

MICE & more

Media. Creative. Marketing

Осень 2024



Искусство в мероприятиях
и мероприятие как
искусство

SOCHI&more
и KOGALYM&more: запуск
новых проектов состоялся!

Avantage Event Project
отмечает 10 лет
в индустрии



Организируйте Ваш праздник, непохожий на другие!

Корпоративные
мероприятия



www.radisson-cruise.ru

Деловые
мероприятия



+ 7 (495) 228 55 55

Новогодние
мероприятия



info@radisson-cruise.ru

СЛОВО РЕДАКТОРА

В детстве у нас с мамой был культурный ритуал — в выходные мы наряжались, шли в музей или на выставку, прогуливались по центру Санкт-Петербурга, а затем заходили в кафе за десертом и обсуждали впечатления. Культурная столица хранит такое количество объектов искусства, что просто находясь там и дыша этим воздухом, уже впитываешь вечное и прекрасное. Я делала это 30 лет каждый день, а после переезда в Москву начала приезжать вместе с детьми как турист и передавать эту традицию новому поколению.

Папа привил мне любовь к литературе, брат приобщил к фотографии, мама вдохновила балетом и театром, моя профессия позволила мне лично познакомиться с лучшими культурными площадками и шедеврами искусства по всему миру, но самое глубокое погружение вы видите на фотографии. Я с детства храню мамины пуанты и всегда мечтала примерить костюм балерины. Моя мечта осуществилась благодаря мастер-классу Центра Дягилева и этот короткий, но уникальный момент запечатлела Эльвира Углова. В тот момент я ощущала себя объектом искусства.

Наши постоянные читатели помнят погружение в мир современного искусства в тематическом номере журнала. В этот раз мы взяли более емкую тему классического искусства и заглянули в историю. Вы даже не представляете, как много общего у процесса создания шедевра и организации мероприятия! Мы постоянно ищем вдохновение и творческие идеи, пишем сценарии и совершенствуем детали, делаем эскизы и стремимся к идеалу. Если вам не близок такой подход к организации события, то после прочтения нашего выпуска ваше мнение изменится и мы обязательно подарим вам свежие идеи.



ОГЛАВЛЕНИЕ

Слово редактора	3
Оглавление	4
ВДОХНОВЕНИЕ. Искусство в мероприятиях и мероприятие как искусство	6



SOCHI&MORE
ДЕНЬ СОЧИ В МОСКВЕ

MICE-СОБЫТИЕ.
SOCHI&more: «Короче, мы едем в Сочи!»

24

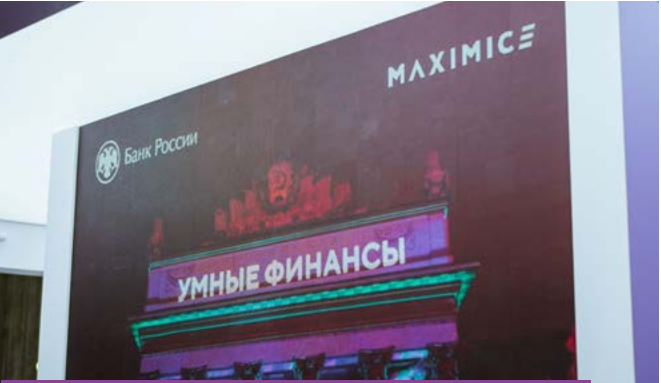
ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ. О «Зеленом MICE» с «Курортом Красная Поляна»	30
MICE-ОПЫТ. Анастасия Молочкова. Как централизовать бизнес-процессы с выгодой для всех	36
MICE-ОТЕЛЬ. Отелю Grand Karat Sochi исполняется 10 лет!	38
MICE-СОБЫТИЕ. BE IN RUSSIA: путешествие вглубь России длиной в восемь лет	44
ВРЕМЯ БОЛЬШИХ СОБЫТИЙ. Сергей Воронков. Петербургский «Экспофорум» отмечает первый юбилей!	46



MICE-ИДЕЯ.
«Концертмейстер»: за симбиоз ивента
и культуры музыки

18

MICE-ОТЕЛЬ. «Гранд Отель Европа»: высокое искусство во всем	16
БЕЗОПАСНОСТЬ МЕРОПРИЯТИЙ. Ирина Боева. Охрана труда на защите искусства	20
MICE-СОБЫТИЕ. Преобразование пространства и времени на «Роза Хутор»	22
MICE-ОТЕЛЬ. Арт-отель Vasilievsky: как создать синергию бизнеса и культуры	23



MICE-ОПЫТ.
«МАКСИМАЙС» в период совершеннолетия

40

Журнал MICE&more. Выпуск № 36 — Осень 2024 года. Тираж — 5000 экземпляров.
Регистрационное свидетельство № ПИ № ФС 77 — 62901.

MICE-ОТЕЛЬ. Отель напротив музея-заповедника «Петергоф»	48
MICE-ОТЕЛЬ. NH Collection Dubai The Palm: дебют бренда на Ближнем Востоке	58
MICE-ИНТЕРВЬЮ. Али Амрала, CEO Visit Bahrain DMC: курс на MICE	65
MICE-СОБЫТИЕ. BEST RUSSIA в пятый раз собирает профессионалов	66



MICE-ИДЕЯ.
Swan Hellenic: круизы на премиальных
мегаяхтах по всему миру

54

MICE-СОБЫТИЕ. KOGALYM&more: «Конечно, Когалым!»	76
MICE-ОТЕЛЬ. «ПСБ Патриот» для незабываемых камерных мероприятий	82
E -EVENT. Игорь Лютенко. Аналитические продажи в ивенте: смотрим в послезавтра	84
Календарь событий MICE&more	86
Community в лицах	92



