 10 000 делегатов. «Помимо привлечения между-

народных мероприятий и представления конгрессно-выставочных возможностей города на международной арене, мы активно развиваем партнерское взаимодействие с научным и бизнес-сообществом, участниками конгрессно-выставочной отрасли города Москвы. В 2014 году был проведен анализ экономического вклада проводимых в городе мероприятий, запущены проекты по сбору статистики, программа аккредитации участников рынка, начато внедрение программ подготовки молодых специалистов в области организации деловых встреч и конференций», – комментирует Ксения Бойкова, генеральный директор Конгрессно-выставочного бюро г. Москвы.

По информации Центра Международной Торговли г. Москвы, в столице функционируют около 30 конгрессных и выставочных площадок различной вместимости. Только в прошлом году состоялось открытие нового конгресс-парка в составе гостиницы Рэдиссон Ройял Украина с количеством посадочных мест до 2200 человек, а также ведется строительство киноконцертного зала на 4000 мест на территории ММДЦ «Москва-Сити», которое завершится к 2016 г. 7 октября 2014 года открылся первый в Санкт-Петербурге конгрессно-выставочный центр международного уровня «ЭкспоФорум», способный принимать международные мероприятия масштабом до 10 тыс. человек. Также рядом международных гостиничных операторов планируется введение в строй в период до 2018 г. порядка 18 гостиниц, которые предложат рынку современные конференц-залы различной вместимости. «В течение ближайших 5 лет предложение высококлассных конференц-площадок в Москве и регионах России будет планомерно увеличиваться, что повлечет за собой усиление конкуренции и повышение качества

оказываемых услуг», – сообщает Вера Ионина, директор конгресс-центра ЦМТ г. Москвы.

Российский форум индустрии встреч – площадка для обмена опытом профессионалами MICE

Растущий интерес к услугам РСО- и ДМС-компаний в России неизбежно ведет к качественному развитию индустрии. Специалисты индустрии начинают приходить к пониманию того, что добиться поставленных задач гораздо проще, объединив усилия и направив их на создание и укрепление положительного имиджа страны и ее регионов. С этой целью создаются новые платформы для общения, обмена профессиональным опытом и знаниями. Одной из ярчайших площадок последних лет стал Российский Форум Индустрии Встреч.

Так, в 2014 году Форум посетили 230 участников, прозвучали выступления 46 ведущих российских и зарубежных экспертов. В кулуарах Форума поднимался вопрос о готовности отрасли к предметному диалогу – все еще многие игроки рынка не готовы делиться секретами и ноу-хау, но год за годом и эта тенденция меняется в сторону большей открытости. Все сходятся во мнении, что развитие индустрии

напрямую зависит от уровня квалификации ее участников. Как отметил гуру индустрии встреч, генеральный директор MICE Knowledge, в прошлом преподаватель бизнес-факультета Гринвичского университета Роб Дэвидсон, также принимавший участие в Российском Форуме Индустрии Встреч в прошлом году, современные мероприятия требуют более комплексного подхода и для их организации и обслуживания требуются профессионально подготовленные в различных областях специалисты.

23-24 марта 2015 года в Центре международной торговли г. Москвы прошел третий Российский Форум Индустрии Встреч, главными темами которого стали антикризисный менеджмент, продвижение мероприятий, работа со спонсорами и маркетинг территорий.

Проблема образования в индустрии

Вопрос образования в индустрии на академическом уровне поднимался в рамках одного из круглых столов Российского Форума Индустрии Встреч 2014. По словам Алексея Даниловича Чудновского, доктора экономических наук, профессора и директора Института управления на транспорте, индустрии туризма и междуна-





родного бизнеса Государственного университета управления, в целом уровень MICE-образования в России весьма средний. Во-первых, нет образовательных стандартов, и ответственность за уровень подготовки ложится на вузы. Во-вторых, после появления высшего образования в сфере туризма оно быстро стало престижным, и сейчас только ленивый не готовит специалистов в этой области. Из-за этого общий уровень качества подготовки упал.

MICE является достаточно узкой специальностью, но при этом требует владения дисциплинами из самых разных областей. Доктор Рудольфо Муско, президент компании Motivation & Events, среди необходимых наук называет маркетинг, психологию, неврологию, социологию и драматургию. «Небольшой пример: в каждой группе от 5 и более человек присутствуют как минимум 4 психотипа. Это означает, что корпоративная программа должна включать различные виды деятельности, чтобы все участники мероприятия были активно задействованы», – поясняет доктор Муско.

Еще одной проблемой является также несоответствие уровня подготовки выпускников потребностям работодателей. Сей-

час качественное образование в сфере делового туризма и индустрии встреч предлагают всего несколько государственных учебных заведений по всей России, остальное ложится на плечи самих компаний уже в ходе рабочего процесса. Тем не менее, эксперты в области образования прогнозируют увеличение количества специализированных программ: «Рынок MICE-образования будет постепенно расти. Но этот рост требует инвестиций от компаний, являющихся потребителями подготовленных нами кадров, – говорит профессор Чудновский. – ГУУ старается наладить связь с крупными компаниями, привлечь их к процессу подготовки выпускников. Таким образом, у работодателей появляется возможность готовить кадры под свои индивидуальные потребности, а у студентов – получить трудоустройство».

Ближайшие перспективы

Председатель Российской Ассоциации бизнес-туризма Вадим Зеленский, проанализировав данные по загрузке столичных гостиниц, сделал вывод об отрицательной динамике въездного бизнес-туризма: «В среднем на начало 2015 г. поток иностранцев, прибывающих в столицу с деловыми целями, упал на 10-15%, из которых около 70% –

европейцы и американцы. Количество деловых мероприятий, которые проходят в Москве, также сократилось».

«Совершенно очевидно, что санкции и политическая ситуация не могли не коснуться потока туристов, в частности, иностранцев, которые едут в столицу с бизнес-целями», – говорит вице-президент Федерации рестораторов и отельеров России Вадим Прасов. При этом в целом он делает оптимистичный прогноз: «У Москвы есть потенциал и ресурсы для развития туризма. Бизнес-поток в столицу как в деловой центр не прекратится». По информации агентства городских новостей «Москва», участники рынка отмечают, что ухудшение ситуации во многих отелях Москвы связано не только с падением потока делового туризма, но и с изменением валютного курса. Большинство московских отелей высокой категории («четыре» и «пять» звезд), главным клиентом которых и является бизнес-турист, представлены иностранными брендами и их прибыль переводится в иностранную валюту. С учетом резкого падения курса рубля их доходность упала практически на 50%.

Тем не менее, многое в отрасли зависит не только от валютного курса и политической ситуации, но и от самих участников рынка. «2015 год предстоит достаточно сложным. Для успешной деятельности в сфере организации деловых мероприятий от игроков рынка индустрии встреч, помимо традиционно значимых компетенций, таких как гарантия бюджетной эффективности, ориентация на цели и задачи клиента, потребуются совершенствование своих компетенций в области понимания ключевых направлений развития региона в целом, науки, образования, отраслей промышленности», – считает Ксения Бойкова. ■

**Международное Агентство
Конгрессного Обслуживания**
- профессиональный организатор
деловых и научных мероприятий.

Наши услуги

Менеджмент мероприятий

Составление программы, работа с участниками, подготовка площадки, бухгалтерия, кейтеринг.

Менеджмент ассоциаций

Привлечение новых членов, финансовый менеджмент, управление персоналом и проектами, мероприятия «под ключ», фандрайзинг.

Маркетинг, PR

Фандрайзинг, привлечение участников, работа со спонсорами, продвижение в СМИ и интернете.

Туристическая логистика

Гостиничное размещение, транспортное обслуживание, экскурсионное обслуживание, визовая поддержка, грузоперевозки.

Наша миссия – обеспечивать качественный сервис конгрессных и корпоративных мероприятий, повышая имидж заказчиков и привлекая инвестиции в перспективные проекты.

МАКО 
www.makongress.ru

Организуем мероприятия, опираясь на наш опыт, профессионализм и предоставляя обслуживание высшего качества!



Event-события Инновационный маркетинговый инструмент

Сергей Князев

Владелец и генеральный продюсер event-холдинга «КнязевЪ»

Деятельность по организации праздников уже давно выделилась в самостоятельный бизнес, однако она прочно связана с маркетингом и PR. На основе чего происходит пересечение данных областей, и чем оно полезно для задействованных сторон? Это очень хороший вопрос, так как он вскрывает суть инструмента под названием «событийный маркетинг».

Сейчас сфера организации праздников представляет собой мощную индустрию, предлагающую частным или корпоративным клиентам широкую палитру красивых форм проведения различных мероприятий.

Накопив немалый опыт и вырастив армию высококлассных специалистов по организации мероприятий, ивент-агентства стали более организованными и структурированными. Всё меньше таких коллективов, где ивенторы занимаются всем сразу, выступая в роли многостаночников, которые делают сегодня свадьбу, завтра корпоративный праздник, а потом PR-акцию. Теперь на ивент-рынке пришло время специализированных агентств, выбирающих себе определенное направление деятельности. Например, сейчас есть агентства, занимающиеся исключительно свадьбами, хорошо развиваются агентства, специализирующиеся только на организации корпоративных праздников и, наконец, выделились высокопрофессиональные агентства, способные решать серьезные маркетинговые задачи при помощи организации масштабных праздников и элитарных презентаций.

Агентства, взявшие курс на событийный маркетинг, то есть способные устроить масштабную или локальную PR-акцию, да еще с привлечением медийных персон и прессы, это уже своеобразная элита на рынке ивента. В таких агентствах работают самые профессиональные кадры, понимающие КАКИМИ праздниками можно решать задачи своих клиентов по продвижению на рынок новых товаров или услуг, КАКИМИ событиями можно укреплять бренд или раскручивать новую торговую марку и многое другое.

Пересечение таких областей, как маркетинг и реклама с организацией праздников возникло от того, что настоящие маркетологи давно уловили связь между по-

зитивными эмоциями целевой аудитории, которые возникают на празднике с повышением лояльности к тому или ино-

“ Сейчас сфера организации праздников представляет собой мощную индустрию, предлагающую частным или корпоративным клиентам широкую палитру красивых форм проведения различных мероприятий. ”

му продукту/услугам. Именно праздники и яркие креативные презентации рассматриваются в наши дни как наиболее эффективная альтернатива рекламным роликам на ТВ или рекламным баннерам на страницах журналов и газет.

К слову сказать, событийный маркетинг был известен еще древним римлянам, говорившим – «ХЛЕБА и ЗРЕЛИЩ», вкладывая в эту фразу смысл важнейших потребностей человека. Как только человек удовлетворил насущные бытовые потребности, у него возникает потребность в праздниках. Этим умело пользовались не только правители Рима, но и купцы, чтобы повысить потребление своих товаров. С тех пор ничего не изменилось и для повышения продаж представители бизнеса умело используют красивые события: праздники, фестивали, спортивные соревнования, концерты звезд и т.п.

Организация событий, проведе-

“ Именно праздники и яркие креативные презентации рассматриваются в наши дни как наиболее эффективная альтернатива рекламным роликам на ТВ или рекламным баннерам на страницах журналов и газет. ”

ние PR-акций и ярких зрелищных презентаций сейчас занимают прочные позиции в арсенале средств продвижения на рынок

товаров и услуг во всём мире. Россия не исключение, и у нас этот инструмент маркетинга и рекламы всё чаще используется грамотными специалистами.

Что такое успешная PR-акция? В первую очередь – это тонкое воздействие на эмоциональное восприятие целевой аудитории той рекламной информации, которую требуется донести, чтобы повысить продажи товаров или услуг. Например, нужно вызвать желание покупать автомобиль определенной марки и для этого устраиваются пышные церемонии его презентации или увлекательные ралли, тест-драйвы и т.п. Если же нужно увеличить продажи напитка (сока или энергетика), придумываются такие массовые мероприятия, формат которых способен вызвать позитивные эмоции у потенциальных покупателей. Чем ярче эмоции в момент проведения PR-акции, тем выше лояльность потребителей продукта или услуг.

Самым высшим качеством PR-акции является такое событие, к которому приковано внимание средств массовой информации. Чтобы этого добиться, ивент-агентства придумывают проекты, которые непременно становятся информационным поводом, и тогда пресса с удовольствием о них пишет, упоминая бренд или продукт, фигурирующий в данном событии.

Особенно активно пользуются событийным маркетингом организаторы выставок. Однажды выставка «ЗОО-Россия» переехала на окраину Москвы в новый тогда выставочный центр Крокус Экспо. Организаторы задались сразу двумя вопросами: КАК сделать выставку интереснее? и КАК привлечь больше посетителей? Они обратились в моё агентство с просьбой устроить нечто такое, что может увеличить поток посетителей хотя бы на 1000 человек.

Им было предложено такое событие, которое в рамках вы-



Группа компаний «Князевъ» – одна из авторитетных и самых крупных на российском рынке событий и праздников, была основана в 2001 году. Учредитель и продюсер холдинга Сергей Князев является известным московским «креатором», организатором масштабных фестивалей, городских праздников, деловых мероприятий и эксклюзивных PR-акций, эффектных корпоративов, а также люксовых свадеб, юбилеев и розыгрышей. Сергей является автором многих ярких проектов, воплощенных его группой компаний:

- «Российский Фестиваль Фейерверков»;
- «Рекорд в книгу Гиннеса по поцелуям»;
- «Фестиваль лазеров»;
- «Фестиваль шоколада»;
- Эпатажная свадьба Лолиты Милявской;
- Олимпиада по пороссячим бегам;
- Конкурс скульптур «Памятник кризису 2009 года»;
- Фестиваль Мороженого в Сокольниках и еще более 500 других.

► Холдинг предоставляет услуги в области PR, деловых и корпоративных мероприятий, организации концертов звезд эстрады, а также свадеб и частных торжеств на территории России и за рубежом.

► Князев и его агентства являются обладателями многочисленных престижных наград в области событийного маркетинга и частных events.

► В составе холдинга работает первая российская Школа Event'a и отраслевой медиа-портал Event-Forum.ru.

В числе клиентов холдинга такие компании, как Лукойл, МТС, Билайн, Oriflame, SHARP, TEFAL, Baskin Robbins, Coca-Cola и многие другие.

ставки станет, как говорят журналисты, ИНФОРМАЦИОННЫМ ПОВОДОМ. Таким событием по моей задумке должны были стать «Пороссячий бег». А для того, чтобы москвичи узнали, что это замечательное веселое шоу будет проходить на выставке «ЗОО-Россия», моя команда за неделю до начала работы выставки в центре Москвы на Пушкинской площади устроила торжественную церемонию

открытия «Пороссячей олимпиады». Получилось забавное шоу, в котором зрителям и прессе были представлены будущие чемпионы – трехмесячные пороссята. На пресс-конференции прямо здесь же пороссята давали интервью журналистам, громко и задорно повизгивая в микрофоны.

Через неделю, в день открытия, мы организовали эффектное шоу, посвященное всей выстав-

ке и началу «Пороссячей олимпиады». В этом 40-минутном шоу приняли участие артисты, шоу-балеты, певцы и музыканты, а также выступил самый известный телеведущий передачи о животных Николай Николаевич Дроздов.

Репортажи в прессе об открытии «Пороссячей олимпиады» на выставке «ЗОО-Россия», которые всю неделю рассказывали москвичам об этом веселом шоу, привели на выставку небывалое число посетителей. Вместо тысячи, на которую нас просили увеличить число горожан, пришло больше на три тысячи человек уже в первый день. В последующие дни поток посетителей выставки увеличился еще больше, т.к. поток журналистов из разных СМИ не иссякал – все приезжали посмотреть на «Пороссячий бег» и заодно писали о том, сколь интересна выставка детям и взрослым.

Разумеется, мы устраивали забеги пороссят по определенному графику, так, чтобы сменяющие друг друга посетители выставки могли его увидеть. В последний день, к закрытию выставки было подготовлено очередное шоу, собравшее небывалое число горожан на «ЗОО-Россия». Это была церемония чествования лучших из участников выставки, оформивших свои стенды особенно эффектно, а также на церемонии вручали кубки и медали пороссятам-чемпионам.

Так, событийный маркетинг стал отличным инструментом для того, чтобы сделать выставку настоящим событием для горожан и для прессы и колоссально увеличить число посетителей.

Еще одним примером успешного использования ивента как маркетингового инструмента является танцевальный флеш-моб, который мое агентство устроило на 21-й международной туристической выставке МИТТ «Путешествия и туризм 2014».

Туристической компании «Би-

«Библио-Глобус» в прошлом году исполнилось 20 лет, и они задумались над тем, как привлечь внимание на выставке к своему стенду в свой юбилейный год. Выставка очень крупная и статусная, в ней принимает участие около 2000 участников из почти 200 стран мира, поэтому удивить посетителей просто красотой стенда и привлечь людей именно к себе достаточно сложно. И практически сразу креативной команде моего агентства пришла в голову идея устроить модный нынче танцевальный флешмоб прямо перед стендом компании «Библио-Глобус».

Неожиданно для всех собравшихся на деловое мероприятие заиграла громкая музыка, и, казалось бы, совершенно незнакомые друг другу люди, одетые в обычную одежду, слились в одном зажигательном танце. Сначала к этой веселой профессиональной команде танцоров присоединились спартанцы в национальных греческих одеяниях, затем переодетые раввины в широкополых шляпах и черных национальных костюмах, и, наконец, семейная пара с ребенком и надувным матрасом, как будто только что пришедшие с пляжа. Вся эта заводная танцующая труппа собрала целую толпу фотографирующих и снимающих происходящее на видео у стенда туристической компании «Библио-Глобус». Кульминацией флешмоба стал Атлант, который водрузив себе на спину огромный глобус, стал живым пьедесталом для земного шара. Реализованная идея настолько понравилась заказчикам, что уже на следующий день мы дважды повторили танцевальный успех первого дня. На выставке был, можно сказать, нескончаемый поток людей, желающих сфотографироваться с огромным надувным земным шаром, а снимки и видео быстро разлетелись в социальных сетях, Instagram и twitter. ■





Когда Россия выйдет в лидеры конгрессной индустрии?

Ольга Зайкова

Генеральный директор ООО «РедКонгресс Групп»

Согласно статистике Международной Ассоциации конгрессов и съездов (ICCA) за 2014 год, первое место в мире среди организаторов конгрессных мероприятий занимают США – 831 конгресс (табл. 1). Россия же в этом списке занимает лишь 40 место. Возникает вопрос – почему? Ведь в России ежегодно проводится несколько десятков международных конгрессных мероприятий.