MICE-ИНТЕРВЬЮ.
Лилия Фёдорова и Мария Рудакова:
Avantage Event Project

50

MICE-НАПРАВЛЕНИЕ. Открывая Дагестан с The Locals DMC MICE&Leisure	68
MICE-ОТЕЛЬ. PENTAHOTEL Moscow: отель как арт-пространство	70
MICE-ОТЕЛЬ. «Гамма» и «Дельта» в Измайлово: редизайн в космическом стиле	72
ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ. Дмитрий Ануров. «Слоеный пирог» для повышения лояльности	74



MICE-НАПРАВЛЕНИЕ.
Фамтрип подписчиков MICE&more:
полететь в Бахрейн ... и влюбиться

60

Адрес: 115404, Москва, 6-я Радиальная, дом 7/6, к. 3, кв. 86
e-mail: editor@miceandmore.org, web: www.miceandmore.org.

ИСКУССТВО В МЕРОПРИЯТИЯХ И МЕРОПРИЯТИЯ КАК ИСКУССТВО

Если обратить свой взор вглубь тысячелетий, мы увидим, что ивент был жив всегда. Первобытные люди, собравшись у костра, пытались «зарядить охотников за мамонтами» на успех. Как они это делали? Рядились в шкуры, исполняли ритуальные танцы, издавали гортанные звуки, высекали изображения на скалах... В общем, призывали на помощь искусство! Вероятно, оно им так или иначе помогало в достижении цели.

Мысленно листая страницы истории человечества, мы видим многочасовые шоу в древнегреческих амфитеатрах, грандиозные церемонии на фоне египетских пирамид, помпезные выезды римских императоров, церковные литургии, королевские балы, народные гулянья, уличные представления, масштабные парады, закрытые представления для избранных и многое-многое другое, перечень можно продолжать бесконечно, и в каждом этом событии мы увидим важную (возможно, даже основополагающую) роль искусства.

Как правило, мы говорим про симбиоз воздействия. У каждого мероприятия есть своя цель, свое послание, которое надо донести всеми возможными способами, используя образные эмоциональные составляющие, так как они дают более глубокое проникновение в природу человека и через это оказывают более сильное воздействие на его рацию.

Архитектура, музыка, танец, пение, костюмы, декорации, декламации, театр, скульптура, живопись... Каждое искусство вносит свою лепту в рождение ивента. Недаром у бога Аполлона, покровителя искусства, науки, мастерства и справедливости, было девять вечно юных и вечно прекрасных муз. Давайте вспомним их имена! Клио — муза истории, Мельпомена — муза трагедии, Урания — муза астрономии, Полигимния — муза священных гимнов, Талия — муза комедии, Терпсихора — муза танцев, Каллиопа — муза эпической поэзии, Эвтерпа — муза лирической поэзии и Эрато — муза любовной поэзии. Музы родились у подножия Олимпа и вместе с Аполлоном пребывали на Парнасе. Однако хотелось бы добавить, что в свиту божественного Аполлона входили и прелестные Хариты — три богини веселья и радости жизни. Согласитесь, их присутствие тоже необходимо для успешного осуществления мероприятия!

Если из прошлого перенестись в настоящее мы с вами, конечно, находимся на пике синтеза всех искусств. Вспомним, например, об открытии Олимпиады в Сочи: на огромной чаше стадиона были выстроены грандиозные динамические декорации, стремительно развивался сценарий, тысячи статистов в оригинальных костюмах выполняли заданные движения, звучала музыка, выступали певцы, танцоры, артисты, циркачи, спортсмены, все это великолепие фиксировалось фотографиями и операторами, действие сопровождалось уникальными аудиовизуальными эффектами ... разве что искусственный интеллект не вмешался, но он уже был близок.

В обзорной статье к номеру MICE&more, посвященному искусствам в мероприятиях и мероприятию как искусству, мы хотим, прежде всего, использовать те проекты, которые уже есть в нашем архиве, и примеры кейсов, которые любезно предоставили наши подписчики, но при этом, конечно, постараемся смотреть шире.

МУЗЫКА

Предполагается, что музыка существует, по крайней мере, 50 тысяч лет и постепенно превратилась в неотъемлемую часть человеческой жизни по всей планете. Один из древнейших зафиксированных учеными музыкальных инструментов — флейта. На ранних стадиях развития человечества музыка была почти исключительно прикладной, то есть выполняла определенные общественные функции — сопровождала церемонии и культы, военные марши и светские танцы, служила неотъемлемой частью развлечений и даже терапии. Но на протяжении веков она освобождалась от непосредственной зависимости от слова, танца, ритуального контекста, появлялись авторы, композиторы, музыку стали слушать в залах.

Если говорить о музыке в контексте ивента, конечно, мы увидим сразу несколько пластов использования. Первый — самый понятный и заметный: это музыкальное сопровождение события. И мы — организаторы — знаем, как серьезно влияет правильно составленный плейлист на качество мероприятия, причем не только развлекательного, но и делового. Диджеев на рынке много, но как важно найти своего, который чутко чувствует аудиторию, стиль мероприятия, умеет подобрать музыкальный материал под сценарий и мгновенно отреагировать на ситуацию, не прописанную в программе.

Второй пласт — музыкальная программа внутри мероприятия. Выступления кавер-группы, приглашенных коллективов и хэдлинеров. Понятно, что наш выбор часто ограничен бюджетом, но при любом финансовом раскладе очень важно найти именно тех исполнителей, которые не только изначально вписываются в ваше видение мероприятия, но и готовы услышать пожелания заказчика. Только в этом случае происходит та самая счастливая синергия, которая ведет аудиторию за собой.

Третий пласт — командообразующий. В первую очередь вспоминаются тимбилдинги с использованием барабанов, трещоток и других ударных инструментов. Наиболее ярко на этом направлении проявила себя компания Tagaboat, которая прокачивает команды через эмоции. Можно ли сделать тимбилдинг с инструментами посложнее? Да, читайте в этом номере отдельный материал об уникальном проекте «Концерт-мейстер» со скрипками.

С помощью музыки и музыкальных инструментов можно делать энергетические паузы во время мероприятий, причем в легкой игровой форме, которая переключает и подпитывает людей. Артисту в образе дирижера достаточно 15 минут поработать с залом, как с оркестром, чтобы полностью обновить его настрой перед следующей деловой частью. Музыка



обладает таким живительным ресурсом, что полностью перенастраивает людей. Мы испытали это на себе, когда были приглашены в Чеченскую государственную филармонию имени А. Шахбулатова во время фамтрипа в Грозный, где специально для нашей небольшой группы симфонический оркестр исполнил несколько популярных произведений. Мы были тронуты до глубины души.

Другой вариант музыкального тимбилдинга — работа с голосом. Причем он может быть частью развлекательной программы: например, конкурс-караоке, чем не командообразование? Однако есть более сложные форматы — это заранее отрепетированные с сотрудниками компании концертные номера или хорошо подготовленные импровизации в зале при участии профессиональных исполнителей.

ЮЛИЯ МАЛЕЦКАЯ, МАРКЕТОЛОГ IBC CORPORATE TRAVEL:

«Искусство всегда рядом, даже в самых, казалось бы, рутинных рабочих задачах агентства MICE-туризма. Например, тревел-менеджеру поступает задача забронировать групповой авиаперелет, а в итоге оказывается, что вместе с представителями клиента в салоне самолета полетят скрипки, контрабасы и виолончели, как настоящие путешественники, на отдельных пассажирских креслах и со своими авиабилетами».



ТАНЕЦ

Танец — это, возможно, вообще древнейшее из искусств, поскольку выражает изначальную потребность человека передавать другим людям свои чувства посредством тела. Почти все важные события в жизни древнего человека отмечались танцами. Танцем молили о дожде и солнце, о защите и прощении. Танцевальные па (шаги) ведут свое происхождение от основных форм движений человека: ходьбы, бега, прыжков, подпрыгиваний, скачков, скольжений, поворотов и раскачиваний. Главными характеристиками танца являются ритм, техника и динамика движений. Во многих танцах большое значение имеет также жестикация, особенно движения рук.

В этом контексте хотим написать о Международном культурном центре им. С. Дягилева, потому что его профессионалы невероятно изобретательны в этом направлении. Прежде всего, это разнообразные номера классического балета и народных танцев, которые Центр Дягилева предлагает для программ корпоративных мероприятий, различных фестивалей, форумов и так далее. Отметим, что такие танцы особенно интересно смотреть в необычной обстановке, например, на лоне природы (на таком концерте мы побывали в усадьбе Дягилева под Санкт-Петербургом).

Далее это интерактивные номера, построенные на сопоставлении классических и современных форм, которые, в итоге, проникают друг в друга и танцуются без всяких противоречий — примечательно, что в такие баттлы (если ими управляют профессионалы своего дела) отлично включаются гости мероприятия. Оказывается, они тоже на многое способны в танце!

Центр Дягилева очень интересно работает с танцевальными мастер-классами и тимбилдингами. Но если балетный



мастер-класс позволяет заглянуть в закулисы и побывать на репетиции, то авторская программа «В ритме танца» предлагает участникам самим пройти через репетиционный процесс и почувствовать приятное волнение перед выходом на сцену. В начале гостей ждет общая танцевальная разминка, которая дает почувствовать, что каждый «артист» является частью команды, которая вместе способна на многое. На втором этапе идет деление участников на танцевальные классы и представление каждому классу их наставника — хореографа. Затем все классы получают задания для подготовки танцевального номера, входящего в общую концепцию отчетного концерта. Вот тут и начинается самое интересное: индивидуальная работа класса со своим наставником, подбор сценических образов. Этап четвертый — концертный. Уже через три часа все участники вновь собираются в общем зале на фуршете, где каждый класс представляет свой номер. Заканчивает такой командообразующий концерт кавер-группа, которая дает всем еще один повод выйти на танцпол, чтобы оказаться в ритме танца!

Завершим тему танцев упоминанием танцевальных флешмобов. Это одна из самых эмоциональных форм командообразования. Она особенно актуальна для мероприятий, которые собирают большое количество участников, но даже 10-15 человек уже достаточно для того, чтобы этот танец получился

заразительным и увлекательным. Главное, пригласить для постановки профессионалов, которые подберут самое подходящее музыкальное произведение, придумают интересные движения разного уровня сложности, разложат танец на партии, понятно объяснят и отрепетируют, а затем создадут «обыкновенное чудо» (не забудьте профессионально заснять его для истории!)

ЮЛИЯ МАЛЕЦКАЯ, МАРКЕТОЛОГ IBC CORPORATE TRAVEL:

«У MICE-департамента еще больше возможностей прикоснуться к прекрасному. Заказчик пожелал, чтобы гостей его события встречали хостес-аниматоры, и остановил свой выбор на юных артистках балета. Стоит ли говорить, что деловое мероприятие приобрело свой особенный шарм? Балерины с их фарфоровой кожей, тонкими пальчиками, в фатиновых пачках и на пуантах приковали внимание гостей и надолго заняли фотографа — ведь каждый пожелал сделать фото на память».