Таблица 1. Статистические данные Международной ассоциации конгрессов и съездов (ICCA) за 2014 г.

Ранг	Международная организация	Количество конгрессных мероприятий
1	США	831
2	Германия	659
3	Испания	578
4	Великобритания	543
5	Франция	533
6	Италия	452
7	Япония	337
8	Китай	332
9	Нидерланды	307
10	Бразилия	291
40	Россия	40

Источник: Международная ассоциация конгрессов и съездов (ICCA)

Зарубежный опыт ведения статистики

Не секрет, что самым важным условием качественного анализа данных о развитии конгрессной деятельности является наличие достоверной статистической информации. Эту информацию на уровне государства собирают национальные туристские администрации и национальные статистические ведомства. Эти организации, наряду с налоговыми органами, определяют перечень статистических показателей в сфере конгрессной деятельности и круг учреждений, которые обязаны регулярно представлять эти показатели.

Каждая страна, активно занимающаяся конгрессной деятельностью, ежегодно публикует статистические данные, дающие возможность оценить вклад данной отрасли, как в экономику страны, так и международную конгрессную деятельность. Ключевую роль в сборе такой статистики в западных странах играют конгрессные бюро. Они же предоставляют статистические данные о развитии отрасли в международные организации (такие, как ICCA, UIA и др.). Таким образом, международные организации получают достоверные статистические данные, а страны и города – реальные позиции в мировых рейтингах.

Однако и здесь есть свои проблемы. Основные трудности заключаются в том, что за основу статистических данных в разных странах зачастую берутся разные показатели.

Более 10 международных организаций занимаются оценкой и анализом развития конгрессной деятельности в различных странах мира. Среди них:

- Союз международных Ассоциаций - *The Union of International Associations (UIA)*;

- Международная ассоциация конгрессов и съездов - *International Congress and Convention Association (ICCA)*;
- Всемирная туристическая организация ЮНВТО - *World Tourism Organization (UNWTO)*;
- Всемирный совет деловых путешествий и туризма - *World Travel and Tourism Council (WTTC)*;
- Международная Ассоциация Профессиональных Организаторов Конгрессов - *International Association of Professional Congress Organizers (IAPCO)*;
- Международная ассоциация делового туризма - *International Business Travel Association (IBTA)*.

При этом Международные организации для составления статистических данных используют такие критерии, как:

- количество участников конгрессных мероприятий (чел.);
- количество иностранных участников конгрессных мероприятий (%);
- количество стран-участников конгрессных мероприятий;
- продолжительность конгрессных мероприятий (дней и часов);
- регулярность проведения конгрессных мероприятий.

Более детально это можно рассмотреть на примере Таблицы 2.

Как видно из таблицы, у международных организаций нет единого подхода при определении показателей для учета конгрессных мероприятий в разных странах мира.

Таблица 2. Список организаций, которые занимаются сбором статистических показателей в сфере конгрессной деятельности за рубежом

№ п/п	Международная организация	Количество участников (min чел.)	Количество иностранных участников (min %)	Количество стран min	Продолжительность конференции (min дней)	Количество часов min	Регулярность проведения	Рег. взнос
1.	The Union of International Associations (UIA) Союз международных Ассоциаций (non-corporate conferences)	250	40%	5	2	-	+	-
2.	International Congress and Convention Association (ICCA) Международная ассоциация конгрессов и съездов (International conferences)	300	40%	5	3	-	+	-
3.	International Congress and Convention Association (ICCA) Международная ассоциация конгрессов и съездов (Corporate events)	50	-	3	-	-	+	+
4.	World Tourism Organization (UNWTO) ЮН ВТО Всемирная туристическая организация (International business meetings and events)	10	-	-	-	4	-	-

Источник: собственные данные ООО «РедКонгресс Групп»

Кто занимается сбором статистики по конгрессной деятельности в России?

А какова же ситуация с ведением статистики по конгрессной деятельности в России? На сегодняшний день в России статистика по конгрессной деятельности ведется очень разрозненно.

Сбором отдельных статистических показателей конгрессной деятельности в России занимаются несколько организаций. Среди них: Федеральная служба государственной статистики России, Министерство экономического развития РФ, Министерство культуры РФ, Федеральное агентство по туризму (Ростуризм). Статистику ведут также Торгово-промышленные палаты, некоторые отраслевые ассоциации, маркетинговые организации, туристско-информационные центры, конгрессные бюро и т.п., а также статистические учреждения регионов и городов России.

Как видно из Таблицы 3, в России также нет единых критериев для оценки современного состояния конгрессной деятельности. А главное –

нет организации, которая бы вела полноценную, а не разрозненную статистику по единым критериям в сфере конгрессной деятельности. Такая статистика не только позволила бы отследить реальное влияние конгрессной деятельности на экономику страны, но и предоставляла бы достоверные статистические данные в международные организации (такие, как ICCA, UNWTO и др.) для составления рейтингов.

Низкие показатели России в международных рейтингах по конгрессной деятельности обусловлены именно отсутствием достоверных статистических данных.

Фактически мы сами не имеем полной картины развития конгрессной деятельности в России, и вынуждены опираться на статистику международных организаций, которая не отражает реальную ситуацию на рынке конгрессной деятельности в нашей стране.

Таблица 3. Список организаций, которые занимаются сбором статистических показателей в сфере конгрессной деятельности в России

№ п/п	Название организации	Критерии
1.	Федеральная служба государственной статистики России	Количество средств размещения, количество объектов показа, количество прибытий, объем платных услуг в сфере туризма и отдыха, численность обслуженных в средствах размещения, число ночлегов в гостиницах
2.	Министерство экономического развития РФ	Количество выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий и их тематику
3.	Министерство культуры РФ	Количество объектов историко-культурного наследия
4.	Федеральное агентство по туризму (Ростуризм)	Количество деловых туристов
5.	Отдельные регионы и города России	Количество конгрессных, культурных, событийных мероприятий
6.	Торгово-промышленные палаты России	Количество выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий и их тематику
7.	Российские ассоциации	Количество выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий
8.	Маркетинговые организации, туристско-информационные центры, конгрессные бюро	Количество конгрессных мероприятий, количество конгрессных площадок, количество деловых туристов

Источник: собственные данные ООО «РедКонгресс Групп»

Что может изменить ситуацию?

Очень важно наладить ведение полноценной статистики по развитию конгрессной деятельности в России. И прежде всего, необходимо определить одну главную организацию, которая будет отслеживать статистические данные по развитию конгрессной деятельности в России, а также передавать их международным организациям. Идеальным претендентом на роль такой организации является Торгово-промышленная палата РФ.

Не секрет, что Торгово-промышленные палаты расположены на территории всей страны, в крупнейших областных центрах России. Именно эти региональные ТПП могут ежегодно собирать данные о развитии конгрессной деятельности в их городе, регионе и предоставлять в единый центр –

Торгово-промышленную палату РФ.

Такую статистику необходимо вести по двум направлениям: по собственным критериям, что позволит нам отследить влияние конгрессной деятельности на социально-экономическое развитие России, а также по критериям международных организаций.

Таким образом, регулярно отслеживая статистические данные о развитии конгрессной деятельности в России, Торгово-промышленная палата РФ могла бы передавать в международные организации более точные данные о проводимых конгрессных мероприятиях в России, и тогда Россия, несомненно, занимала бы более высокие позиции в рейтингах международных организаций. ■





Конференционная составляющая деловых миссий



Бычков И.Г.

Исполнительный директор Некоммерческого Партнерства «Центр сотрудничества по подготовке и реализации межрегиональных, приграничных и международных программ» (Санкт-Петербург), кандидат экономических наук, доцент

Деловая программа официальных визитов представителей органов федеральной и региональной власти является важнейшим элементом деловых миссий. Во время таких визитов в рамках форумов, конференций, круглых столов происходит знакомство руководителей и специалистов со своими коллегами, обмен мнениями и опытом, обучение. По итогам работы вырабатываются соответствующие резолюции, которые доводятся до административных органов разных уровней и служат программами к дальнейшим действиям, в том числе и по развитию сотрудничества между сторонами. Примером такого формата может служить прошедшие в 2013 году Дни Санкт-Петербурга в Астане, когда Губернатор Георгий Полтавченко во главе официальной делегации посетил с визитом столицу Казахстана.

В состав делегации вошли члены Правительства Санкт-Петербурга: Вице-губернаторы Олег Марков и Ольга Казанская, член Правительства Санкт-Петербурга, Председатель Комитета по внешним связям Александр Прохоренко, Председатель Комитета по инвестициям Санкт-Петербурга Ирина Бабюк, Председатель Комитета по энергетике и инженерному обеспечению Андрей Бондарчук, Председатель Комитета по развитию предпринимательства и потребительского рынка Эльгиз Качаев, Председатель Комитета по промышленной политике и инновациям Максим Мейксин, Председатель Комитета по культуре Василий Панкратов, руководители ряда исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга, представители деловых кругов, конгрессно-выставочного бизнеса, здравоохранения, деятели культуры.

По итогам встречи стороны подписали Соглашение об утверждении Программы торгово-экономического, научно-технического, культурного и гуманитарного сотрудничества между Акиматом Астаны и Правительством Санкт-Петербурга на 2013-2015 годы.

«Этим документом закреплены намерения наших городов по выведению двухсторонних отношений на качественно новый уровень. Безусловно, торгово-экономические и культурно-гуманитарные отношения Казахстана и России не нуждаются в представлении, они прочны и проверены временем. В рыночных условиях не менее важным фактором для взаимовыгодного партнерства являются экономические связи. У меня есть уверенность, что сегодняшний форум значительно улучшит бизнес-климат отношений между Астаной и Санкт-Петербургом» – сказал Имангали Тасмагамбетов Аким Астаны в ходе прошедшего мероприятия.

В ближайших планах реализации подписанной программы взаимного сотрудничества – открытие деловых информационных центров Санкт-Петербурга в Астане и Астаны в Санкт-Петербурге.

В рамках культурной программы Дней Санкт-Петербурга в Астане с успехом прошло выступление во Дворце мира и согласия Государственного русского концертного оркестра Санкт-Петербурга, выставки «История и культура Санкт-Петербурга в графике», «Петербургская симфония» и фотовыставка.

Состоялись официальный прием от имени Акима Астаны в честь делегации Санкт-Петербурга и прием от имени Губернатора Санкт-Петербурга во Дворце независимости.

Ключевым мероприятием официального визита явилось участие руководителей городов и членов делегации в бизнес-форуме «Астана – Санкт-Петербург: стратегическое и инвестиционное сотрудничество». Участие в форуме приняли более

ста петербургских и казахстанских предпринимателей, работающих в сфере энергетики, строительства, транспорта и логистики, конгрессно-выставочной деятельности, финансов, легкой и пищевой промышленности, здравоохранения и фармацевтики.

Форум прошел в одном из лучших отелей Астаны – Rixos President Astana. Участникам мероприятия были продемонстрированы фильмы о Санкт-Петербурге и Казахстане, а также презентованы инвестиционные возможности городов. В рамках данного мероприятия состоялась биржа деловых контактов, на которой участники форума смогли провести индивидуальные деловые переговоры с потенциальными партнерами по бизнесу.

Деловая программа также включала в себя три тематических круглых стола: «Технологии энергоэффективности в жилищно-коммунальном хозяйстве города и на промышленных предприятиях», «Здравоохранение, медицинская и фармацевтическая промышленность: стратегическое партнерство» и «Конгрессно-выставочная деятельность в мегаполисе. Участие Санкт-Петербурга в ЕХРО-2017».

Нас, как специалистов, конечно, больше всего интересует последний круглый стол. По словам руководителя Дирекции по подготовке и проведению Международной специализированной выставки ЭКСПО-2017 Кахармана Джазина, эта встреча позволила коллегам, специалистам в выставочной области из двух стран обменяться мнениями и опытом. «Санкт-Петербург имеет большой опыт в проведении крупных международных мероприятий, и нам он может пригодиться при организации ЕХРО-2017, – сказал К. Джазин, – мы собираемся встретиться уже в Санкт-Петербурге, где поговорим о более конкретных предложениях относительно реализации наших выставочных проектов».

В очень насыщенной программе круглого стола с докладами и презентациями выступили: Бычков Игорь Геннадьевич – исполнительный директор Некоммерческого Партнерства «Центр сотрудничества по подготовке и реализации межрегиональных, приграничных и международных программ» (Санкт-Петербург); Джазин Кахарман Аманжолович – директор ТОО «Дирекция по подготовке и проведению Международной специализированной выставки ЕХРО-2017» (Астана); Пилипчук Юлия Васильевна – Начальник отдела стратегического планирования Городского туристско-информационного бюро (Санкт-Петербург); Жданова Татьяна Викторовна – Заместитель генерального директора ТОО «Korme-Expo» (Астана); Муштатова Елена Юрьевна – руководитель отдела гостевых мероприятий ООО «ЭкспоФорум-Интернэшнл» (Санкт-Петербург); Кожаква Асель Булатовна – директор отдела маркетинга и коммуникаций АО «НК «Астана ЭКСПО-2017» (Астана); Волков

Сергей Леонидович – генеральный директор ЗАО «ЛИНИСТ» (Санкт-Петербург); Павлинчук Анна Кирилловна – ведущий специалист отдела развития внешнеторговой деятельности Комитета по промышленной политике и инновациям Администрации Санкт-Петербурга; Бекенова Куралай Хамзиевна – заместитель директора ТОО «Академия бизнеса «Искер» (Астана); Медрес Евгений Петрович – первый заместитель Генерального директора ЗАО «Петербург - Дорсервис» (Санкт-Петербург); Птюшкин Анатолий Николаевич – Заместитель генерального директора ЗАО «Экотранс - Дорсервис» (Санкт-Петербург).

В этих докладах, выступлениях и презентациях был дан обзор конгрессно-выставочной деятельности в Астане, представлены перспективы развития конгрессно-выставочной деятельности в Санкт-Петербурге, показаны подготовка Астаны к EXPO-2017 и возможности участия конгрессно-выставочных организаций Санкт-Петербурга в подготовке и проведении всемирного выставочного мероприятия в Астане, осуществлен обмен опытом продвижения продукции петербургских субъектов промышленной деятельности на мировые рынки через участие в специализированных выставках, форумах и конференциях, раскрыты возможности выставочного центра «Korme – Expo», уже 5 лет работающего на рынке выставочных и конгрессных услуг Астаны, а также Международного конгрессно-выставочного центра «ЭкспоФорум», вышедшего на этот рынок в Санкт-Петербурге в 2014 году, были затронуты аспекты особенностей

изыскательских работ при строительстве автодорог и других элементов транспортного комплекса при подготовке ЭКСПО-2017 и экологические факторы при их проектировании и строительстве. Не обошлось и без злободневной для выставочников темы – образовательной. Хозяева поделились опытом внедрения в Казахстане образовательной программы «Выставочный менеджмент».

Всего в работе круглого стола приняли участие более 50 человек, представляющих практически все выставочные компании и организации, занимающиеся выставочными проблемами в Казахстане из Астаны и Алматы: ТОО «Korme-Expo»; «Астана-Экспо КС»; «Дирекция по подготовке и проведению Международной специализированной выставки EXPO-2017»; АО «НК «Астана ЭКСПО-2017»; ТОО «Выставочная компания «Fair Expo»; ТОО «МВК «КАЗЭКСПО» (Алматы); Выставочная группа компаний «ExpoDesign»; ТОО «Выставочно-сервисная компания «КАЗЭКСПОДИЗАЙН»; ТОО «Экспо-Ники» (Алматы); ТОО «EIKaz «Expologistik kazakhstan» (Алматы); ТОО V&B; ТОО «Академия бизнеса «Искер»; «МВК ExpoGroup» (Алматы); ТОО «Itesa»; Департамент по организации выставок, форумов и образовательным программам ТПП РК; АО СЭЗ «Астана – новый город», а также представители ведущих выставочных организаций, исполнительных органов власти и бизнеса из Санкт-Петербурга, представители казахстанской прессы. По итогам работы круглого стола участниками была принята резолюция, которую я считаю необходимым привести в данной статье полностью.





РЕЗОЛЮЦИЯ

1 Считать целесообразным регулярно, в согласованные сторонами сроки, проводить аналогичные партнерские круглые столы по различным тематикам сотрудничества, в том числе и по конгрессно-выставочной.

2 Участникам сформировать и обменяться перечнем возможных проектов сотрудничества по своим сферам деятельности.

3 Выставочным компаниям Санкт-Петербурга, участникам круглого стола в Астане организовать во время ответного визита коллег – выставочников из Астаны экскурсию по выставочным площадкам Санкт-Петербурга, в том числе и на новый выставочный комплекс в Пулковое, встречу с руководством компаний, предоставить полный перечень возможных услуг по организации экспозиций на ЕХРО-2017, представить свои предложения по возможным областям сотрудничества.

4 Предложить Акимату Астаны и Комитету по промышленной политике и инновациям Санкт-Петербурга активнее осуществлять взаимодействие, обмен информацией в части продвижения продукции субъектов промышленной деятельности на рынки сбыта посредством организации участия их в специализированных выставках, конгрессах, форумах, организации коллективных экспозиций в рамках признанных отраслевых выста-

вок, субсидировать их самостоятельное участие в выставочных мероприятиях, позволяющих расширить рынки сбыта, осуществлять международное и межрегиональное сотрудничество.

5 Предложить ТПП РК и ТПП Санкт-Петербурга активизировать сотрудничество между собой и выставочными компаниями, которое может выражаться:

- в организации и проведении совместных выставок экспортоориентированных товаров двух стран в Астане и Санкт-Петербурге;

- в регулярном проведении семинаров по обмену опытом по организации выставок, форумов, конференций;

- в предоставлении услуг патронажа ТПП выставочным и конгрессным мероприятиям;

- в оказании организационной поддержки патронируемым мероприятиям, которая может включать:

- направление участникам выставочно-ярмарочного мероприятия приветствия от имени руководства ТПП РК и ТПП СПб;

- содействие в привлечении участников мероприятия;

- оформление Свидетельства ТПП о поддержке мероприятия;

- в оказании информационной поддержки

патронируемым мероприятиям, которая может выразаться:

- в размещении информации о патронируемом мероприятии на официальных сайтах ТПП;
- в размещении информации о патронируемом мероприятии в официальных печатных изданиях ТПП и других заинтересованных специализированных выставочных изданиях, газетах, журналах, каталогах;
- в направлении информации о мероприятии в Межведомственную комиссию по вопросам выставочно-ярмарочной деятельности РК, в территориальные ТПП РК, союзы и объединения предпринимателей – членов ТПП РК и ТПП СПб, в представительства ТПП РК за рубежом, в иностранные дипломатические представительства и МИД РК.



6 Акимату Астаны и Комитету по промышленной политике и инновациям Санкт-Петербурга рассмотреть возможность заблаговременного направления приглашений коллегам к участию в конгрессно-выставочных мероприятиях, что позволило бы этим организациям своевременно планировать свое участие, обеспечивая тем самым качественное проведение мероприятий, а также активную обратную связь с экспонентами и организаторами.

7 Предложить Городскому туристско-информационному бюро Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга и ТОО «Дирекция по подготовке и проведению Международной специализированной выставки ЕХРО-2017» Астаны осуществить обмен опытом по вопросу организации информационной поддержки гостей города, в связи с ЕХРО-2017 в Астане.

8 Предложить выставочному комитету СПб ТПП и руководству бизнес-академии «Искер» разработать и представить выставочному сообществу Республики Казахстан и Санкт-Петербурга (возможно это сделать на Евразийском Ивент форуме в Санкт-Петербурге) программу курса по образованию в сфере конгрессно-выставочного бизнеса, что несомненно повысит профессионализм специалистов компаний, занятых в этой сфере деятельности.

9 ЗАО «Петербург-Дорсервис» совместно с Акиматом Астаны определить партнеров от Республики Казахстан для совместной работы и осуществить открытие совместного предприятия в городе Астана. Провести рабочую встречу по определению перспектив участия группы предприятий «Дорсервис» в проектно-изыскательских работах на территории г. Астана и Республики Казахстан.

10 На основании Программы сотрудничества на 2013 – 2015 годы и раздела 8 в области природопользования и охраны окружающей среды предложить Акимату Астаны рассмотреть возможность привлечения ведущих проектно-изыскательских и строительных организаций Санкт-Петербурга «Петербург-Дорсервис» и «Экотранс-Дорсервис» для обмена опытом по вопросам снижения уровня негативного воздействия автотранспорта на окружающую среду.

11 Предложить Акимату Астаны рассмотреть возможность привлечения ведущих проектно-изыскательских и строительных организаций Санкт-Петербурга «Петербург-Дорсервис» и «Экотранс-Дорсервис» для обмена опытом в вопросах организации мониторинга окружающей среды при строительстве и эксплуатации объектов строительства. ■

Профессиональная подготовка специалистов
в области конгресс-менеджмента

Программа повышения квалификации **КОНГРЕССНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

О том, как проводить конгрессы и не только!

- Конгрессные технологии в современном бизнесе;
- Менеджмент конгрессных мероприятий;
- Современные технологии подготовки и проведения конгрессных мероприятий.

Продолжительность курса: 72 часа
Обучение ведут высококвалифицированные
специалисты в сфере конгрессной деятельности

Регистрация: mba-06@mail.ru
Тел.: +7 (495) 946-00-59



Организатор:

ООО «РедКонгресс Групп»



RCG
RedCongress Group

СЕМИНАРЫ И ВЕБИНАРЫ В ВАШЕМ ГОРОДЕ

для руководителей и специалистов администраций регионов и городов, территориальных
торгово-промышленных палат России и стран СНГ

- **Методика создания и продвижения бренда региона, города;**
- **Механизм формирования и поддержания положительного имиджа региона, города;**
- **Методы и средства продвижения туристического потенциала региона, города.**

Подробнее: www.forumrkg.ru

По вопросам участия: forumrkg@yandex.ru; тел: +7 (926) 342 62 31; +7 (917) 506 71 52



55-летие Экспоцентра: «Демонстрируем будущее»

Интервью с Бедновым С.С.
Генеральным директором ЗАО «Экспоцентр»

В сентябре 2014 года главной выставочной площадке России – Центральному выставочному комплексу «Экспоцентр» исполнилось 55 лет. Наш корреспондент встретился с Генеральным директором ЗАО «Экспоцентр» Сергеем Бедновым.

Сергей Сергеевич! В 2014 году ЗАО «Экспоцентр» отпраздновал свой юбилей. Назовите главные достижения выставочного комплекса «Экспоцентр» за эти 55 лет. Чем Вы гордитесь больше всего?

С.С.: В 1977 году на Краснопресненской набережной был построен первый выставочный павильон. Павильон №1, построенный по новаторскому в те годы проекту и сейчас по своим техническим характеристикам отвечает самым современным требованиям, что позволяет демонстрировать в нем крупногабаритные образцы промышленного оборудования (станки, прокатные станы, мини-заводы) в действии. В 1980-е годы строи-

тельство выставочного комплекса на Краснопресненской набережной шло быстрыми темпами. Вскоре за павильоном №1 были введены в строй павильоны №2 и 3, а также павильон «Форум» – уникальное по своему архитектурному решению сооружение в виде стеклянной пирамиды. «Форум» стал своеобразной визитной карточкой ЦВК «Экспоцентр». В 2002 году построен павильон №7. Возведение этого павильона позволило «Экспоцентру» вывести на качественно новый уровень конгрессную деятельность, поскольку в нем расположен конференц-зал вместимостью более 300 человек, в котором можно проводить даже кинофорумы. В 2006 году сдан

в эксплуатацию павильон №8 – наиболее технологически совершенный павильон ЦВК «Экспоцентр». Акустические свойства некоторых залов этого павильона позволяют проводить в нем концерты симфонической музыки. Благодаря системе крытых переходов павильон стал частью единого комплекса ранее построенных павильонов №2, 3, 7 и «Форум».

Что представляет выставочный комплекс «Экспоцентр» сегодня?

С.С.: Общая площадь ЦВК «Экспоцентр» – более 250 тыс. кв. м, общая выставочная площадь – 165 тыс. кв. м, из них выставочная площадь павильонов –



105 тыс. кв. м, площадь открытых площадок для демонстрации крупногабаритных экспонатов – 60 тыс. кв. м. Возможности павильонов позволяют проводить выставки тяжелого машиностроения с демонстрацией экспонатов в действии. В «Экспоцентре» 9 выставочных павильонов, 32 зала для проведения конгрессов, пресс-конференций и семинаров.

«Экспоцентр» сегодня предоставляет полный спектр сервисов мирового уровня. В павильонах развернуты сети мобильной связи 3-го (3G) и 4-го (LTE) поколений. Высокая скорость передачи данных в сетях 3G и 4G – до 100 Мбит в секунду – позволяет абонентам, находящимся в павильонах «Экспоцентра», иметь не только устойчивую мобильную связь, но и высокоскоростной доступ к ресурсам Интернета в любое время. «Экспоцентр» – единственный отечественный

выставочный комплекс, вся территория которого покрыта сетью Wi-Fi.

«Экспоцентр» применяет инновационный подход к организации общения между посетителями-специалистами и участниками выставок – MatchMaking, или Система назначения деловых встреч. Интерактивное место встреч посетителей и экспонентов позволяет заблаговременно, до начала выставки, ознакомиться в сети со списком зарегистрированных в системе участников и посетителей и в режиме online назначить деловые встречи с интересующими фирмами и организациями, согласовав темы переговоров и оптимально спланировав время работы.

В 2013 году прошло более 100 выставок и около 700 конгрессных событий с участием в них свыше 30 000 компаний со всего мира и из всех регионов России. Число посетителей приблизительно

1 800 000 человек, среди которых более 90% специалисты. Уже 24 выставки «Экспоцентра» имеют наивысшее признание международного выставочного сообщества и отмечены Знаком Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI). 25 выставок удостоены Знака Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ). «Экспоцентр» является одним из передовых выставочных центров в Европе. В 2013 году «Экспоцентр» был принят в члены Ассоциации ведущих европейских выставочных центров (ЕМЕСА) – элитный клуб крупнейших выставочных площадок Европы. Тематика экспозиций охватывает все ключевые отрасли экономики, а также важнейшие сферы жизни современного общества: «Химия», «Нефтегаз», «Электро», «Металлообработка», «Лесдревмаш», «Продэкспо», «Мебель», «Здравоохранение» и многие другие. Они являются

всемирно известными выставочными брендами, крупнейшими отраслевыми смотрами не только в России, но и во всей Восточной Европе.

В 2014 году в Центральном выставочном комплексе «Экспоцентр» прошла 91 выставка и 834 конгрессных события. В них приняли участие 29 400 компаний со всего мира и из всех регионов России. Посетителями выставок и конгрессных мероприятий стали около 1,7 млн. человек. Некоторое сокращение общего числа выставок по сравнению с предыдущим годом произошло за счет гостевых смотров, в то время как число собственных выставок выросло. Доходы Экспоцентра за

2014 год на 11% превысили свои показатели, при этом производительность труда сотрудников «Экспоцентра» выросла на 8%.

За эти годы ЗАО «Экспоцентр» стал выставочно-конгрессным комплексом мирового уровня. В чем секрет успеха ЦВК «Экспоцентр», что позволяет Вам сохранять лидирующие позиции на выставочном рынке в условиях такой высокой конкуренции?

С.С.: Важнейшее преимущество проектов «Экспоцентра» – всеобъемлющий охват заданной темы. Как правило, они проходят в виде выставочно-конгрессных форумов, когда всестороннюю

тематическую экспозицию смотров органично дополняет развернутая деловая программа. В период проведения выставок проходят международные конгрессы, конференции, симпозиумы, «круглые столы», престижные профессиональные конкурсы, мастер-классы и т.д. Такой формат позволяет наладить прямой диалог не только между экспонентами и их заказчиками, но и широкое взаимодействие между российской властью и бизнесом, в том числе с зарубежными компаниями, наукой и производством, инвесторами и разработчиками новейших технологий. Ряд отраслевых форумов «Экспоцентра» стал

Центральный выставочный комплекс «Экспоцентр» – российский организатор международных промышленных выставок и конгрессных мероприятий. Ежегодно в нем проходят около 100 международных выставок; более 800 конгрессов, симпозиумов и конференций. В них принимают участие свыше 30 тыс. экспонентов более чем из 100 стран мира и около 2 млн. посетителей-специалистов.

Экспоцентр расположен в центре Москвы, в непосредственной близости от Дома Правительства России, делового центра «Москва-Сити», Центра международной торговли, в 50 метрах от станции метро «Выставочная» и крупных гостиничных комплексов. Общая площадь – 250 тыс. кв. м; общая выставочная площадь – 165 тыс. кв. м; закрытая – 105 тыс. кв. м; открытая – 60 тыс. кв. м. Девять современных выставочных павильонов, 32 зала для проведения конгрессов и конференций.





Тематика экспозиций охватывает все ключевые отрасли экономики, а также важнейшие сферы жизни современного общества: «Химия», «Нефтегаз», «Электро», «Металлообработка», «Лесдревмаш», «Продэкспо», «Мебель», «Здравоохранение» и многие другие.

Экспоцентр – старейший российский участник Всемирной ассоциации выставочной индустрии (член UFI с 1975 года). Экспоцентр – инициатор создания и один из учредителей Российского союза выставок и ярмарок, член Гильдии выставочно-ярмарочных организаций Московской торгово-промышленной палаты и ряда авторитетных международных выставочных организаций.

важным инструментом в реализации приоритетных национальных проектов и государственных программ.

Корпоративную стратегию «Экспоцентра» составляют также проекты, которые не приносят больших коммерческих дивидендов, но имеют большое практическое значение для всей выставочно-конгрессной индустрии России, для ускоренного внедрения инноваций, поддержки разработчиков и создателей передовых технологий, защиты прав на интеллектуальную собственность и борьбы с контрафактом. Все эти проекты очень важны со смысловой точки зрения, они поднимают те пробле-

мы, которые недостаточно освещаются, но серьезно влияют на отечественную экономику. А от общего экономического климата зависит и «самочувствие» выставочной отрасли.

Взять хотя бы то, что выставочная деятельность работает на продвижение инноваций, являющихся объектами интеллектуальной собственности. Крупные международные выставки с участием ведущих отечественных и зарубежных компаний – это не только место прямых контактов производителей с заказчиками, но также возможность оценить коммерческую привлекательность экспонируемых новых разработок. И здесь не обойтись

без эффективной защиты исключительных прав создателей инноваций. Разработчикам, в частности, необходимы гарантии и правовая охрана их интеллектуальной собственности на период демонстрации инновационных изобретений в ходе выставок.

Поэтому, например, ежегодный международный форум по интеллектуальной собственности «Expriority», организованный «Экспоцентром» совместно с Торгово-промышленной палатой России, начинался как проект, который привлекает внимание к вопросам защиты интеллектуальной собственности на выставках. Но по мере его развития оказалось, что он охватывает

гораздо более широкий круг вопросов, нежели планировалось вначале. В частности, именно из этого форума выделился отдельный новый проект «Экспоцентр» – за выставки без контрафакта». Этот проект направлен на минимизацию случаев нарушения исключительных прав на различные объекты интеллектуальной собственности на выставках «Экспоцентра». Его реализация не только повышает привлекательность проводимых выставок среди потенциальных экспонентов – обладателей этих прав, в силу сокращения числа случаев демонстрации контрафактной продукции, но и отвечает рекомендациям Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) об оказании содействия участникам и посетителям выставок в охране их прав

на объекты интеллектуальной собственности.

Какие планы у ЗАО «Экспоцентр» на ближайшую перспективу? Какие задачи Вы ставите перед собой на будущее?

С.С.: Мы ставим перед собой одну из главных задач – оказывать участникам своих выставок качественное комплексное обслуживание. Это, безусловно, наше неоспоримое преимущество перед другими выставочными операторами. Но дело не ограничивается лишь этим. Стратегия лидерства в «Экспоцентре» подкреплена умелым менеджментом, собственными инновационными наработками в организации и проведении выставок и конгрессов, расширении и совершенствовании набора услуг, позволяющих экспонентам

и профессиональным посетителям экономить время, снижать затраты.

«Экспоцентр», будучи холдингом, в который входят специализированные фирмы, предоставляет экспонентам набор всех необходимых сервисов – от растаможивания грузов, их перевозки, возведения экспозиционных стендов до профессиональных решений по подготовке и реализации выставочно-конгрессных проектов любого формата в максимально комфортных условиях для продуктивных деловых контактов. Не удивительно, что площадки «Экспоцентра» пользуются повышенным спросом, в том числе у наших иностранных партнеров по выставочному бизнесу, которые используют территорию комплекса для организации го-

Одно из приоритетных направлений работы – конгрессная деятельность. Экспоцентр – член ведущих международных организаций, объединяющих крупнейших игроков этого рынка: Международной ассоциации конгрессов и конференций (ICCA) и Международной ассоциации конгресс-центров (AIPC).





Современная инфраструктура и высокий уровень сервиса привлекают иностранных организаторов выставок. В числе партнеров «Экспоцентра» – известные операторы с мировыми именами, такие как ITE (Великобритания), Messe Duesseldorf, Ost-West Partner, Messe Frankfurt (Германия), Fiera Milano, Bolonia Fiere (Италия), IMEXPO (Франция), E.J. Krause & Associates Inc., PennWell Corporation (США).

стевых выставок и совместных выставочно-конгрессных проектов. В числе партнеров «Экспоцентра» можно назвать таких известных операторов с мировыми именами, как ITE (Великобритания), Messe Duesseldorf, Ost-West Partner, Messe Frankfurt (Германия), Fiera Milano, Bolonia Fiere (Италия), IMEXPO (Франция), E.J. Krause & Associates Inc., PennWell Corporation (США).

Как Вы оцениваете развитие конгрессно-выставочной деятельности в России в настоящее время? Какие тренды будут превалировать на рынке в будущем?

С.С.: Если говорить о задачах сегодняшнего дня, то я считаю, что выставочные структуры должны теснее работать с отраслевыми

ассоциациями и союзами предпринимателей. Мы хотим, чтобы они стали активными участниками выставочного процесса. Это важно в первую очередь для нас, выставочников. Они должны быть заказчиками, они должны говорить нам, что делать, по какой тематике проводить выставки, как организовать выставочную инфраструктуру, чтобы им было удобнее. Наша задача – соединить выставочный процесс с потребителями этих услуг. Формы работы могут быть разными. Я думаю, что перспективны выездные заседания на выставочных площадках и в регионах. На месте может происходить хороший интерактивный диалог. Определяя свою миссию, «Экспоцентр» исходит из того, что должен помогать бизнесменам

развивать своё дело, продвигать продукцию на рынки сбыта и получать коммерческую выгоду. Содействовать подъёму отечественной промышленности на основе её успешной модернизации, опирающейся на инновации и новейшие мировые технологии. И, наконец, всесторонне содействовать органам власти России в вопросах успешной реализации приоритетных экономических и социально ориентированных государственных программ.

■ **Ольга Зайкова**

Редакция журнала «CongressTime» выражает благодарность отделу по связям с общественностью и СМИ Экспоцентра – за содействие в подготовке и проведении интервью.



Петербург может стать лидером конгрессной индустрии

Интервью с Воронковым С.Г.

Генеральным директором компании «ЭкспоФорум-Интернэшнл»

В октябре 2014 года состоялось открытие уникального конгрессно-выставочного центра «Экспофорум», который позволит принимать в Петербурге мероприятия любого масштаба: от выставок и конгрессов до кинофестивалей и спортивных соревнований. О том, каких результатов удалось достигнуть и что еще предстоит сделать, рассказал генеральный директор компании «ЭкспоФорум-Интернэшнл» Сергей Георгиевич Воронков.

Почему появилась необходимость в строительстве конгрессно-выставочного центра «Экспофорум»?

С.Г.: В Санкт-Петербурге отсутствовала специализированная площадка, способная принимать крупные международные мероприятия с численностью более 1500 человек. А между тем интерес к нашему рынку у зарубежных партнеров рос. Именно поэтому в 2007 году было решено построить новый многофункциональный конгрессно-выставочный центр, который смог бы принимать мероприятия международного масштаба. Первую сваю в основание будущего КВЦ мы заложили в ноябре 2011 года, а открытие комплекса состоялось в октябре 2014 года – он был построен в рекордно короткие сроки.

Какие объекты «Экспофорума» уже открыты и какие еще предстоит запустить?