ТЕАТР

Театр, кстати, это как раз синтетическое искусство. В Древней Греции этим словом называли просто место для зрелищ. Театр объединяет литературу, музыку, хореографию, вокал, изобразительное искусство и много других составляющих. Но все-таки главным носителем драматического действия является актер. По своей природе театры бывают разные: драматический, оперный, балетный, кукольный, театр пантомимы, теней и так далее. Все эти формы могут быть успешно использованы в создании ивентов.

Не забудем, что во все времена театр представлял собой искусство коллективное. Помимо актеров и режиссера (дирижера, балетмейстера) в создании действия участвуют художник-сценограф, композитор, хореограф, а также бутафоры, костюмеры, гримеры, рабочие сцены, осветители. Поэтому

если вы задумали поставить корпоративный спектакль, заранее представьте себе масштабы работ. Поскольку это будет своего рода тимбилдинг, конечно, множество функций — творческих и нетворческих — будут исполнять сотрудники, но профессионалы вам тоже понадобятся в обязательном порядке.

В этом контексте, конечно, вспоминается театральная история UTS Group, которая началась в 2004 году, когда сотрудники компании представили коллегам и партнерам свою первую постановку. Далее было много ежегодных спектаклей, которые зрители ждали с нетерпением, и мы очень сожалели, когда внешние обстоятельства прервали эту славную традицию. Однако в 2022 году Travel Theatre представил в новом облике — как достояние всей бизнес-трелл и MICE отрасли. Мы надеемся, что у этого проекта еще будет достойное продолжение!

Еще одна форма сотрудничества театра и корпоративного клиента — это заказ спектакля под ивент. Например, такая практика весьма распространена в МДМ или в «Театре мюзикла» в Москве, в Санкт-Петербурге мы знакомились с подобными вариантами в суперсовременном шоу-пространстве «Ленинград-центре». Примеров много! Как вариант, вы заказываете спектакль (или его сокращенную версию) на юбилей компании. В текст пьесы вы можете внести нужные вам фразы, добавить сцены с корпоративным звучанием и даже ввести (при желании) своих сотрудников. Дополняете брендинг, кейтеринг, активити в холле ... в общем, все, что полагается для полноценного ивента.

Необязательно арендовать под мероприятие весь театр. Вы можете в одном из его помещений провести деловую часть (например, подвести итоги года), далее выкупить билеты

на вечерний спектакль, а затем устроить красивый фуршет в холле.

Все перечисленные выше варианты (и не только) предлагает театр «Русская песня» Надежды Бабкиной, который принимал в гостях подписчиков MICE&more.

Мы рекомендуем включать в программу выездных ивентов посещение театров в других городах, как, например, мы сделали в формате фамтрипа в Екатеринбург, побывав на спектакле «Коляда-театра». Нас очень впечатлили ивент-возможности Астраханского театра оперы и балета (которые мы подробно описали в летнем номере MICE&more). И, конечно, мы всем рекомендуем использовать под свои мероприятия филиал Малого театра в Когалыме!

СПЕКТАКЛЬ «ЛЮСЯ» И ЗНАКОМСТВО С НОННОЙ ГРИШАЕВОЙ ДЛЯ ГРУППЫ ТОПОВ-МЕНЕДЖЕРОВ / КЕЙС КЛУБА ПУТЕШЕСТВИЙ МИХАИЛА КОЖУХОВА: «Квартира, в которой Гурченко прожила восемь лет, — полное отражение ее хозяйки. Интерьеры актриса обустроила на свой вкус: здесь много антиквариата, винтажных предметов, фарфора, бижутерии и знаменитых платьев, которые Людмила Марковна обожала. Именно здесь родилась идея создания спектакля-посвящения актрисе «Люся. Признание в любви». И именно отсюда клиенты отправились в театр им. Вахтангова, чтобы погрузиться в мир всеми любимой Люси. Роль Людмилы Гурченко исполняет Нонна Гришаева. За ужином после спектакля она рассказала, что же все-таки у них общего и в чем они не похожи, о ее единственной встрече с Гурченко и том, каково это — проживать на сцене жизнь великой актрисы».



КИНО

В конце XIX века у бога Аполлона появилась еще одна муза — Кинематографии. Кино — это тоже синтетическое искусство, как и театр, но с еще более расширенными возможностями (особенно, если оно анимационное). Безусловно, вы можете снимать корпоративные фильмы, в которых раскроете таланты своих сотрудников: как и спектакль, они станут украшением любого ивента (даже если они сняты на мобильный). Вы можете устраивать творческие тимбилдинги в локациях, связанных со съемками кино, например, в «Пилигрим Порто», где выстроены декорации целого города XVIII века, или в туристическом комплексе «Абалак» под Тобольском, где проходили съемки сказки «По щучьему веленью». Интересно, когда под мероприятия берут в аренду кинозалы, как сдела-

ла компания MAXIMICE, пригласив нас на презентацию проекта с участием ТВ-ведущего Джона Уоррена.

КОРПОРАТИВНЫЙ ВЫЕЗД В ГОСТИ К ЭМИРУ КУСТУРИЦЕ И ГОРАНУ БРЕГОВИЧУ (СЕРБИЯ) / КЕЙС КЛУБА ПУТЕШЕСТВИЙ МИХАИЛА КОЖУХОВА: «Личная встреча с Эмиром Кустурицей, известным режиссером, и Гораном Бреговичем, не менее известным композитором. Исполнение песни «Подмосковные вечера» вместе с легендарными музыкантами No Smoking Orchestra. Знакомство с Древенградом — самобытной деревней, местом съемок фильма «Жизнь как чудо». Балканский вечер с танцами и ракией».