С.Г.: На сегодняшний день запущены и успешно функционируют три выставочных павильона общей площадью 50 000 кв. метров, крытый пассаж, открытая парковка на 4700 мест, склады и другие технические помещения. В скором времени также будет запущен самый современный в Восточной Европе конгресс-центр вместимостью до 10 000 человек, с основным залом на 4000 и 3000 мест, залом для гала-мероприятий на 2000 мест, два здания бизнес-центра, а также отели международной сети Hilton. Кроме того, воссоздана разрушенная в годы Второй мировой войны Церковь Смоленской иконы Божией Матери, построенной по проекту итальянского зодчего Джакомо Кваренги в XVIII веке.

Какие мероприятия уже прошли на площадке?

С.Г.: С момента открытия в конгрессно-выставочном центре «Экспофорум» состоялось 11 соб-

Пассаж и гостиница



Вид на фасадную линию конгрессно-выставочного центра



Бизнес-центр





Экспофорум

Современный конгрессно-выставочный центр международного уровня, способный принимать деловые мероприятия любого масштаба. Комплекс расположен в южной части Санкт-Петербурга на Пулковских высотах и способствует формированию нового делового центра города. Главное преимущество «Экспофорума» – его multifunctionality. Площадка предусматривает все условия для проведения выставок, конгрессов, спортивных соревнований, концертов, шоу и кинофестивалей.

ственных и 23 гостевых мероприятия. В частности, на площадке с успехом прошел Петербургский международный газовый форум, собравший 1500 делегатов из 25 стран. Более 30 000 петербуржцев посетили специализированную выставку товаров и услуг для домашних животных «Зоосфера» и «Зоошоу» в ее рамках. Большой интерес у специалистов и посетителей вызвали Петербургский международный форум здоровья и специализированная выставка «Праздничное оформление. Реклама. Информация» (РИДО). От организаторов и участников прошедших гостевых мероприятий мы получаем положительные отзывы.

Какие планы строите на ближайшие годы?

С.Г.: На сегодняшний день «ЭкспоФорум-Интернэшнл» ведет активную заявочную кампанию по привлечению в Петербург международных ротируемых мероприятий. Мы планируем организовывать не менее 3-5 крупных конгрессов в год с ко-

личеством делегатов от 1-3 тысяч человек. Уже состоялись такие крупнейшие специализированные мероприятия, как XIII Невский радиологический форум, Конференция и выставка по технологиям обработки порошковых и сыпучих материалов Solids Russia. Многие собственные проекты компании также переехали на новую площадку – «Экология большого города», «ЖКХ России», «Российский промышленник», «Иппосфера» и другие. В целом площадка востребована среди российских и зарубежных организаторов и загружена мероприятиями до 2018 года.

Как «Экспофорум» способствует развитию конгрессной индустрии в России?

С.Г.: С открытием «Экспофорума» Петербург имеет все шансы к 2020 году войти в десятку конгрессных центров Европы и двадцатку конгрессных центров мира. Такая цель была поставлена городу. Для этого нужно проводить не менее 125 мероприятий в год, это

значит, что нам нужно примерно в четыре раза увеличить рынок. Мы готовы предоставить специализированную площадку, которая способна на высшем уровне принимать масштабные международные мероприятия. И сами ведем активную заявочную кампанию, как я уже говорил ранее. Конечно, одних усилий компании «ЭкспоФорум-Интернэшнл» недостаточно – городские власти должны продвигать город на международном рынке, и мы очень рассчитываем на эффективную работу Конгрессно-выставочного бюро.

Уже поданы заявки на проведение ежегодного конгресса Ассоциации сердечной недостаточности Европейского кардиологического общества, Всемирного библиотечного и информационного конгресса, Всемирного саммита по гастрономическому туризму и других мероприятий мирового уровня. Все идет к тому, что Санкт-Петербург станет конгрессной столицей России.

■ Людмила Цубикс

Объекты «Экспофорума»

Конгрессно-выставочный центр «Экспофорум» занимает более 56 га недалеко от международного аэропорта Пулково. На его территории сконцентрирована вся инфраструктура, необходимая для проведения мероприятий любой специфики: выставок, конгрессов, спортивных соревнований, концертов, шоу и кинофестивалей. Комплекс построен в полном соответствии со стандартами Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI).

Ключевые параметры проекта:

- закрытые выставочные площадки (3 павильона первой очереди) - 50 000 м²;
- открытые выставочные площадки - 40 000 м²;
- конгресс-центр (основной зал) на 4000 и 3000 человек;
- конференц-залы - 45 залов: в конгресс-центре - 25 залов, в выставочных павильонах - 20 залов;
- суммарная вместимость залов конгресс-центра - 10 000 человек;
- гостиница Hilton St. Petersburg ExpoForum ***** - 237 номеров;
- гостиница Hampton by Hilton St. Petersburg ExpoForum *** - 210 номеров;
- таможенно-логистический комплекс - 60 еврофур;
- бизнес-центр (2 корпуса) - 25 000 м²;
- открытая автостоянка на 4700 машиномест.

На территории конгрессно-выставочного центра «Экспофорум» воссоздана утраченная в годы Великой Отечественной войны Церковь Смоленской иконы Божией Матери. Фрагменты фундамента двухколоколенного храма, построенного в XVIII веке по проекту Джакомо Кваренги, были найдены при планировании строительства. С благословения Русской Православной Церкви было принято решение о его воссоздании по чертежам зодчего и сохранившимся в архиве фотографиям.

Участникам и организаторам

Выставочная площадь каждого из трех павильонов составляет более 13 тысяч квадратных метров, а применение бесколонного метода возведения позволяет максимально использовать выставочное пространство.

На базе конгрессно-выставочного центра оказывается полный спектр сопутствующих услуг, включающий: дизайн и строительство выставочных стендов; аренда мебели, аудио- и видеооборудования; транспортно-логистические и таможенные услуги; кейтеринг; туристические услуги (бронирование авиа- и ж/д билетов, размещение в отелях, культурная программа); размещение рекламы, проведение рекламных акций; дизайн и производство полиграфии.

Для проведения мероприятий любого уровня сложности в «Экспофоруме» используются современные технологические разработки, мобильные приложения для выставок и конференций, навигационные и коммуникационные инструменты.





ГЦКЗ «Россия» История и опыт



Интервью с Беленьким А.Г.
Художественным руководителем-
директором ГЦКЗ «Россия»,
заслуженным работником культуры РФ

Добрый день, Александр Григорьевич! ГЦКЗ «Россия» начал свою деятельность в 1971 году, когда вашим основным видом деятельности являлась организация и проведение концертных программ. Но с тех пор многое в нашей стране изменилось. Изменились ли направления вашей деятельности с наступлением рыночной экономики?

А.Г.: Как Вы знаете, в связи с реконструкцией исторического центра «Зарядье», Государственный центральный концертный зал «Россия» временно переехал на новую сценическую площадку – Дворец Спорта «Лужники».

Приоритетным направлением в деятельности ГЦКЗ «Россия» всегда являлась концертная деятельность. Хотя по первоначальному замыслу Министерства культуры СССР, ГЦКЗ «Россия» предназначался для проведения крупных международных форумов, научных симпозиумов, конференций и кинофестивалей, но время внесло свои существенные коррективы в деятельность зала, и главной и профилирующей в его жизни стала именно концертная работа. За минувшие годы уже на новой сценической площадке прошло множество концертных программ, спектаклей и музыкальных вечеров с участием лучших артистов страны. Свое искусство на сцене зала представляли: Иосиф Кобзон, Алла Пугачева, Валерий Леонтьев, Надежда Бабкина, Филипп Киркоров, Лайма Вайкуле, Земфира, Николай Носков, группы «Алиса», «Моральный Кодекс»; иностранные исполнители и коллективы: Smokie, Moby, Armin Van Burren, Muse, Prodigy, Manowar и др. Имея богатейший опыт проведения различных концертных программ, массовых мероприятий, творческих вечеров, коллектив ГЦКЗ «Россия» быстро адаптировался в новых условиях и нашел новые направления деятельности, используя все возможности новой сцены



Государственный центральный концертный зал «Россия» (ГЦКЗ «Россия») – муниципальное учреждение культуры, подчинённое Правительству Москвы. Первоначально располагался в южном корпусе разобранной гостиницы «Россия». После демонтажа гостиницы концертный зал переехал во Дворец спорта Лужники.



и прилегающей территории. И сегодня у нас два основных направления деятельности: первое – это концертная деятельность, и второе – проведение различных деловых, культурных, спортивных и событийных мероприятий.

Назовите наиболее яркие события, прошедшие в зале ГЦКЗ «Россия».

А.Г.: Из значимых событий я бы отметил: Международный симпозиум имплантологов, юбилейный вечер Вячеслава Зайцева «75 лет радости бытия», Национальная премия лучшим врачам России «Призвание». В 2014 году в ГЦКЗ «Россия» прошло более 120 мероприятий, в т. ч. форумы, выставки, концертные программы, праздники, фестивали, спектакли, мюзиклы, презентации, шоу с участием звезд эстрады, театра и кино, фотовыставки, а также различные корпоративные мероприятия – юбилеи компаний, праздники, презентации.

Среди них: VI фестиваль детской художественной гимнастики «Алина», организованный при поддержке Благотворительного фонда Алины Кабаевой; Ледовое шоу «Снежный король» с участием Евгения Плющенко, Ирины Слуцкой и других знаменитостей; фотовыставка «Крым: возвращение домой»; VII Международный фестиваль «Солдаты России»; III Московский фестиваль «Звездные дети»; мюзикл «Пять золотых» с участием актеров и детей с ограниченными возможностями здоровья; Всероссийский фестиваль-конкурс «Хрустальные звездочки» для одаренных детей России; концерт «Шедевры мировой музыки – москвичам»; музыкальные спектакли «Волшебник изумрудного города», «Золотая птичка» и «Волшебная лампа Аладдина», а также вечер бокса: поединок российского боксера тяжеловеса Александра Поветкина и Карлоса Такама за титул WBC Silver; Спортив-



Сегодня ГЦКЗ «Россия», владея совершенным светотехническим комплексом и звуко-техническим оборудованием, имеет возможность создавать музыкальные и эстрадные программы с уникальными постановочными эффектами. Зрительный зал вмещает от 2000 до 7500 человек. Партер может быть преобразован в ресторанный зону на 1100 мест. В зале работает более 250-ти сотрудников, которые полностью обеспечивают весь творческий и производственный процесс.

но-светское шоу, включающее десять зрелищных поединков по правилам смешанных единоборств (ММА); Спортивное шоу «Fight nights. Битва 17», в рамках которого сразились сильнейшие российские бойцы, которым противостояли искушённые оппоненты из Азии, Америки и Европы. Цирк дю Солей представил в этом году на нашей площадке два цирковых шоу «iD Eloize» и «Dralion» с участием ведущих цирковых исполнителей мира. В рамках Дней культуры Индии в Москве прошел фестиваль индийской культуры «Goloka fest». При поддержке Правительства Москвы и Правительства Волгоградской области в рамках Дней Волгоградской области в Москве, прошла концертная программа «Земля солнца и мира». В преддверии Дня матери и всемирного

Дня ребенка, в рамках благотворительного проекта «Дорогою добра», прошел концерт «Спасибо маме» с участием звезд российской эстрады, популярных актеров. Для выпускников школ мы провели «Выпускной бал» с участием звезд эстрады и молодых исполнителей. Ко Дню защиты детей в нашем зале прошла программа «Взрослые и дети», информационным партнером которой выступил Первый канал и др. Но наиболее ярким и запоминающимся мероприятием года, конечно, была Церемония зажжения Городской чаши Паралимпийского огня, которая состоялась в ГЦКЗ «Россия» в марте прошедшего года.

Как, по вашему мнению, проведение подобного рода мероприятий способствуют повыше-

нию имиджа Москвы?

А.Г.: Проводимые в ГЦКЗ «Россия» различные деловые, культурные, спортивные и событийные мероприятия, несомненно, способствуют повышению имиджа Москвы как международного туристского, культурного и делового центра, увеличивают поток туристов в российскую столицу.

Кто поддерживает Вас в реализации ваших программ и проектов?

А.Г.: Поскольку Государственный центральный концертный зал «Россия» подчинен Правительству Москвы, то в первую очередь при проведении различных мероприятий нас поддерживают различные структуры Правительства Москвы: Департамент культуры города Москвы, Департамент социальной защиты населения города Москвы, Комитет общественных связей мэрии Москвы, Московский профсоюз, Департамент средств массовой информации и рекламы города Москвы, Москомспорт, на федеральном уровне – Министерство культуры Российской Федерации, а также отраслевые ассоциации, фонды и СМИ.

Сегодня Москва предлагает множество различных площадок для проведения различного рода мероприятий. Чем ГЦКЗ «Россия» отличается от других, в чем ваши конкурентные преимущества перед другими игроками московского рынка MICE?

А.Г.: В первую очередь – это наш зал, который может трансформироваться в зависимости от стиля и форм проведения мероприятий, от необходимого количества участников – 2500, 4300 и 7800. Немногие площадки Москвы могут проводить мероприятия крупного масштаба: это Государственный Кремлевский Дворец, выставочный центр «Крокус Экспо» и ГЦКЗ «Россия». Вместимость ГЦКЗ «Россия» позволяет проводить здесь как не-

большие мероприятия, которые могут насчитывать до 2 тысяч человек, так и широкомасштабные события до 7 тысяч участников, в т.ч. конгрессы, выставки, презентации, шоу. Достоинством нашей площадки является и просторная и вместительная сцена (ее ширина составляет 30 метров, глубина – 16,3 метра, высота – 1,2 метра) и наличие сверхмощной современной световой и акустической аппаратуры, которая дает возможность осуществлять самые смелые, оригинальные и креативные шоу-программы с множеством спецэффектов. Просторное фойе позволяет размещать выставочные экспозиции, застраивать под «круглые столы» и семинары. Еще одно наше преимущество – это наш уникальный коллектив. Коллектив ГЦКЗ «Россия» имеет богатейший опыт проведения различных деловых, культурных, спортивных мероприятий. Более 250-ти сотрудников обеспечивают весь творческий и производственный процесс и способны справиться с самыми сложными творческими и техническими задачами. Также нашим преимуществом является удобное месторасположение в центре Москвы. Рядом с ГЦКЗ «Россия» расположены гостиницы: «Корстон», «Рэдиссон Славянская», «Новотель Москоу Сити», гостиница «Золотое кольцо», гостиница «Юность» и др. Участники мероприятий могут посетить расположенные поблизости различные кафе и рестораны, а также музеи: музей кино, музей спорта «Лужники», народный музей истории московского метрополитена, Центральный музей Великой Отечественной войны и другие достопримечательности столицы, до центра можно добраться за 10 минут. Для удобства участников наших мероприятий мы регулярно организуем бесплатную доставку автобусом от метро «Воробьевы горы» с заходом на территорию до зала «Россия».



Общая площадь комплекса Лужники составляет около 180 га, на которых сосредоточены уникальная система парков, цветников, фонтанов, всевозможные технические постройки, объекты, позволяющие проводить на территории различные деловые, культурные, спортивные и событийные мероприятия.

Но главное наше преимущество – это то, что мы можем разработать и провести разнообразную культурную программу любого делового мероприятия.

Важная часть успеха в конкурентной борьбе – это налаженные контакты. Насколько тесно Вы сотрудничаете с организаторами МІСЕ-мероприятий?

А.Г.: У нас налажены хорошие контакты с различными международными и российскими ассоциациями, союзами и организациями. Достаточно тесно мы сотрудничаем с Международным конгрессом геологов, Международным конгрессом имплантологов, Корпорацией РМІ, Международной ассоциацией бокса, Московским городским центром реализации фестивальных и конкурсных программ,

политической партией «Единая Россия». Дружеские отношения у нас сложились с Благотворительным фондом Алины Кабаевой, Фондом Социально-культурных инициатив, Цирком дю Солей, Благотворительным фондом «Спешите делать добро», Благотворительным фондом социальных инициатив «Народное единство», Национальной родительской ассоциацией и др.

Какие услуги Вы предлагаете организаторам МІСЕ-мероприятий?

А.Г.: ГЦКЗ «Россия» предлагает организаторам мероприятий широкий спектр деловых, культурных и информационных услуг, в т.ч. аренда зала, техническое обеспечение мероприятия, кейтеринг, организация и проведение культурных программ.



Предусмотрены ли какие-нибудь дополнительные услуги для организаторов деловых, культурных, спортивных и событийных мероприятий?

А.Г.: Дополнительно мы предлагаем такие услуги, как синхронный перевод, бронирование гостиниц, транспортное обслуживание мероприятий и доставку участников мероприятий от станции метро «Воробьевы горы» и обратно, оформление мероприятий живыми цветами и тканями, услуги фотографа, видеооператора, музыкальное сопровождение мероприятий. Организуем также развлекательную и экскурсионную программы, помогаем в разработке и проведении шоу-программ, предоставляем парковочные места.

Как обстоит дело со скидками и специальными предложениями?

А.Г.: Мы практикуем индиви-

дуальный подход к каждому организатору мероприятия. Постоянные партнеры имеют преимущества при заключении договоров и индивидуальные скидки на наши услуги.

Как организаторы деловых, культурных, спортивных и событийных мероприятий могут забронировать ваш зал для проведения своего события и за сколько времени необходимо это сделать?

А.Г.: Представители РСО (профессиональные организаторы конгрессов) могут написать письмо о намерениях и выслать по электронной почте на адрес приемной директора, письмо будет рассмотрено в течение одного дня. При наличии обратной связи менеджеры ГЦКЗ «Россия» свяжутся с заказчиком и обсудят необходимые действия. Минимальный срок для бронирования зала – три месяца.

Однако бывает по-разному, и ситуация зависит от времени года и заполняемости зала.

Представлю кратко руководящую структуру Зала «Россия». Художественный руководитель-директор ГЦКЗ «Россия» – Беленький Александр Григорьевич; заместитель директора – Фильченков Владимир Константинович; заместитель директора, начальник концертного отдела – Ятор Игорь Зиновьевич.

Сегодня многие говорят о том, что в Москве нет конгрессной площадки для проведения крупных конгрессов свыше 5 тыс. участников. А как вы думаете, Москве необходимо построить новый зал для проведения крупных конгрессных мероприятий или необходимо все-таки в первую очередь использовать уже существующий потенциал города Москвы, например, такой зал как Ваш?