В разделе про кино мы собрали несколько фильмов, которые помогут вам заглянуть на внутреннюю «кухню» ивентов разных эпох — туда, где рождаются мероприятия.

«ПРАЗДНИЧНЫЙ ПЕРЕПОЛОХ» (2017, ФРАНЦИЯ). Фильм, который можно пересматривать много раз. О команде устроителей праздников и конкретно об одной свадьбе с крайне придирчивым «одухотворенным» женихом, где все пошло не так. Главная его ценность в том, что над ним в равной степени хохочут и рядовые зрители, узнавая себя, и работники ивент-сферы, которые узнают на экране куда больше. Профессиональную ценность фильма доказывает то, что его абсолютные ремейки сняли и в Италии, и в Германии. Уверены, что и в России он бы удался. Рекомендуем к просмотру в обязательном порядке.

«ВАТЕЛЬ» (2000, ФРАНЦИЯ, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ, БЕЛЬГИЯ). Французы явно разбираются в устройстве праздников лучше многих других наций, в том числе, и в трагических подводных камнях. История, разыгранная Депардье, Умой Турман и Тимом Ротом произошла несколько веков назад, однако темы она поднимает актуальные и для современного ивента. В конце концов, можно ли найти клиента проблемнее самого короля Франции?

«ПЕВЕЦ НА СВАДЬБЕ» (1998, США). Судя по всему, про организацию праздника можно снять либо комедию, либо трагедию. Очевидно, по какому пути пошел один из лучших американских комиков Адам Сэндлер. В этом фильме он играет свадебного певца, а Дрю Бэрримор — официантку. Оба готовятся к свадьбам, но помолвка парня расстраивается, и он соглашается помочь девушке устроить ее торжество.

«ПЕРВЫЙ ПОНЕДЕЛЬНИК МАЯ» (2016, США). Этот талантливый документальный фильм часто рекомендуют как «кино, которое должен посмотреть каждый работник ивент-сферы». Ведь он рассказывает об организации одного из красивейших и сложнейших мероприятий в мире — фэшн-бала с огромным количеством знаменитостей Met Gala.



ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫЕ ИСКУССТВА

АРТ — это безусловная составляющая ивента. Изобразительное искусство объединяют живопись, скульптуру, графику, монументальное искусство и фотоискусство. Содержанием изобразительного искусства может выступать не только визуальный, но и духовный образ: философские, эстетические и этические идеи. Изобразительное искусство тесно связано с архитектурой, декоративно-прикладным и театрално-декоративным направлением, с разными видами дизайнами. В последнее время семимильными шагами развивается медиаискусство, произведения которого создаются и представляются с помощью современных информационно-коммуникационных (или медиа-) технологий.

В этом обзоре мы хотим остановиться на многочисленных арт-тимбилдингах. Согласитесь, одно перечисление форматов может занять целую страницу, причем регулярно появляются новые варианты, в том числе, с использованием ИИ. Арт-тимбилдинги через художественные формы раскрывают потенциал коллектива, повышают командный дух, налаживают коммуникации между сотрудниками. Можно рисовать соб-

ственную картину или создавать общее корпоративное произведение. Можно создать граффити или заполнить гигантскую раскраску. Можно собрать большую витражную мозаику или создать масштабные арт-объекты. Можно использовать техники скетчинга, флюид-арта, росписи по тканям, граттажа (то есть попросту процарапать картину). Можно устроить мастер-класс по каллиграфии или наносить рисунок на продукты питания (шоколад и даже пончики!) Можно рисовать спреями или вином. В общем, мы доказали, что вариантов великое множество! Отметим только, что творить для себя любимых очень приятно, но особую радость и гордость оставляют произведения, созданные вместе для любимой компании, например, для оформления офиса.

РУКОВОДИТЕЛЬ НАПРАВЛЕНИЯ СОБЫТИЙНОГО МАРКЕТИНГ «ОТП БАНКА» МАРИАННА ПИЛИПЧАК: «Наш банк сотрудничает с художниками. После смены позиционирования в ноябре 2023 года мы поделились смыслами и новыми цветами с современными мастерами, они придумали паттерн, который теперь мы использовали для декорирования офиса. Также мы пользуемся творчеством наших сотрудников: 1 июня был проведен конкурс детских рисунков, а после него рисунок победителя мы взяли как паттерн для корпоративного мерча».



Из арт-тимбилдингов с участием подписчиков MICE&more вспоминаются мастер-классы в отеле «МонАрх» (который продвигает арт-составляющую), каллиграфические экзерсисы на мероприятии в отеле Soluxe, рисование вместе с «Курортом Роза Хутор» в отеле Radisson Collection Moscow, роспись магнитиков в Azimut «Парк-отель Переславль» и даже роспись фигурок на производстве в Гжели.

Во время фамтрипов мы любим включать в программу посещения художественных музеев и галерей не только по причине культурного досуга, но и как знакомство с потенциальными площадками, на которых можно проводить свои мероприятия, в том числе, необычных (креативных) форматов. Например, запомнился театрализованный бал XIX века в Художественном музее Ярославля или посещение филиала «Русского музея» Санкт-Петербурга в далеком Коголыме.

ПРОГРАММА «МОЙ БРАТ: ТРОПА ЧЕРЕЗ ПУСТОШЬ» ДЛЯ ТОП-МЕНЕДЖЕРОВ КРУПНОЙ КОМПАНИИ / КЕЙС КЛУБА ПУТЕШЕСТВИЙ МИХАИЛА КОЖУХОВА: «В стенах «Пушкинского музея» куратор познакомил клиентов с самым ярким и сложным периодом творчества Винсента Ван Гога, когда художник жил и работал в Провансе. После этого гости посмотрели моноспектакль в камерном частном театре, который находится в четырехкомнатной квартире в центре Москвы. Главный режиссер и создатель «Квартетра» Павел Артемьев и актер труппы «Театра им. Маяковского» Олег Ребров посвятили три года изучению жизни великого художника. Вдумчиво и с чувством они воплотили на сцене сильную связь Ван Гога с единственным человеком, который верил в него, — с его братом Тео».

ЛИТЕРАТУРА

В начале было Слово... Как известно, с этой фразы начинается Новый Завет — Евангелие от Иоанна. Прежде чем приступить к какому-то деянию, мы стараемся облечь наши действия в слова. Если говорить в преломлении к ивенту, литература — это сценарий, это тексты ведущего, это текст для контента на экранах и так далее.

КЕЙС АГЕНТСТВА KAROVICH EVENT (ОСНОВАТЕЛЬ ВЕРА КАРОВИЧ): «Однажды летом, в час небывало жаркого заката, в Москве, на Поварской улице, в Центральном доме литераторов состоялось празднование дня рождения одной очаровательной гражданочки. Частное мероприятие было необычным и проходило в формате мистического иммерсивного шоу. Гости праздника представили героями великого романа М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита».

К сожалению, мы не можем привести все описание проекта, поскольку ограничены объемами. Постановкой занимался театр «Иммерсив» в Артэквае, руководила ей режиссер Варвара Обидор. Среди гостей были замечены многие персонажи романа, дамы использовали сияющий чудо-крем и молодели на глазах, перечень блюд словно сошел со страниц, а иллюзионист развлекал гостей весьма опасными фокусами. С появлением Воланда с потолка посыпались денежные купюры, которые чудесным образом осели в кошельках и карманах гостей. Всего и не перечислишь! Участники вечера погрузились в великий роман и с азартом прошли сквозь него».

В финале этой обзорной статьи мы решили дать список из нескольких книг, которые могут помочь нам в собственной деятельности и найти какие-то лучшие решения для своих мероприятий.

«ИСКУССТВО ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ. БЕСЕДЫ МАСТЕРОВ БУ И ШУ». Полухудожественная книга об организации мероприятий. Она же сборник историй, которые случились,

а может, могли бы случиться с ее авторами, — соучредителями компании Eventum Premo, вошедшей в топ-50 ивент-агентств мира, Алексея Берлова и Александра Шумовича. Подают истории в крайне забавной форме псевдостолических притч: «Как-то раз, закончив дневную медитацию, мастер Шу и мастер Бу обсуждали вопросы веры и искренности...»

«О ЧЕМ ДУМАЕТ ОРГАНИЗАТОР МЕРОПРИЯТИЙ». Авторы этой книги, Сурен Багдасарян и Марина Селиванова, назвали ее «деловым романом». Она не содержит скучных списков и перечней правил, но вполне способна мотивировать выбраться из кризиса в профессии.

«ОРГАНИЗАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЙ: ЗАКУЛИСНЫЕ СЕКРЕТЫ УСПЕШНЫХ ИВЕНТОВ». Без автора этой книги, организаторши ивентов с огромным опытом, Джудит Аллен, сложно обойтись, если разговор об этой сфере и о книгах. «Организация мероприятий...» — первая из серии книг, в которых она раскрывает многочисленные лайфхаки, трюки и ловушки своей профессии.

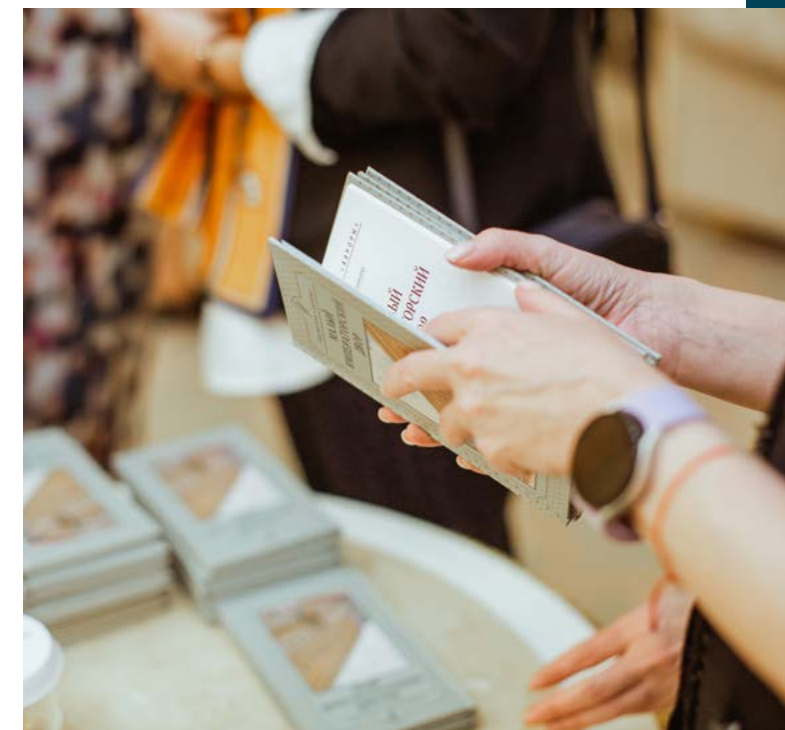
«EVENT СВОИМИ РУКАМИ». Татьяна Спурнова, владелец агентства MAXMEDIUM, входящего в топ-30 event-агентств мира по версии EVENTEX, понятным языком рассказывает о технологии организации мероприятий.