А.Г.: По моему мнению, прежде всего надо использовать уже существующий потенциал Москвы. В Москве много площадок для проведения различных мероприятий, но которые не полностью востребованы. Давайте сначала заполним их, а если их окажется недостаточно, то тогда конечно, Москве будет необходимо построить новые площадки, но только такого масштаба, которые действительно будут востребованы рынком, а не будут простаивать.

Расскажите о ваших планах на будущее. Планируете ли привлекать крупные мероприятия на вашу площадку в этом году?

А.Г.: Конечно же, в этом году мы планируем продолжить работу по привлечению различных масштабных деловых, культурных, спортивных и событийных мероприятий на нашу площадку. Как обычно, мы планируем провести

наши ежегодные мероприятия, в т.ч. фестиваль детской художественной гимнастики «Алина», торжественную церемонию победителей городского конкурса профессионального мастерства «Московские мастера», «Выпускной бал 2015», традиционный фестиваль индийской культуры «Goloka fest», общегородской праздник «Навруз». Запланированы также шоу-показ «R&J Estel» с участием ведущих российских стилистов, модельеров и дизайнеров, праздничное ледовое шоу Ильи Авербуха с участием звезд фигурного катания, театра, кино и эстрады, заключительный концерт 5-го фестиваля ансамблей песни и пляски внутренних войск МВД России, сольный концерт Академического ансамбля песни и пляски внутренних войск МВД России, посвященный Дню защитника Отечества; сольная программа легендарного коллектива –

Государственного академического хореографического ансамбля «Березка» им. Н. С. Надеждиной, юбилейный концерт народного артиста РФ Юрия Антонова, посвященный 70-летию композитора, межрегиональный семинар компании «Danon». Ведутся переговоры о проведении различных событий с международными и российскими организаторами мероприятий, ассоциациями и союзами, корпоративными заказчиками на проведение деловых, культурных, спортивных и событийных мероприятий. Мы готовы к любым формам сотрудничества с организаторами МICE-мероприятий. Приглашаем вас и ваших читателей посетить наши мероприятия в этом году.

■ **Ольга Зайкова**



Radisson Blu: Новые тренды на российском рынке

Интервью с Деборой Хейнс

Региональным директором по бренду Radisson Blu в России

Гостя нашего номера – Дебора Хейнс, региональный директор по бренду Radisson Blu в России. Мы не случайно решили встретиться с Деборой, чтобы поговорить о гостиничной и конференц-инфраструктуре – в портфеле бренда Radisson Blu современные конференц-отели, которые располагаются как в крупнейших городах мира, так и в популярных курортных направлениях. Мы встретились с Деборой в гостинице Radisson Blu Белорусская и попросили рассказать об особенностях конгрессной индустрии в России.



Как Вы оцениваете развитие конгрессной индустрии в России?

Д.Х.: 2014 год отметился смещением в сторону уменьшения количества конференций в целом, однако, мы увидели, что увеличивается количество участников проводимых мероприятий. Вместе с тем, мы наблюдаем достаточно высокий спрос на проведение мероприятий в первом квартале 2015 года для регионов с высокими конференц-возможностями, как например, Санкт-Петербург и Сочи, а также на уже традиционных московских площадках. Кроме того, растет интерес к проведению мероприятий в курортных направ-

лениях таких, как, например, Завидово (Тверская область).

Небольшие конференции и встречи смещают акцент в сторону проведения телеконференций, поэтому мы отмечаем заметное увеличение спроса на организацию онлайн-конференций в Москве.

Как Radisson Blu может способствовать развитию конгрессной отрасли в России?

Д.Х.: Прежде всего, Radisson Blu приносит новые тренды на российский рынок. В том числе, в области организации мероприятий. И в этой связи позвольте представить Вам программу «Эволюция мероприятий» брен-

да Radisson Blu. Программа начинается с простого процесса планирования и резервирования - независимо от масштаба события и места его проведения, с помощью комплексного поиска от Radisson Blu можно найти максимально подробную информацию о конференц-возможностях каждого отеля, а также планы этажей в формате 3D.

Ключевые особенности программы «Эволюция мероприятий» - три отличительных элемента. Первый - «Пища для ума» (Brain Food) - инновационное решение по организации питания, разработанное профессиональными шеф-поварами и диетологами. В меню включены свежие, хоро-



Radisson Blu®, один из ведущих гостиничных брендов в мире, в портфель которого входит более 280 отелей в 62 странах. Фирменное гостеприимство яркого и современного бренда Radisson Blu характеризуется уникальной философией обслуживания «Да, я могу!» (“Yes I can!”) и предполагает первоклассный сервис. Все отели сети предлагают фирменные услуги, призванные удовлетворить потребности современных путешественников, и дают «100% гарантию качества обслуживания». Radisson Blu известны во всем мире как «Отели, где Вам всегда скажут «Да!» (Hotels Designed To Say Yes!™) и отличаются особым подходом к дизайну, акцентированном на деталях. Отели Radisson Blu удобно располагаются в крупных городах, при аэропортах и на курортах в самых различных уголках мира.

Radisson Blu входит в портфель брендов под управлением гостиничной группы Carlson Rezidor, в числе которых также Quorvus Collection, Radisson®, Radisson Red, Park Plaza®, Park Inn® by Radisson и Country Inns & Suites By CarlsonSM.

шо сбалансированные продукты, преимущественно местного происхождения, с низким содержанием жира и сахаров: рыба, хлеб из цельного зерна, фрукты и овощи – всё это поддерживает стабильный уровень сахара в крови, позволяет гостям побороть возможное волнение и сохраняет высокую концентрацию внимания. Второй элемент – Brain Vox – инновационная комната для переговоров, специально созданная в участвующих отелях для повышения эффективности работы и стимулирования творческого потенциала. В комнате Brain Vox все будет способствовать креативному процессу, даже мебель здесь совершенно особенная – лаундж-кресла и подушки, которые можно передвигать и компоновать по желанию гостей. При этом комнаты оснащены регулируемыми системами освещения и специальными инструментами, например, стенами или досками из оргстекла, на которых можно записывать идеи. Третьим элементом концепции является связь: все отели Radisson Blu предлагают делегатам бесплатный высокоскоростной доступ в Интернет.

Программу по проведению деловых мероприятий дополняют и другие традиционные для Radisson Blu услуги, такие как философия сервиса “Yes I Can!” (Да, я могу!), гарантирующая 100% уровень удовлетворенности гостей благодаря дружелюбному отношению персонала и про-активному подходу. Кроме этого, гости смогут присоединиться к программе Ответственного бизнеса компании и проводить встречи, используя раздаточные материалы на электронных носителях, экономя бумагу. Также, участникам программы лояльности «Club Carlson для организаторов мероприятий» отель помогает заботиться о нашей планете – гостиница компенсирует выбросы углекислого газа, которые выделяются в рамках

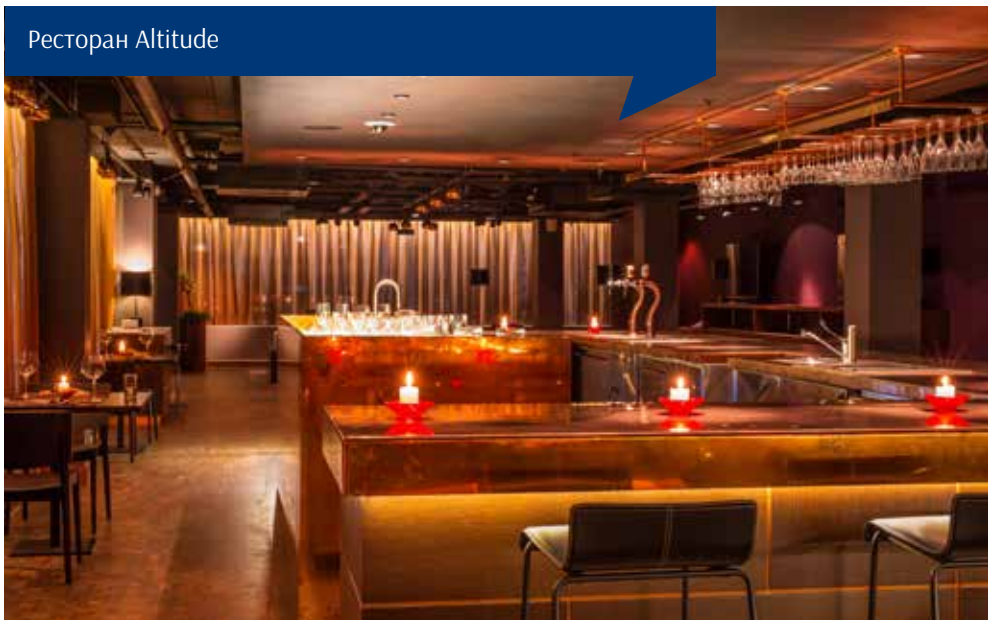
проведения мероприятия.

В такое непростое время Вы решили открыть отель Radisson Blu Аэропорт Шереметьево с такими уникальными конгрессными возможностями, да к тому же не в центре Москвы. Как вы планируете заполнять эти конференц-залы?

Д.Х.: Во-первых, стратегия компании заключается в том, чтобы наши отели находились в ключевых центрах – ключевых городах и финансовых центрах, то, чего мы добились сейчас в Москве, при этом необходимым условием является транспортная доступность. Для бренда стратегически важно присутствие в крупнейших аэропортах, отмечу, что компания Carlson Rezidor, управляющая брендом Radisson Blu – крупнейший гостиничный оператор при аэропортах в Европе. Открытие отеля Radisson Blu Шереметьево Аэропорт является одним из ключевых для группы Carlson Rezidor в этом году. Единственный международный отель премиум-класса в Москве, расположенный в самом сердце одного из крупнейших аэропортов страны и соединенный пешеходной галереей с его основными терминалами, стал значимым вкладом в развитие столицы как транспортного и бизнес-хаба.

Radisson Blu Шереметьево Аэропорт – это ультрасовременный отель, предоставляющий весь спектр услуг гостиниц бренда Radisson Blu. В инфраструктуру гостиницы входит 391 современных, изысканных и функциональных номера различных категорий, современный фитнес-центр, финская сауна и турецкий хаммам. Многофункциональный конференц-центр площадью 200 кв.м. и 47 оснащенных современным оборудованием переговорных комнат для проведения бизнес-мероприятий, а также удобное расположение, позволяющее оказаться на встрече практически через

Ресторан Altitude



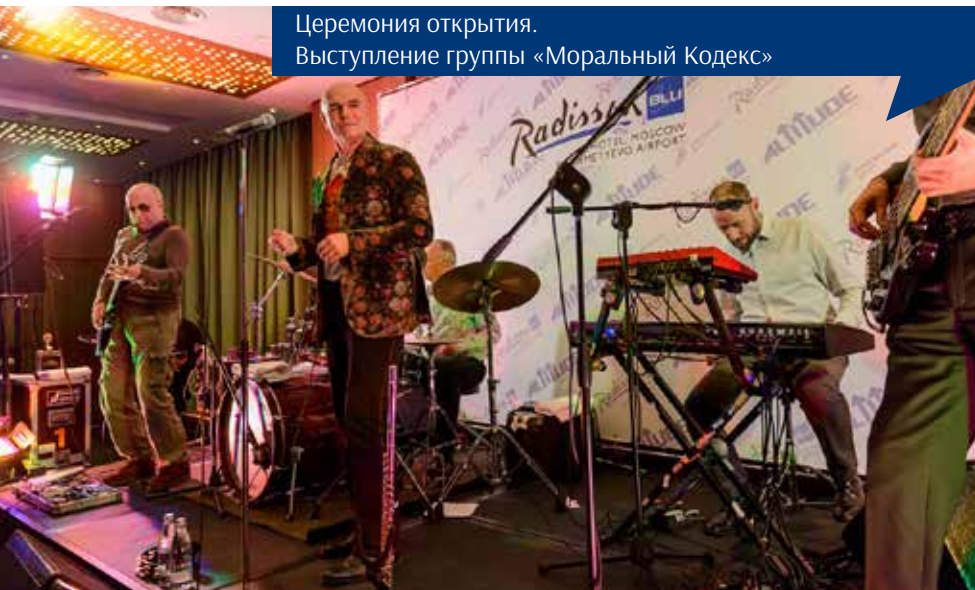
Ресторан Stratosphere



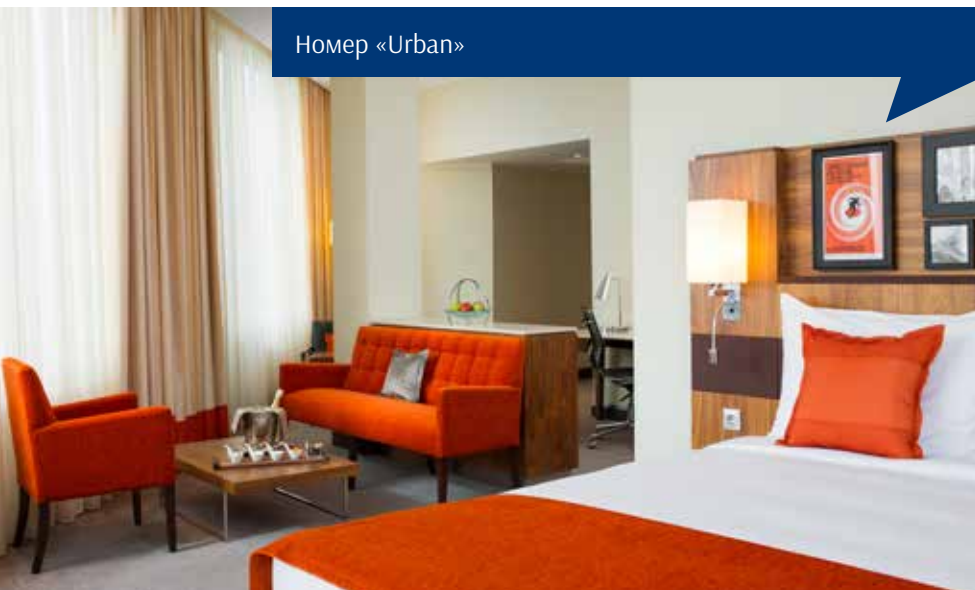
Конференц-зал Москва Radisson Blu Sheremetyevo



Ресторан Altitude

Церемония открытия.
Выступление группы «Моральный Кодекс»

Номер «Urban»



5 минут после получения багажа, формируют новый тренд для организации мероприятий и деловых встреч в Москве.

Как только путешественники сходят с трапа самолета, они видят наш бренд. И это очень важно для повышения узнаваемости. Кроме того, отель Radisson Blu Шереметьево Аэропорт предлагает то, что ни один другой бренд в данный момент не может предложить: пройдя по крытому пешеходному переходу из терминалов аэропорта Шереметьево в отель, гости могут попасть на встречу или мероприятие через считанные минуты после получения багажа. Проведение встреч, конференций и мероприятий в аэропорту уже давно реализуется в Европе, ведь это серьезная экономия времени и ресурсов, так как гостям мероприятия не нужно ехать в центр города, чтобы попасть на конференцию. Возле крупнейших европейских авиа-хабов, как например, лондонский «Хитроу», амстердамский «Скипхол», парижский «Шарль-де-Голь», работает по 15-20 отелей, где проводятся мероприятия на постоянной основе. В Россию тренд проведения мероприятий при аэропортах только приходит и мы рады, что способствуем его развитию.

Как определить, насколько необходимо открывать конференц-отель в том или ином городе?

Д.Х.: Различные рынки и города имеют различные потребности в проведении конференций и мероприятий. Наша задача – совместно с местными инвесторами и партнерами определить, где существует спрос или потенциал для появления спроса на проведение конференций, и правильно спланировать инфраструктуру отеля.

На данный момент многие наши отели являются ключевыми

конгресс-площадками на своих рынках. Например, в Сочи отель Radisson Blu Resort & Congress Centre уже давно получил признание, как самая значимая конференц-площадка региона – этот отель предлагает один из самых крупных конференц-центров на юге России, здесь проводились значимые и масштабные российские и международные мероприятия.

Какие Ваши планы в России на перспективу?

Д.Х.: Динамичное развитие в течение предыдущих лет способствовало тому, что наша компания стала одной из самых быстрорастущих в регионе. Отмечу, что на данный момент в России Группа Carlson Rezidor (управляет брендом Radisson Blu) является крупнейшим международным гостиничным оператором – компания управляет 30 гостиницами на более чем 8 900 номеров. Бренд Radisson Blu представляют 13 отелей, расположенных в Москве, Санкт-Петербурге, Сочи, Калининграде и Челябинске.

Мы стремимся быть компанией, которая формирует партнёрские отношения с владельцами наших отелей, ведущие к успешным результатам. Наши бренды дают обещания и выполняют их. Основной акцент в дальнейшем развитии бренда Radisson Blu направлен на ключевые города, где целесообразно появление отелей уровня upper upscale.

Как по Вашему мнению, Россия может стать международным конгрессным центром?

Д.Х.: К сожалению, ограничения, связанные с процессом получения визы в России, делают это затруднительным – финансовая составляющая, связанная с перелётами и процессом оформления визы, ограничивает возможности для проведения крупных международных конференций и форумов. Хотя внутренний

рынок готов рассматривать предложения для проведения международных мероприятий практически любого формата – здесь есть современные и даже во многом уникальные конференц-возможности, например, новый «Конгресс-парк», расположенный напротив отеля Radisson Royal, Москва.

В России впервые выходит журнал о конгрессной отрасли CongressTime, что Вы пожелаете издателям журнала и его читателям?

Д.Х.: Конференц-рынок – это очень яркая и динамичная индустрия, которой есть, что предложить. Разнообразие и широта возможностей является замечательным стимулом для тех, кому посчастливилось работать на этом рынке, а инновации, которые предлагает компания Carlson Rezidor являются прово-

дником для конференций и мероприятий в этом путешествии. Концепция «Смарт мероприятия» от Park Inn by Radisson и «Эволюция мероприятий» от Radisson Blu разработаны, чтобы дать новый импульс форумам и мероприятиям компании любого масштаба, что, в свою очередь, даст новый стимул для развития этих компаний.

Я хотела бы пожелать журналу такого же яркого и динамичного развития, как сама конгресс-индустрия!

■ Людмила Ревовина

Выражаем благодарность за помощь в подготовке и проведении интервью Ирине Захаровой, региональному менеджеру по PR и коммуникациям по Восточной Европе гостиничной группы Carlson Rezidor.