«ПАРТНЕРСТВО И СПОНСОРСТВО В EVENT-ИНДУСТРИИ. ИГРА ВОДЛГУЮ». Книга Наталии Франкель о том, как выстроить работу с партнерами и спонсорами для событий, то есть как составить коммерческое предложение, вести переговоры, выстраивать долгосрочное сотрудничество, как работать по бартеру и пр.

«EVENT-МАРКЕТИНГ. ВСЕ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОДВИЖЕНИИ СОБЫТИЙ». Еще одна книга Наталии Франкель в соавторстве с Дмитрием Румянцевым. О том, как организовывать концерты, фестивали, семинары и тренинги, конференции, праздники, вечеринки, онлайн-трансляции, как бороться за внимание людей, когда вокруг много конкурирующих мероприятий.

«100 СОВЕТОВ ОТ ПРОДЮСЕРА. ОРГАНИЗАЦИЯ ТРЕНИНГОВ». Вера Земскова — профи в организации тренингов с 10-летним опытом, она рассказывает об ошибках, правилах, схемах для работы и дает советы, как не наступать на щедро разложенные вокруг грабли.

«КОНФЕРЕНЦ-АНАТОМИЯ. КАК НАЙТИ СЕБЯ В ИНДУСТРИИ ВСТРЕЧ». Книга по ивент-менеджменту от Александры Юрковой для тех, кто хочет сделать организацию крупных международных мероприятий своей профессией. Молодые специалисты поймут, как подготавливать деловое мероприятие.



Опытные — структурируют свои знания и определяют, куда расти в этой сфере дальше.

«EVENT-ВАКЦИНА ПРОТИВ КРИЗИСА. ИСТОРИЯ СПАСЕНИЯ МОЕГО БИЗНЕСА». Книга от Алексея Амелина — автора с 20-летним опытом работы в event-индустрии. Рассказ о том, как сохранить свой бизнес в кризисные времена. При этом не потерять семью, сотрудников и клиентов.

«КАК ОРГАНИЗОВАТЬ, РАСКРУТИТЬ И ПРОДАТЬ СОБСТВЕННОЕ МЕРОПРИЯТИЕ». Целая группа авторов — Юрий Черников, Валерий Морозов, Денис Сыч — дает ответы на популярные вопросы, которые возникают как у новичков, так и у опытных организаторов мероприятий.

ПОСЛЕСЛОВИЕ ИЗ БУДУЩЕГО

«Доброе утро! Помогите, пожалуйста, найти человека, который поможет настроить ИИ для проведения музыкального шоу. Два концерта по 45 минут. Пианист в студии в одном городе, зрители в зале в другом. ИИ должен помочь создать «идеальную песню о любви». Зрители и ИИ вовлечены в процесс: называют настроения, композиторов, музыкальные композиции, голосуют на каждом этапе за одну из версий. Буду очень благодарна за советы, к кому можно обратиться». Вы уже видели такие объявления? А их будет все больше и больше. Ждем новых кейсов и обязательно будем о них рассказывать.

«ГРАНД ОТЕЛЬ ЕВРОПА»: ВЫСОКОЕ ИСКУССТВО ВО ВСЕМ

«Гранд Отель Европа», который празднует 150-летний юбилей в январе 2025-го года, можно назвать самым историческим и самым титулованным отелем России. Именно он первым в своем названии получил определение «гранд» и на протяжении долгой истории задает высокие стандарты качества и сервиса.



Искусство словно вшито в ДНК отеля. CD-проигрыватель с классической музыкой в номере, шоколад ручной работы, изысканные цветочные композиции, восхитительная косметика, парфюм с авторским ароматом. В номерном фонде представлены исторические люксы, восхищающие своими концепциями, а президентские люксы посвящены художникам-авангардистам: Малевичу, Кандинскому и Архипенко. Если можно сравнить дизайн номера с произведением искусства, то именно в этих стенах.

Гости «Гранд Отель Европа» погружаются не только в комфорт и роскошь, которая в легендарном пятизвездочном отеле должна присутствовать в каждой детали, но и соприкасаются с великими людьми разных эпох — с теми, кто жили и творили в XIX столетии, в прошлом веке и в современной жизни. Это мировые величины: музыканты и композиторы, певцы и танцоры, писатели и поэты, актеры и режиссеры, телеведущие и звезды спорта. Список VIP-гостей очень впечатляет. Это особое чувство — оказаться с ними в одном пространстве.

«ГРАНД ОТЕЛЬ ЕВРОПА» — ИДЕАЛЬНАЯ КОМПОЗИЦИЯ ДЛЯ ГОСТЕЙ

Выражаясь языком искусства, все службы отеля идеально подобраны и сыграны между собой, словно музыкальные партии в симфоническом оркестре. Остановившись в центре Санкт-Петербурга и растворяясь в атмосфере этого города, вы, на самом деле, можете даже не покидать отельные стены. Здесь вы красиво живете и плодотворно работаете. Отель на самом высоком уровне предлагает весь комплекс конференц-услуг, однако делает это в своем стиле — респектабельно, элегантно. Ни один MICE-проект (каким бы сугубо деловым он ни был) не заканчивается без кульминационного поднятия бокала с шампанским, изящного фуршета или фееричного гала-ужина. Мероприятия «под ключ» — это профиль «Гранд Отель Европа» (в том числе, выездные, так как отель один из первых установил прочные контакты с лучшими площадками Санкт-Петербурга и области).