Лобби в отеле Radisson Blu Sheremetyevo Airport



«Маяк» – мероприятия и отдых на высшем уровне

Интервью с Липатовой Т.В.
Директором комплекса отдыха «Маяк»

Одно из самых стильных загородных мест отдыха в Приморском крае – комплекс отдыха «Маяк», славится максимальным комфортом, гостеприимством и колоритной архитектурой. Красивые коттеджи в канадском стиле, живописные окрестности и, конечно же, море. Все это – уникальная возможность не только провести деловое мероприятие, но и полноценно отдохнуть. Мы попросили директора комплекса отдыха «Маяк» Татьяну Липатову рассказать, как можно совместить плодотворную работу и отдых в одном месте.

Татьяна Валерьевна, многие отдыхающие называют «Маяк» респектабельным местом отдыха. Как Вам удалось достичь такой высокой оценки?

Т.В.: Конкуренция в нашем сегменте рынка в Приморском крае очень высока. Еще на стадии проектирования комплекса в 2012 году, мы твердо решили для себя, что будем максимально уходить от однотипных приморских баз отдыха, которые выживают в первую очередь за счет только природных богатств: теплого моря, пляжа, свежего воздуха, а всё остальное, в принципе, уже становится вторичным. Нам же хотелось показать, что Приморье – это не только отдых на море, но это может быть и хороший сервис. «Маяк» в этом случае интересный пример, потому что летом – это resort-отель и, соответственно, требования к resort-отелю должны соблюдаться. В другое время – это загородный отель, которых достаточно много, например, в Подмосковье, но центральная часть России, а тем более Дальний Восток, в этом плане представлены слабо.

Наш комплекс отдыха расположен в очень удачном месте – это пригородная зона, совсем рядом с морским побережьем. Изначально мы поставили перед собой задачу – сделать территорию красивой и благоустроенной для того, чтобы гостям было приятно отдыхать и хотелось возвращаться к нам снова и снова. Чтобы органично вписать наш проект в окружающий ландшафт и создать особый колорит, было принято решение строить не большие деревянные коттеджи – комфортные и уютные в канадском стиле, в которых легко дышится и комфортно спится. Уже через год работы мы открыли гостиницу с рестораном. На сегодняшний день общий номерной фонд «Маяка» включает 97 комфортабельных номеров и вмещает 135 человек для про-



живания. Оснащение всех номеров соответствует европейским стандартам для комфортного и безопасного отдыха. В каждом номере обустроены балконы с прекрасными видами.

Мы очень старались создать собственную уникальную атмосферу комфорта и уюта, но без квалифицированного персонала достичь высокого уровня сервиса нам бы не удалось. Персонал – это отдельная тема. Сервисный персонал, такой как официанты – это, на самом деле, проблема для Дальнего Востока, потому что у нас не учат этому, не учат правильному сервису. Поэтому мы сами растим свой персонал, проводим обучение и стажировки. Я считаю, что лучше взять человека без опыта, но с желанием работать и воспитать в нем правильное отношение к сервису. Причем это и линейщики, и менеджеры – касается всех.

У нас разработаны и действуют корпоративные стандарты сервиса, включающие круглосуточное обслуживание. Все сотрудники нацелены на то, чтобы гостю было уютно и комфортно. Наверное, о нас говорят как о предприятии международного уровня в том числе и по этой

причине. Я очень горжусь своей командой – ведь состав менеджеров «Маяка» не меняется с самого открытия. И для меня это, наверное, самый лучший комплимент как для руководителя.

Для координации всех бизнес-процессов мы используем отельную систему автоматизации бизнеса – Fidelio. Это крайне облегчает работу с точки зрения организации логистики на всей нашей территории, площадь которой больше 6 гектаров.

Ориентируемся мы всё-таки больше на привлечение людей, которые привыкли к комфортному отдыху и которым есть с чем сравнивать, в том числе это и VIP-гости. Я лично стараюсь как можно чаще общаться с нашими гостями, так как именно понимание ожиданий клиента помогает нам постоянно улучшать свой сервис. Получая обратную связь, мы анализируем допущенные ошибки и корректируем свою работу. Может быть, это будет слишком хвастливо, но мне кажется, что с точки зрения сервиса мы, наверное, сейчас одни из лучших в Дальневосточном регионе. Поэтому я действительно горжусь тем, что помимо той красоты, которая окружает на-

шего гостя, есть еще и сервис высокого уровня.

Расскажите, пожалуйста, как часто проводятся деловые мероприятия в «Маяке»?

Т.В.: Благодаря удобному расположению (в получасе езды от города Владивостока и в 36 км от международного аэропорта «Владивосток») и высокому качеству предоставляемых услуг, комплекс отдыха «Маяк» является одной из востребованных площадок для проведения деловых мероприятий в Дальневосточном регионе. У нас было проведено более трехсот мероприятий. Наша инфраструктура позволяет проводить мероприятия различного масштаба и формата с количеством участников от 10 до 250 человек.

Мы предлагаем несколько площадок для проведения конференций, деловых встреч, банкетов и других мероприятий: конференц-зал, переговорная комната, банкетный павильон.

Если говорить о сезонности, то, конечно, наиболее востребованным является летний сезон. Особенно популярен август месяц, потому что это самый разгар приморского лета, теплое море и прекрасные августовские ночи. Благодаря тому, что «Маяк» является круглогодичным комплексом отдыха, то деловые мероприятия у нас можно проводить в любое время года.

Почему было принято решение об открытии собственного конференц-зала?

Т.В.: Начинали мы с небольшого конференц-зала вместимостью порядка 30 человек. Но уже в первый год работы столкнулись с тем, что стали поступать запросы на проведение более крупных мероприятий с количеством участников 150-200 человек. Для решения данной проблемы в теплое время года (с мая по октябрь) мы устанавливаем летний банкетный павильон. Это



тентовая конструкция, которая вмещает 250 человек и позволяет проводить различные мероприятия: мастер-классы, тренинги, семинары, конференции, презентации, выставки и т.п. Павильон особенно удобен для организации приветственных коктейлей, кофе-брейков, торжественных церемоний открытия или закрытия мероприятия, а также для регистрации участников.

Для небольших встреч за «круглым столом» в гостинице есть переговорная комната. Весной этого года был открыт «Дом творчества», на втором этаже которого расположен конференц-зал. В конференц-зале могут разместиться 150 участников в формате «театр» и порядка 80 участни-

ков в формате «класс». Благодаря вводу нового конференц-зала мы готовы принимать мероприятия в любой сезон. Таким образом, наш комплекс может одновременно принять у себя несколько бизнес-мероприятий с общим количеством участников около 400 человек в летний сезон и около 200 человек в зимний сезон.

Предоставляются ли организаторам деловых мероприятий дополнительные услуги: оборудование для конференций, организация кофе-брейков?

Т.В.: Хочется отметить, что чаще всего поступают запросы именно на «пакетную» услугу, включающую размещение участников, аренду конференц-залов, орга-





низацию питания, разработку индивидуальной программы развлечений для участников мероприятия. Мы всегда внимательно прислушиваемся к пожеланиям организаторов мероприятий и стараемся оказать услуги, максимально соответствующие их запросам и требованиям.

В ходе мероприятий наша Служба питания организует кофе-брейки и бизнес-ланчи, а также вечерние банкеты в ресторане «Маяка», который расположен на первом этаже гостиницы. Элегантный интерьер ресторана, выполненный в классическом стиле, станет прекрасным местом как для делового ужина, так и для корпоративной вечеринки. В хорошую погоду наши гости могут

пообедать на открытой террасе ресторана, наслаждаясь красивым видом окружающей природы. Для проведения банкетов и корпоративных праздников у нас есть открытая беседка – ротонда, с которой открывается живописный вид на побережье. Это идеальное место для проведения на свежем воздухе торжественного приема в честь открытия или закрытия мероприятия.

Опытные специалисты оказывают полное техническое сопровождение мероприятий. В конференц-залах имеется все необходимое презентационное оборудование: мультимедиа-проектор, система звукоусиления, проекционный экран, флипчарт и т.п.



Для организации и проведения арт-программ мы привлекаем событийные агентства. Это опытные менеджеры, которые уже показали себя на нашей территории и знают наши требования: что у нас нельзя вбивать гвозди в деревья, клеить скотч на брусчатку и так далее. Поэтому они всегда выполняют свою работу лучшим образом.

Предлагаете ли Вы такую услугу как «конференц-пакеты»?

Т.В.: Знаете, очень не хочется обещать и не сделать. Безусловно, конечно, есть определенные льготные предложения, которые зависят от масштаба, сложности и бюджета конкретного мероприятия. И мы очень часто идем навстречу, но это всегда индивидуально рассматривается. Очень сложно усреднить это всё, потому что запросы очень разные. У нас есть офис продаж, в котором менеджеры принимают заявки на проведение мероприятий. В ходе формирования заявки готовится смета, обсуждаются все нюансы и детали, а далее уже мы рассматриваем возможные варианты предоставления каких-то послаблений в финансовом плане.

Какими видами отдыха в «Маяке» могут воспользоваться участники деловых мероприятий?

Т.В.: Большая территория комплекса позволяет нам предлагать гостям всё новые и новые развлечения абсолютно на любой вкус. Есть многофункциональная спортивная площадка для игры в волейбол, мини-футбол, баскетбол, теннис, а также площадки для проведения корпоративных соревнований игры в пейнтбол и лазертаг. Можно позаниматься на современных тренажерах в фитнес-зале, поиграть в бильярд, боулинг или настольный теннис. После напряженных деловых мероприятий наши гости могут посетить спа-салон и по-

баловать себя сеансом лечебного или расслабляющего массажа. В мае месяце мы открыли Оздоровительный центр – это отдельное здание, в котором есть нефритовый хамам, 2 бани на дровах. В течение дня можно позагорать в шезлонге на террасе или поплавать в бассейне с пресной водой. На период с конца ноября до начала марта мы заливаем на территории комплекса большой коток. Нередко мы получаем отдельные корпоративные заказы на организацию групповых занятий для взрослых в «Доме творчества». Мы предлагаем большой выбор творческих мастер-классов на любой вкус.

Когда мы создавали парковую зону, то старались сохранить первозданную природу. В этом смысле нам очень повезло с ландшафтным дизайнером. Это человек с хорошим чувством вкуса и умеет совмещать искусственные насаждения с окружающей природой, сохраняя при этом очарование приморских пейзажей. Поэтому в нашей парке можно полюбоваться местными экзотическими растениями-«дальневосточниками»: бархат амурский, орех маньчжурский, лимонник и др. Или устроить пикник на свежем воздухе. Для этого имеются многочисленные беседки различной вместимости и оборудованные места для барбекю. Также мы предлагаем гостям провести вечер у костра: в укромном уголке в лесу на территории комплекса расположена большая костровая площадка, где можно погреться у открытого огня и даже попеть песни под гитару.

И, конечно, самое главное – это пляжный отдых, который особенно привлекателен для иногородних гостей. Море – это наша гордость. У нас ухоженный пляж – замечательное место для того, чтобы позагорать на солнце, покататься в теплом море. Пляж оборудован всем необходимым: шезлонгами, раздевалка-



ми, на самом берегу расположена морская беседка. Рядом с нами есть большой дикий пляж – очень красивый, немного медитативный, поэтому туда можно уйти, чтобы уединиться и побыть в тишине, побродить вдоль берега, посидеть на скалах, насладиться шумом моря. Вообще с морем связано множество развлечений: рыбалка, катание на «бананах» и водных мотоциклах, прогулка на яхте, ныряние с аквалангом и многое другое.

После окончания конференции у участников есть возможность отправиться на прогулку на катерах. Морская навигация открывается с мая по октябрь, поэтому в этот период мы рекомендуем совершить увлекательное морское путешествие, полюбоваться на достопримечательности Владивостока: мосты через бухту Золотой Рог и пролив Босфор Восточный, новый кампус Дальневосточного федерального университета и др. Вечерний закат – это не только лучшее время для морской прогулки, но и прекрасная возможность совместить вечерний фуршет с наслаждением красивыми видами моря и огнями вечернего города.

Если всё организуется заранее, тогда спектр развлечений

может быть очень широкий – здесь уже насколько фантазии хватит у заказчика и насколько смелы будут организаторы с точки зрения каких-то необычных идей. Со своей же стороны мы всегда стараемся находить и поддерживать креативные решения в организации досуга участников мероприятий, а также постоянно расширяем ассортимент услуг и развлечений. Основываясь на своем опыте работы, мы советуем организаторам мероприятий включать в программу дополнительный день для отдыха участников после напряженной работы. Это особенно актуально для бизнес-мероприятий с присутствием иногородних участников.

Если говорить о наших ближайших планах на развитие, то мы будем и дальше продолжать удивлять наших гостей. Сейчас мы уже работаем над новым проектом. Я думаю, что стройка начнется через год-полтора и это тоже будет сюрпризом для Дальнего Востока в какой-то степени. Поэтому приглашаем всех к себе в гости не только для проведения деловых мероприятий, но и просто для хорошего отдыха!

■ Татьяна Мелто



Деловые мероприятия и отдых на побережье Тихого океана!

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



(423) 275-22-55

www.mayakonline.ru



Об отеле

Отель «Холидей Инн Самара» – один из самых современных и комфортабельных отелей города Самары. Идеальное месторасположение отеля «Холидей Инн Самара» в исторической части города, в пределах 10-минутной транспортной доступности от ж/д вокзала, идеально подходит для работы и отдыха.

Удобные номера, конгрессные залы, высокий уровень сервиса и множество дополнительных услуг в сочетании с его близостью к центру города делают отель «Холидей Инн Самара» популярным среди туристов, бизнесменов и организаторов MICE-мероприятий.

В отеле 177 номеров следующих категорий:

- Стандарт - 142 (King - 25, Queen - 51, Twin - 66);
- Номер повышенной комфортности (Executive – 26, King - 24, Queen - 2);
- Люкс (Junior Suite – 8);
- Президентские апартаменты (Presidential - 1).

Конгрессные возможности

Мы рады предложить вам комфортабельные конференц-залы в центре города 13 комфортных конференц-залов, вместимостью до 1000 человек, сочетают современный дизайн, практичность и новейшее

техническое оборудование. Специально для вашего мероприятия шеф-повар разработают меню, а наша команда обеспечит безупречный сервис. Если вы планируете организовать деловой завтрак, важное совещание, церемонию награждения или даже грандиозную свадьбу – сделайте это в отеле «Холидей Инн Самара»!

Конференц пакеты 8-часовой пакет

- Аренда зала
- Флипчарт
- Экран
- Проектор
- Стеклянная стойка/кафедра
- Приветственный кофе-брейк
- Обед «Шведский стол»
- Европейский кофе-брейк
- Вода

24-часовой пакет

- Аренда зала
- Флипчарт
- Экран
- Проектор
- Стеклянная стойка/кафедра
- Приветственный кофе-брейк
- Обед «Шведский стол»
- Европейский кофе-брейк
- Вода
- Ужин «русский стол»
- Проживание (вкл. завтрак)



Вместимость залов

Название залов	Фуршет	Театр	Класс	П - форма	Длинный стол	Кабаре	Банкет
Саратов	40	60	30	25	20	20	18
Волгоград	40	60	30	25	20	20	18
Тольятти	40	60	30	25	20	20	18
Нижний Новгород	40	60	30	25	20	20	18
Жигулевск	40	60	30	25	20	20	18
Саранск	-	-	-	-	22	-	-
Тверь	80	90	50	35	36	30	40
Ярославль	80	90	50	35	36	30	40
Кострома	80	90	50	35	36	30	40
Казань	80	90	50	35	36	30	40
Самара	150	200	85	70	70	80	85
Ред Рум	20	20	20	15	20	15	20
Малый банкетный зал	130	160	85	60	60	60	60
Большой Банкетный зал	350	400	200	80	80	150	260
Приват Атриум	60	100	60	50	35	40	50
Атриум Ресторан	250	-	-	-	-	-	300
Фойе 2-го этажа	250	-	Выставка 40 столов	-	-	-	-
Фойе 3-го этажа	180	200	85	70	70	70	70

Досуг и развлечения

Оцените изысканные блюда европейской и русской кухни в ресторане The Brasserie на первом этаже отеля, и Ваше время пробежит незаметно в уютной атмосфере за бокалом вина или чашечкой ароматного кофе. Обязательно попробуйте невероятно вкусные десерты, и вы не останетесь равнодушными!

Вы устали от работы, а времени на отдых нет - проведите время с удовольствием в нашем SPA центре с бассейном, джакузи и гидромассажем, а также турецкой и шведской сауной.

Если у вас появилось свободное время, обязательно посетите уникальные достопримечательности города, которые расположены рядом с отелем: Театр Оперы и Балета, Художественный музей, Драматический театр, Бункер Сталина, зайдите в торговые центры или просто прогуляйтесь по знаменитой самарской набережной.

Дополнительно отель предлагает:

- Массажный кабинет;
- Тренажерный зал;
- Парикмахерская и салон красоты;
- Турагентство;
- круглосуточная доставка блюд и напитков в номера;
- Беспроводной Интернет Wi-Fi;
- Бизнес-центр;
- Подземная и наземная парковка;
- Прачечная, химчистка.

Если вы решили забронировать гостиницу или конгрессную площадку в отеле «Холидей Инн Самара», свяжитесь с нашим отделом продаж, и вам помогут определиться с выбором номера, зала, а также проконсультируют по всем возникшим вопросам по телефону: +7 (846) 372 7000



PLUS

Vega Hotel & Convention Center

★★★★★

www.hotel-vega.ru



Об отеле

BEST WESTERN PLUS Vega Hotel & Convention Center входит в самую большую международную гостиничную сеть BEST WESTERN, которая гордится своими высокими стандартами качества и гостеприимством.

Миссия отеля – искренняя забота о Вас и Вашем комфорте и безопасности.

Удобное месторасположение отеля, комфортабельные номера, конгрессные возможности, ресторанное обслуживание, уникальные достопримечательности рядом с отелем, привлекают заказчиков конгрессных мероприятий и туристов.

BEST WESTERN PLUS Vega Hotel & Convention Center предлагает 990 комфортабельных номеров первой категории, уютная атмосфера которых позволит Вам расслабиться и отдохнуть после насыщенного дня. Каждый номер оснащен мини-сейфом, системой кондиционирования, комплектом туалетных принадлежностей, чайником с чайным набором и питьевой водой.

Дополнительно отель предлагает:

- камера хранения, индивидуальные сейфы;
- обмен валюты, сувенирные киоски;
- медпункт;
- салон-парикмахерская, сауна;
- фитнес-центр;
- химчистка, прачечная, ремонт одежды;
- интернет-кафе, бесплатный WI-FI;
- румсервис;
- подземная автостоянка, заказ автотранспорта, авиа- и ж/д билеты;

- визовая поддержка.

Остановившись в BEST WESTERN PLUS Vega Hotel & Convention Center, Вы получите заряд хорошего настроения и положительных эмоций.

Конгрессные возможности

BEST WESTERN PLUS Vega Hotel & Convention Center является одним из лучших мест в Москве для проведения разноплановых мероприятий. Конгресс-центр отеля имеет большой опыт работы с международными организациями и государственными учреждениями, политическими партиями, спортивными комитетами, научно-исследовательскими институтами и учебными заведениями.

К услугам гостей:

- 17 оборудованных конференц-залов общей вместимостью до 1350 человек;
- Бесплатный высокоскоростной WI-FI;
- Консультационное и техническое сопровождение мероприятия;
- Бизнес-центр, предоставляющий услуги копирования, сканирования, срочной печати;
- В каждом зале оперативная телефонная связь с администратором конгресс-центра.

Воспользуйтесь преимуществами BEST WESTERN PLUS Vega Hotel & Convention Center для успешного проведения бизнес-мероприятий.

Ресторан

Ресторанный комплекс BEST WESTERN PLUS Vega Hotel & Convention Center вклю-



чает в себя 2 ресторана, 3 банкетных зала и 2 бара. Помимо разнообразных завтраков, обедов и ужинов, высококвалифицированный персонал поможет организовать любое мероприятие – кофе-брейки, банкеты, празднование свадеб и юбилеев. В ресторанах отеля каждый гость найдёт блюдо по своему вкусу: профессиональная команда поваров предложит блюда русской и европейской кухни, а изобретательные кондитеры искренне порадуют любителей сладкого.

Меню и концепция баров и ресторанов BEST WESTERN PLUS Vega Hotel & Convention Center объединяет самое лучшее в гастрономии.

Досуг и развлечения

BEST WESTERN PLUS Vega Hotel & Convention Center расположен в красивейшем районе Москвы – Измайлово. В непосредственной близости от отеля располагаются исторические достопримечательности: Вернисаж, Измайловский парк с живописными прудами, церковь, основанная Петром Великим и Измайловский Кремль. До главного туристского объекта столицы, Красной площади, можно добраться всего за 15 минут на метро.

Завершить приятный день можно за чашечкой кофе или ужином в ресторанном комплексе отеля. Горячие и насыщенные обеды помогут Вам восстановить энергию и поддержать силы, а приглушённый свет и уютная атмосфера за ужином снимет усталость и положит начало приятному вечеру.

Вместимость залов

Название	Площадь (м ²)	Высота потолка	Театр	Класс	Круглый стол	П-образная
Зал «Врубель»	127,0	2,8	80	70	40	35
Зал «Левитан»	139,5	3,0	100	80	50	40
Зал «Васнецов»*	242,7	3,0	280	80	60	50
Зал «Суриков»*	192,5	3,0	190	100	80	60
Зал «Поленов»	73,2	3,0	60	40	35	30
Зал «Шишкин»	24,2	3,0	20	15	10	10
Зал «Брюллов»	35,0	3,0	30	25	20	15
Зал «Серов»	32,2	3,0	30	25	20	15
Зал «Перов»	42,7	3,0	35	30	25	20
Зал «Кустодиев»	63,1	3,0	45	30	20	18
Зал «Айвазовский»	61,4	3,0	45	35	25	20
Зал «Вдохновение»	261,0	2,8	170	110	70	50
Зал «Фантазия»	259,6	2,8	170	130	70	50
Залы «Фантазия» + «Вдохновение»	520,6	2,8	340	250	100	70
Залы «Васнецов» + «Суриков»*	435,2	3,0	470	200	120	90
Зал «Кандинский» + «Шагал»	161,7	3,0	120	100	60	50
Переговорная комната «Рерих»	20,3	3,0	-	-	6	-
Переговорная комната «Репин»	29,5	3,0	-	-	10	-
Переговорная комната «Саврасов»	30,0	3,0	-	-	10	-

* раскладка класс/круглый стол/П-образная возможна при заказе услуги «Переоборудования залов» (демонтаж сидений)



Технология организации конгрессных мероприятий

Александр Пасмуров

Генеральный директор ООО «Петербургская правовая коллегия»,
доктор технических наук

Автор первой в России, но до сих пор весьма полезной книги по конгресс-менеджменту «Как эффективно подготовить и провести конференцию, семинар, выставку», имеющий многолетний опыт работы в группе компаний «Рестэк», занимающийся обучением молодых специалистов в данной сфере.

Александр поделился с нами кратким алгоритмом технологии организации конгрессных мероприятий.

Роль конгрессов, конференций и других собраний как мощного средства бизнес-коммуникаций хорошо известна. Семинар, конференция и т.п. используются как важная составная часть комплекса маркетинга компании либо как непосредственное средство получения дохода (если компания продает свои услуги по организации каких-либо мероприятий).

Формы проведения таких мероприятий могут быть различными. В английском языке широко исполь-

зуется термин *event*, который обычно переводится как *событие*.

Любые по форме конгрессные события (или мероприятия), по сути, являются собраниями, на которых выслушиваются, иногда обсуждаются сообщения по каким-то вопросам, а затем (не всегда сразу) принимаются какие-то решения (что-то купить, куда-то поехать, с кем-то пообщаться, выбрать новое направление развития и т.д. либо то же самое, но с приставкой не). Отличия, в основном,

закключаются в количестве и географии участников, масштабности обсуждаемых тем, порядке ведения собрания и т.п.

Главное – все участники получают возможность пообщаться с коллегами, причем собранными вместе в большом количестве.

Если посмотреть на технологию организации такого события, то весь алгоритм его подготовки и проведения можно свести к следующей последовательности обязательных действий.

1

Определение целей и задач мероприятия

Если даже вы являетесь наемным организатором и ваша цель – просто получить прибыль после оказания своих услуг, то стоит помочь заказчику точнее определить исходную цель (от этого существенно будет зависеть и ваша прибыль). Желательно выразить цели и задачи количественно: контакты, число продаж и т.д. При этом не стоит отрываться от реалий и строить Нью-Васюки.

Как правило, цель подсказывает и средства, т.е. форму проведения мероприятия. Например, если вы хотите привлечь внимание к специализированной выставке и провести в ее рамках конференцию, естественно привлечь для выступлений крупных специалистов отрасли, лиц, от которых зависит ее развитие. Если ваша цель – продвижение товара, то стоит подобрать все меры для стимулирования продаж (яркое и броское знакомство с товаром, механизмы вовлечения целевой аудитории в процесс покупки, необычное оформление места проведения, призы и т.п.).

2

Подбор исполнителей (рабочей группы) и руководителя проекта

Формирование рабочей группы – очень важный момент, поскольку именно от нее, от отношения ее участников к делу зависит в значительной мере конечный успех или провал мероприятия.

Руководителем рабочей группы (проекта) становится, как правило, ответственный представитель из ведущей фирмы-организатора, имеющий право принимать решения.

Рабочая группа подбирает партнеров, консультантов, подрядчиков и спонсоров для подготовки и проведения мероприятия, формирует главный руководящий орган мероприятия – Организационный комитет, разрабатывает концепцию мероприятия, отшлифовывает ключевые идеи.

3

Подготовка концепции и план-графика мероприятия

Концепция мероприятия является, по сути, базой

бизнес-плана. Особое внимание следует уделить таким аспектам концепции, как:

- состояние рынка, т.е. той отрасли, в которой вы собираетесь работать, направления ее развития, емкость данного рынка и потенциал его роста;
- анализ конкурентной среды;
- выбор масштаба и формы мероприятия, его названия и тематики, места и времени проведения (не следует забывать, что для каждого вида мероприятий существуют определенные сроки подготовки);
- выбор целевых групп.

Таким образом, рабочая группа дает ответы на ключевые вопросы: «Кто?», «Что?», «Где?», «Когда?» и «Для кого?».

На этой основе готовится план-график, привязанный к основным этапам и задачам подготовки мероприятия.

Основные идеи технологии составления и реализации плана-графика работ по подготовке мероприятия сводятся к следующим принципам:

- четко определить цели, результаты и перечень работ проекта с учетом возможных приемлемых рисков и неопределенностей;
- определить ресурсы и ответственность членов рабочей группы за проект в целом и отдельные его части;
- создать систему комплексного и прогнозирующего планирования работ и параметров проекта;
- создать систему мониторинга, контроля и регулирования хода выполнения проекта;
- создать команду проекта и управлять ею с целью объединения и координации усилий всех исполнителей, вовлеченных в проект.

После этого рабочая группа тянет весь воз практических задач, которые необходимо решить для того, чтобы мероприятие успешно состоялось.

В дальнейшем необходимо постоянно контролировать ситуацию (особенно затраты средств и распределение ресурсов) и своевременно реагировать на возникающие изменения и отклонения, вовремя корректировать план с учетом выполненных работ и складывающейся ситуации в проекте и вокруг него. Главное – это достижение целей проекта в рамках заданного времени, бюджета и качества.

4

Определение бюджета мероприятия

Безусловно, бюджет должен соответствовать требованиям к качеству выполнения. При этом необходимо трезво оценить источники финансирования, объем продаж вашего мероприятия, основные статьи расходов, время возврата затраченных денег, ну и, конечно, потенциальную прибыль.

В результате можно (и нужно) определить условия участия в мероприятии (в зависимости от характера мероприятия оно может быть платным или бесплатным для участников).

Важную роль в определении бюджета играет работа со спонсорами, особенно заинтересованными в своей рекламе среди участников мероприятия, поиск возможного бартера и других способов минимизации расходов.

5

Формирование адресной базы потенциальных участников мероприятия

От этого этапа существенно зависят все результаты вашего мероприятия. Без участников мероприятие просто не состоится.

6

Организация поддержки мероприятия

Этот шаг в подготовке основан на работе с общественными организациями, федеральными и региональными органами власти т.п. В итоге готовятся письма поддержки (в идеале директивы), которые рассылаются потенциальным участникам.

7

Составление информационного письма (буклета) с приглашением к участию

Информационное сообщение потенциальным участникам обязательно должно содержать ответы на вопросы «Что?», «Где?», «Когда?» и «На каких условиях?».

Если мероприятие платное, адресат должен четко понять, что он получит за свои деньги.

Далее в информационных материалах (письме, буклете) излагаются:

- суть мероприятия, то есть цель его проведения;
- обсуждаемые темы или тематические разделы, направления;
- основные целевые группы участников, на кого мероприятие рассчитано;
- состав Оргкомитета (если он действительно солидный и заслуживает внимания).

Также необходимо приложение – заявка на участие, чтобы заинтересованный клиент мог сразу откликнуться и сообщить необходимые данные о себе.

Такое сообщение должно побудить адресата к чтению этого письма, заинтересовать его, подготовить к следующим контактам с организаторами. Адресат должен понять, что уникального и ценного получит участник на вашем мероприятии. Ваше информационное письмо по своей сути является обещанием, что вы проведете действительно интересное событие.

В завершении информационных материалов необходимо привести все ваши координаты, желатель-

но с указанием ответственного лица или секретаря, с которым можно обсудить все неясные вопросы и у которого можно получить дополнительную информацию.

8

Проведение рекламной кампании

Поиск методов создания соответствующей рекламы и выбор наилучших способов и мест проведения рекламной кампании должны дать ответ на следующие вопросы:

- Чем привлечь участников вашего мероприятия и как удержать их внимание?
- Каким образом добиться расширения границ вашего рынка?
- Где и как наилучшим образом «зацепить» ваших клиентов?

Существует хороший критерий реальной ценности вашего мероприятия. Если у вас возникают длительные затруднения с созданием рекламы, то, следовательно, стоит подумать о качестве рекламируемого продукта.

Безусловно, огромные возможности для рекламы мероприятия в настоящее время предоставляет Интернет. Важно лишь грамотно воспользоваться этим ресурсом.

Ну и, конечно, использование Интернета не отменяет более «древние» способы рекламы через СМИ, работу с информационными спонсорами.

9

Рассылка информационных писем и последующая работа с потенциальными клиентами

Рассылку можно осуществлять по почте, по электронной почте (в зависимости от того, что есть у вас в адресной базе). Далее самое сложное – добраться до адресата (желательно по телефону), убедиться, что он получил информационное письмо, и убедить его принять участие в мероприятии. Именно последнее требует особого мастерства от исполнителя.

Результат – деньги на вашем счете (если мероприятие платное).

10

Текущая подготовительная работа

На этом этапе необходимо не забыть выполнить массу, казалось бы, рутинных, но очень важных дел. К ним относятся: составление предварительной программы и плана проведения конференции, формирование программы заказных выступлений, при необходимости издание трудов конференции, прием и обработка заявок на участие, ведение предварительного списка (реестра) участников, заказ помещения (либо другого подходящего

места) для проведения конференции, бронирование гостиниц, обеспечение транспортом, заказ питания, деловых экскурсий, культурной программы, синхронного перевода, необходимых технических средств, охраны, сувениров и т.п.

В этот же период стоит не забывать о СМИ и продолжать работу с журналистами. Для крупного мероприятия не помешают рассылка пресс-релизов, проведение пресс-конференций, своевременная аккредитация журналистов.

Своевременно обновляйте информацию на сайте мероприятия.

Интерес к мероприятию всегда возрастает, если по его завершении предлагается дополнительный познавательный-экскурсионный тур, который также необходимо заранее продумать и подготовить.

Ближе к финишу (точнее к старту мероприятия) следует озаботиться подготовкой бейджей, памяток с информацией о месте проведения и необходимыми телефонами, списков участников, которые будут розданы каждому из них, памятных наборов, табличек с именами выступающих докладчиков, возможно анкет и регистрационных форм, иногда проекта резолюции, табличек-указателей, регламента проведения для ведущего заседания, оформления зала и т.д.

Не следует забывать о необходимости документального оформления ваших взаимоотношений с участниками, заплатившими деньги за «представление». По меньшей мере, для них следует подготовить счет-фактуру и акт выполненных работ (второй экземпляр акта с подписью участника и с доверенностью на право подписи подобного документа не забудьте оставить у себя).

В завершающий организационный период и во время проведения мероприятия потребуется значительно больших человеческих ресурсов. Поэтому следует четко представлять, кто конкретно и чем из всего перечисленного будет заниматься. Все сотрудники, участвующие в этой работе, должны «знать свой маневр». Весь персонал следует тщательно проинструктировать и постоянно контролировать работу каждого.

Для общего успеха учет всех, казалось бы, мелочей весьма важен.

11 Учет и контроль

Очень важно следить за выполнением плана-графика работы, вовремя его корректировать, своевременно получать промежуточные и итоговые отчеты всех сотрудников, привязываться к конкретным параметрам, по которым можно объективно оценить ход выполнения проекта. Разумеется, все шаги можно сделать самим, либо возложить на подрядчиков. В последнем случае важно

грамотно их выбрать, но при этом все равно не терять бразды правления.

12 Непосредственно проведение мероприятия

Этот этап – вершина всего, момент истины. Именно в это время следует убедить на деле каждого клиента в высоком качестве ваших услуг. Именно здесь важно «не проколоться» в каждой детали процесса. В этой сфере работает классический закон «Клиент всегда прав», более того, этот принцип можно дополнить: «Клиент прав, даже если вы точно знаете, что он неправ».

Особенно важно четко организовать работу с VIP-гостями (встретить, разместить, доставить, помочь и т.п.).

Основным лозунгом для всей команды организаторов должно быть: «Деликатность, обходительность, приветливость».

13 Оценка эффективности проведенного мероприятия

Не следует думать, что событие заканчивается заключительным банкетом.

Целесообразно после проведенного мероприятия письменно поблагодарить его участников (особенно докладчиков), возможно, разослать пресс-релизы.

Но самое главное – проанализировать и обсудить итоги работы в своем коллективе. Основными критериями эффективности, конечно, служат экономические показатели, то есть общая величина бюджета, прибыль. Сопоставление запланированного бюджета и достигнутых результатов (финансового отчета) является важнейшим элементом анализа прошедшего мероприятия.

Важно также качественно оценить всю работу. Цель состоит не в том, чтобы отругать или наказать кого-то (если даже и есть за что), а в том, чтобы в будущем исключить повторение ошибок. На ошибках учатся.

Это основные правила, которые важно соблюдать при подготовке и проведении любого мероприятия.

Разумеется, в зависимости от характера события что-то может меняться в этой последовательности действий и объеме задач, однако основная канва остается неизменной.

Более подробно с «секретами» этой работы можно ознакомиться на курсах «Конгрессный менеджмент», которые проводятся в Международном университете в Москве. ■



КОНГРЕССНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Термины и определения

Congress activity. Terms and definitions

С 2011 года в Российской Федерации действует Национальный стандарт Российской Федерации «Конгрессная деятельность. Термины и определения», который УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 15 декабря 2009 г. № 775-ст.

Стандарт «Конгрессная деятельность. Термины и определения» устанавливает термины и определения основных понятий в области конгрессной деятельности.

Термины, установленные настоящим стандартом, обязательны для применения в документах и литературе всех видов по конгрессной деятельности, входящих в сферу работ по стандартизации и (или) использующих результаты этих работ.

В нашем журнале мы публикуем выдержки из этого документа.

Конгрессная деятельность

- **Конгрессная деятельность**

Предпринимательская деятельность, направленная на создание благоприятных условий для персонализированного обмена информацией, деловых и научных контактов с целью установления и развития отношений между изготовителями товаров, поставщиками услуг и потребителями товаров и услуг, осуществляемая в процессе организации и проведения конгрессных мероприятий.

- **Регулирование конгрессной деятельности**

Воздействие на конгрессную деятельность и ее субъектов, проводимое на основе нормативных правовых актов.

- **Координация конгрессной деятельности**

Согласование действий участников рынка конгрессных услуг.

Рынок конгрессных услуг

- **Рынок конгрессных услуг**

Совокупность отношений субъектов, задействованных в осуществлении конгрессной деятельности.

- **Конгрессные услуги**

Совокупность услуг, предоставляемых субъектами рынка конгрессных услуг заказчикам, организаторам и участникам конгрессных мероприятий.

- **Субъекты рынка конгрессных услуг**

Участники рынка конгрессных услуг - юридические или физические лица, участвующие в конгрессной деятельности.

- **Объекты рынка конгрессных услуг (материально-техническая база конгрессной инфраструктуры)**

Объекты конгрессной недвижимости, временно сооружаемые строения и вспомогательные элементы, используемые для проведения конгрессных мероприятий.

- **Инфраструктура конгрессной деятельности**

Комплекс управленческо-информационной конгрессной инфраструктуры и материально-технической базы, обеспечивающих подготовку и проведение конгрессных мероприятий.

- **Управленческо-информационная конгрессная инфраструктура**

Система управления процессом развития конгрессной деятельности, продвижения принимающих городов, регионов, субъектов Российской Федерации, конгрессных площадок и конгрессного сервиса, информационного обеспечения, подготовки кадров.

Субъекты рынка конгрессных услуг

- **Заказчик конгрессного мероприятия**

Органы государственной власти и (или) учреждения, организации, по инициативе и при поддержке которых проводится конгрессное мероприятие.

- **Партнер**

Физическое или юридическое лицо, являющееся

ся соорганизатором/соучастником конгрессного мероприятия.

- **Спонсор**

Физическое или юридическое лицо, оказывающее в установленном порядке финансовую и (или) материальную, и (или) рекламную-информационную поддержку проведению конгрессных мероприятий.

- **Планировщик конгрессного мероприятия**

Организация, оказывающая заказчику услуги по определению формата конгрессного мероприятия, места и сроков его проведения, планирования бюджета с целью достижения максимального эффекта от проведения конгрессного мероприятия.

- **Организатор конгрессного мероприятия**

Организация, обеспечивающая комплексную подготовку и проведение конгрессного мероприятия.

- **Организационный комитет конгрессного мероприятия**

Коллегиальный орган, формируемый заказчиком конгрессного мероприятия из числа своих представителей, партнеров и спонсоров для координации и контроля подготовки конгрессного мероприятия, который может иметь в своем составе различные группы или подкомитеты по отдельным направлениям деятельности.

- **Конгрессное бюро**

Некоммерческая маркетинговая организация, официально представляющая город, регион на рынке конгрессных услуг с целью привлечения конгрессных мероприятий в свой город и/или регион и оказывающая информационные и консультационные услуги организаторам конгрессных мероприятий.

- **Участник конгрессного мероприятия**

Юридическое или физическое лицо, зарегистрированное в качестве участника конгрессного мероприятия и потребляющее конгрессные услуги любых видов.

- **Потребитель конгрессных услуг**

Участник, заказчик и организатор конгрессного мероприятия.

- **Поставщики услуг**

Сервисные организации, специализирующиеся на обслуживании конгрессных мероприятий.

Участники конгрессных мероприятий

- **Делегат**

Лицо, зарегистрированное в качестве участника конгрессного мероприятия и обладающее полномочиями принимать участие в голосовании по вопросам повестки дня.

- **Иностраный участник конгрессного мероприятия**

Участник, адрес которого, указанный в регистрационных документах организатора, не совпадает со страной проведения конгрессного мероприятия.

- **Отечественный участник конгрессного мероприятия**

Участник, указавший в регистрационных документах организатора российский адрес.

- **Почетный гость на конгрессном мероприятии**
Лицо, приглашенное на конгрессное мероприятие за счет средств организатора, партнера и/или спонсора для выступления с докладом.

- **Модератор конгрессного мероприятия**

Лицо, обладающее профильными знаниями, назначаемое Организационным комитетом для ведения конгрессного мероприятия.

- **Приглашенный докладчик**

Лицо, приглашенное на конгрессное мероприятие за свой счет или на условиях частичной компенсации расходов за счет средств организатора конгрессного мероприятия для выступления с докладом, публикуемым в сборнике материалов конгрессного мероприятия.

- **Согокладчик**

Лицо, принимающее участие вместе с приглашенным докладчиком в подготовке доклада и (или) научных тезисов, не выступающее с докладом лично, но имеющее возможность дополнить или разъяснить некоторые позиции, затронутые в докладе.

- **Заявленный докладчик**

Лицо, заявившее себя организатору конгрессного мероприятия для участия в конгрессном мероприятии с докладом, публикации доклада в сборнике материалов конгрессного мероприятия и получившее приглашение для выступления с докладом или выступления в качестве стендового докладчика.

- **Стендовый докладчик**

Лицо, участвующее в конгрессном мероприятии с докладом, основные положения которого изложены на одном из стендов планшетной экспозиции, постоянно находящееся при стенде для пояснений по представленной информации и публикующее тезисы доклада в сборнике материалов конгрессного мероприятия.

- **Участник конгрессного мероприятия без доклада**

Лицо, зарегистрированное на конгрессном мероприятии, не заявленное в каталоге конгрессного мероприятия в качестве докладчика.

- **Сопровождающее лицо**

Лицо, присутствующее с делегатом или почетным гостем или приглашенным докладчиком на конгрессном мероприятии, не обладающее полномочиями принимать участие в голосовании и выступать по повестке конгрессного мероприятия.

- **Представитель средств массовой информации на конгрессном мероприятии**

Журналист и (или) фотокорреспондент, официально аккредитованный на конгрессном мероприятии. ■



Сидел я как-то на конгрессе...

Владимир Кисмерешкин

Руководитель Центра экономических программ,
доктор экономических наук, профессор

Владимиру Кисмерешкину частенько доводилось участвовать в круглых столах, конференциях, конгрессах, слушать умные речи серьезных людей. Но однажды он прислушался повнимательнее к выступлению очередного оратора и понял, что дискуссии – это неисчерпаемый источник не только мудрых мыслей, но и смешных цитат. Чуть-чуть подкорректировав, он собрал их в свой сборник под названием «Серьенизмы и иронизмы», который уже неоднократно переиздавался. Эти заметки он активно использует сам (чтобы короче разговаривать!), они публикуются в журналах и их даже цитируют серьезные люди во время выступлений на конгрессах...

Лучше сидеть на двух стульях, чем между ними.

Раньше много говорил и почти не думал. Теперь много думаю и почти не говорю.

Я сказал больше, чем планировал сделать!

«Мое красноречие меня не утомляет.»

«Буду говорить много, но коротко!»

«Так хочется сказать что-нибудь умное!
Поэтому промолчу!»

«Старайся точки не превращать в запяты!»

«Ясная мысль и бессвязная речь.»

«Порой чем больше нас приглашают, тем меньше хотят видеть!»

«Куда ни глянь, всюду чужие интересы. А так хочется пристроить свои!»

«Вчера я блестяще не выступил на конференции.»

«Какой-то вы не убедительный!»

«Позвольте вас покритиковать, но вы выступили лучше всех!»

«Непонятно, но убедительно!»

«С такой активностью на тебя мероприятий не хватит!»

«Подготовил проникновенную речь. Особенно удалась благодарность за доверие. Жаль, не избрали!»

«Не торопись. Мне хватит и пяти минут, чтобы испортить тебе настроение!»

«Порой междометия содержательнее слов.»

Еще так много слов, которыми я ни разу не пользовался!

Что вам ни скажи, вы все равно свое услышите!

Мне так многое вам надо сказать, что сказать особенно нечего!

Своих слов не хватает, поэтому приходится пользоваться чужими.

«Время еще есть, а сказать больше нечего!»

«Да, мы умеем создавать аншлаги!»

«Вы так убедительно встали, что я начал думать о себе лучше!»

«Позвольте мне сказать то, что вы хотите услышать!»

«Я знаю, что вы сейчас скажите и что я на это отвечу!»

«Часто интервью дают те, кому вообще не следовало бы открывать рта!»

«Даю уроки молчания!»

«Боюсь, что большинство слов, которые вы собираетесь сказать, я уже слышал!»

«Мир погубит излишество слов.»

«Своих мыслей нет, поэтому пересказываю чужие!»

«Всю жизнь приходится слушать ахиною – либо чужую, либо свою!»

«Продаю разницу между тем, что услышал и что сказал.»

«Единственный рабочий орган – язык. Но в голове!»

«Если ты такой сильный, то почему так громко кричишь?»

«Меняю блестящую харизму на тусклую, но стабильную зарплату.»

«Для успеха мероприятия нужны серьезные мужчины в галстуках и красивые женщины.»

«Убедительно проходил в президиум и говорил приветственную речь!»

«Если завтра будут кормить так же, как сейчас, пусть кризис никогда не кончается!»

«Куда бы ни садился, все время оказывался посередине.»

«Лучшая фраза совещания – «объявляется перерыв»!»

«Не знаю, чем бы для вас закончилось ваше выступление, не похвали вы меня вначале!»

«Сама мысль, что меня не пригласят в президиум, кощунственна!»

«Покритиковать вас не за что, поэтому позвольте просто вами восхититься!»

«Могу любой доклад превратить в тост. Депутат любой тост превратит в доклад.»

«Чем успешнее дела, тем короче совещания.»

«Появилась мысль. Мысль требует слов. Поэтому замолкаю.»

«Поскольку там все были невменяемы, вопрос решился быстро.»

Ну и пусть я говорю кое-как. Зато мычу красиво.

И вообще, кто вы такой, чтобы высказывать сдержанный оптимизм?!

Не волнуйтесь, мы поправим, о чем Вас спросили, и перепишем, что Вы ответили.

Ничего себе, за мой счет тебя хвалят!

«Включили свет – а мы в прямом эфире!»

«Меня не интересует, что вы сказали. Меня больше интересует, как вы сюда попали!»

«На форум приехал со своей программой. С ней и уехал.»

«Выступил плохо, не сумев установить сексуальный контакт с залом.»

«Раньше не хватало слов. Теперь мыслей.»

«Ты не слова слушай, а мысль лови!»

«В президиум нужен человек с понимающими глазами и кивающей головой.»

«С большим удовольствием тебя не перебиваю!»

«Слова и другие органы.»

«Если не будет первых и вторых, пусть придут хотя бы третьи.»

«Теневой спикер для подсветки главного лица.»

«Талант громко и возвышенно говорить банальные вещи.»

«Меня не интересует, что вы сказали. Меня больше интересует, как вы сюда попали!»

«После того, как Вы нас похвалили, наши услуги для Вас будут дороже.»

«Одно слово может убить сто предыдущих.»

«Я ценю Ваше чувство юмора, но на нашем совещании оно совершенно неуместно.»

«Наконец-то закончил фразу, начатую десять лет назад!»

«Должны же мы хоть где-то быть первыми, например, на завтраке.»

«Мы так себе нравимся, что слов не хватает об этом рассказать!»

«Настоятельно рекомендую принять нашу ненавязчивую услугу.»

«Если виноватого сразу не назначишь, то потом и не найдешь!»

«Громко кричит, потому что сказать нечего.»

«Надо успеть получить, пока они не поняли, что мы ничего не можем!»

«Установка на совещание – моргать коленями!»

«Мы не занимаемся не своими делами. Мы и своими-то не занимаемся!»

«Выступление не должно быть длиннее твоей юбки!»

«При слове «импортозамещение» ее глаза засветились особы светом.»

«Могучий русский язык выдержал и мои афоризмы.» ■

Крупнейшие международные мероприятия по конгрессной тематике 2015-2016 гг.

Название мероприятия	Сроки проведения	Место проведения
ОТДЫХ MICE-2015 11-я международная выставка, конференция по деловому туризму и корпоративным мероприятиям	15 - 18 сентября 2015 г.	Крокус Экспо (Москва, Россия)
Russian Business Travel & MICE Award 2015 Ежегодная профессиональная награда в области бизнес-туризма и MICE	1 октября 2015 г.	Москва
EIBTM-2015 27-я Международная выставка-форум индустрии делового и корпоративного туризма	17 - 19 ноября 2015 г.	Fira Gran Via (Барселона, Испания)
EFEA-2016 V Евразийский Ивент Форум	20 - 22 января 2016 г.	ПетроКонгресс (Санкт-Петербург, Россия)
Российский Форум Индустрии Встреч-2016	март 2016 г.	Центр международной торговли (Москва, Россия)
IMEX-2016 Международная специализированная выставка делового туризма	19 - 21 апреля 2016 г.	Messe Frankfurt (Франкфурт-на-Майне, Германия)
5p EXPO VI Всероссийская конференция по выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности	июнь 2016 г.	Экспоцентр (Москва, Россия)

ПОДПИСКА

CongressTime

Время конгрессов

Уважаемые читатели журнала «CongressTime»!

1. Наш журнал можно получить по «Почте России» наложенным платежом, предварительно прислав письмо-заявку.
2. Вы можете заказать журнал с помощью предлагаемой квитанции.

Как оформить подписку?

1. Заполните квитанцию.
2. Произведите оплату в банке, отправьте копию квитанции по адресу: adv@congresstime.ru.

Юридические лица, органы государственной власти и местного самоуправления для подписки составляют заявку с указанием следующих данных: Ф.И.О. контактного лица, должность, название организации, реквизиты, индекс, почтовый адрес, телефон, e-mail и указывают количество экземпляров журнала.

Стоимость одного номера журнала – 390 рублей.

При заказе более 2-х номеров – скидка 10%. Периодичность издания: ежеквартально (4 номера в год).

<p>ИЗВЕЩЕНИЕ</p> <p>Кассир</p>	<p style="text-align: right;">ООО «КонгрессТайм» Форма № ПД-4</p> <hr/> <p style="text-align: center;">(Получатель платежа)</p> <table border="1" style="width: 100%;"><tr><td style="width: 50%; text-align: center;">7 7 3 6 6 7 6 1 6 8</td><td style="width: 50%; text-align: center;">4 0 7 0 2 8 1 0 3 0 0 0 0 0 0 2 2 8 8 8</td></tr></table> <p style="text-align: center;">(ИНН получателя платежа) (номер счета получателя платежа)</p> <p>в <u>ДО №39 «Таганский» ОАО «Промсвязьбанк»</u> БИК <u>044525555</u></p> <p>Номер кор./сч. банка получателя платежа <u>3 0 1 0 1 8 1 0 4 0 0 0 0 0 0 0 0 0 5 5 5</u></p> <p style="text-align: center;">журнал «CongressTime» (номер лицевого счета (код) плательщика)</p> <p>Ф.И.О. плательщика _____</p> <p>Адрес доставки _____</p> <p>Сумма платежа _____ руб. _____ коп. Сумма платы за услуги _____ руб. _____ коп.</p> <p>Итого _____ руб. _____ коп. « _____ » _____ 2015 г.</p> <p>С условиями приема указанной в платежном документе суммы, в т.ч. с суммой взимаемой платы за услуги банка, ознакомлен и согласен. Подпись плательщика _____</p>	7 7 3 6 6 7 6 1 6 8	4 0 7 0 2 8 1 0 3 0 0 0 0 0 0 2 2 8 8 8
7 7 3 6 6 7 6 1 6 8	4 0 7 0 2 8 1 0 3 0 0 0 0 0 0 2 2 8 8 8		
<p>ИЗВЕЩЕНИЕ</p> <p>Квитанция Кассир</p>	<p style="text-align: right;">ООО «КонгрессТайм»</p> <hr/> <p style="text-align: center;">(Получатель платежа)</p> <table border="1" style="width: 100%;"><tr><td style="width: 50%; text-align: center;">7 7 3 6 6 7 6 1 6 8</td><td style="width: 50%; text-align: center;">4 0 7 0 2 8 1 0 3 0 0 0 0 0 0 2 2 8 8 8</td></tr></table> <p style="text-align: center;">(ИНН получателя платежа) (номер счета получателя платежа)</p> <p>в <u>ДО №39 «Таганский» ОАО «Промсвязьбанк»</u> БИК <u>044525555</u></p> <p>Номер кор./сч. банка получателя платежа <u>3 0 1 0 1 8 1 0 4 0 0 0 0 0 0 0 0 0 5 5 5</u></p> <p style="text-align: center;">журнал «CongressTime» (номер лицевого счета (код) плательщика)</p> <p>Ф.И.О. плательщика _____</p> <p>Адрес доставки _____</p> <p>Сумма платежа _____ руб. _____ коп. Сумма платы за услуги _____ руб. _____ коп.</p> <p>Итого _____ руб. _____ коп. « _____ » _____ 2015 г.</p> <p>С условиями приема указанной в платежном документе суммы, в т.ч. с суммой взимаемой платы за услуги банка, ознакомлен и согласен. Подпись плательщика _____</p>	7 7 3 6 6 7 6 1 6 8	4 0 7 0 2 8 1 0 3 0 0 0 0 0 0 2 2 8 8 8
7 7 3 6 6 7 6 1 6 8	4 0 7 0 2 8 1 0 3 0 0 0 0 0 0 2 2 8 8 8		

Ежегодная профессиональная награда в области бизнес-туризма и MICE

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD

2015

18 номинаций

Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

www.mice-award.ru

Номинарование с 1 апреля 2015 г.

Голосование с 16 июня 2015 г.

Церемония награждения

1 октября 2015 г.

Дополнительная информация:

Ирина Ильина

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



УЧРЕДИТЕЛИ



ОРГАНИЗАТОР



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



ЗАРУБЕЖНЫЙ ПАРТНЕР



ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



ЦЕНТР ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА



ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС

/3 современные гостиницы с общим номерным фондом на 291 номер/

КОНГРЕСС-ХОЛЛ

/8 трансформируемых залов для работы по секциям, для групп участников от 70 до 300, основной трансформируемый зал пленарных заседаний вместимостью 2000 человек/

БИЗНЕС-ЦЕНТР

/6 залов с трансформируемыми звукоизоляционными перегородками вместимостью до 600 человек/

ГРИНН ЦЕНТР

/вместимостью 2000 человек, основной зал которого оснащен техническим, звуковым и световым оборудованием, отвечающим всем мировым требованиям /

СЕТЬ РЕСТОРАНОВ

/5 ресторанов с различными кухнями мира и 5 тематических кафе /

РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР

/бильярдный клуб, ночной клуб, ледовый каток, картинг-клуб, боулинг-клуб, караоке-клуб, игровой центр, детский клуб, кинотеатр/

ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС

/СПА-центр, массажный центр, фитнес-центр, СПА-кафе, салон красоты/

СПОРТИВНЫЙ ЦЕНТР

/3 поля для игры в большой теннис, баскетбол, волейбол и мини-футбол, зал для занятий танцами и зал для занятий боксом и борьбой/

ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР

/110 000 кв.м., бутики известных мировых и российских брендов/

302010, РФ, г. Орел, Кромское шоссе, д. 4
тел. +7 (4862) 20-12-12, 49-53-14 / e-mail: info@tmk.grinn-corp.ru

www.tmk-grinn.ru