КРЕАТИВНЫЕ ИДЕИ ДЛЯ САМЫХ ТРЕБОВАТЕЛЬНЫХ ЗАКАЗЧИКОВ

Менеджеры отеля — многофункциональны. Они целиком погружены в проект и в любой момент готовы, что называется, «вытащить из кармана» подходящее решение. Порой весьма

неординарное. Специфика отеля такова, что многие клиенты не только требовательные, но и непредсказуемые, выдвигающие новые пожелания. Задачи могут меняться несколько раз на дню. Для персонала это невероятная школа быстрого, вежливого и результативного реагирования. Поэтому, направляя запрос в «Гранд Отель Европа», будьте уверены, что вас всегда услышат, поймут, сделают так, как надо и проактивно предложат интересные варианты. Здесь умеют работать в условиях многозадачности и форс-мажоров.

«ДВОРЦОВОЕ» ИСКУССТВО КЕЙТЕРИНГА

Кейтеринг в «Гранд Отель Европа», действительно, возведен в ранг искусства. Мало кто еще в России владеет таким пулом стандартов. С 1991 года здесь организуют частные, корпоративные и государственные мероприятия, сопровождают презентации и фэшн-шоу, накрывают фуршеты и бизнес-завтраки, причем делают это не только в Санкт-Петербурге, но и в его окрестностях. Кейтеринговая служба отвечает за каждый аспект торжества, поэтому можете быть уверены в результате: это сочетание европейского уровня качества и петербургского характера. На территории отеля работают три ресторана высокой кухни, а блюдо «Яйцо в яйце» с черной икрой и трюфелем стало воистину легендарным.

Санкт-Петербург — это дворцы, это погружение в царскую эпоху и это те ценности, которые напрямую связаны с историей отеля. Можно сказать, что «работа в архитектурных памятниках» является отличительной чертой и даже специализацией кейтеринговой службы «Гранд Отель Европа». Здесь знают все особенности и «подводные камни» таких выездных приемов. Причем мы имеем в виду не только этикет, регламент и протокол. Работая на разных дворцовых площадках, кейтеринг отеля досконально знаком с планами зданий и маршрутами перемещений по закрытым коридорам, умеет накрыть застолье согласно строгим требованиям со стороны охранных служб исторических помещений.

Если ваше мероприятие проходит за городом (например, бал в Екатерининском дворце или гала в шатре в Лодейном поле) и в вашем меню внезапно происходит ряд замен, благодаря огромному опыту кейтеринговая служба точно знает, как быстро отреагировать. Главное — это довольный клиент!

«ВЕЧЕРА ЧАЙКОВСКОГО»: КУЛЬТУРНО-ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ ПУТЕШЕСТВИЯ СКВОЗЬ ВРЕМЯ

В «Гранд Отель Европа» проходят вечера, созданные в честь великого композитора, который дважды останавливался в этих стенах. Они построены на концертной программе



из его опер и балетов. В назначенные дни в парадном зале ресторана «Европа» со старинными витражами и уникальной деревянной резьбой в стиле модерн звучат жемчужины мировой музыки. Апофеозом сценической программы неизменно становятся балетные выступления: «па-де-де» феи Драже и принца Оршада из балета «Щелкунчик» и «Белое адажио» из «Лебединого озера». Оперные партии звучат в сопровождении ансамбля классической музыки. Концертная программа дополняется изысканным ужином при свечах по оригинальному сет-меню.

НАГРАДЫ КАК ПОДТВЕРЖДЕНИЕ ВЫСОКОГО УРОВНЯ

Закончим наш короткий экскурс в мир искусства «Гранд Отель Европа» перечнем его наград последних лет:

- » Ресторан «Европа» Best of Award of Excellence Wine Spectator с 2019;
- » Лучший банкетный менеджер — Серякова Ольга, Wedding Award Russia 2023;
- » Лучший городской отель для свадьбы Wedding Award NW 2023;
- » Customer Experience Award 2023, РБК.

«КОНЦЕРТМЕЙСТЕР»: ЗА СИМБИОЗ ИВЕНТА И КУЛЬТУРЫ МУЗЫКИ

Как правило, когда речь идет о музыке на мероприятии, имеют в виду работу диджея, приглашение групп и кавер-коллективов, выступление отдельных исполнителей, формирование шоу-программы. Главные критерии отбора — соответствие бюджету и концепции (как правило, именно в таком порядке). Обращаясь к Андрею Галичу, руководителю проекта «Концертмейстер» — проекта, где музыкантами становятся участники события, мы хотели расширить свое представление о том, как музыка может повлиять на мероприятие и даже стать его основой.



Я не музыкант, я бизнесмен. У заказчика мероприятия есть определенные бизнес-цели (увеличение продаж, рост прибыли, повышение лояльности), и цель проекта «Концертмейстер», отработать их доступными нам средствами. Для многих удивительно, но музыка весьма эффективна на этом поле. Главное, не ограничиваться эмоциональным воздействием, а пойти глубже, на уровень смыслов.

«Концертмейстер» часто воспринимают как командообразующий проект, но мы нечто большее. Наш проект базируется на термине «оркестр», что в музыкальной терминологии является высшей формой командного взаимодействия. На наших мероприятиях мы работаем с людьми, которые никогда не учились в музыкальной школе, не держали в руках инструмента, возможно, не имеют музыкального слуха и даже чувства ритма. Однако по прошествии двух часов они исполняют свои партии на настоящих скрипках и делают это слаженно. Да, комбинации очень простые, но инструменты качественные, и вся внутренняя динамика процесса полностью соответствует оркестровому поведению.

Все специалисты, которые задействованы в нашем проекте (от настройщика до менеджера), посвятили большую часть своей жизни именно музыке, они закончили специальные учебные заведения, многие из них работают в известных оркестрах, причем не только в России. Они не волшебники, но на какой-то уровень волшебства вместе с «Концертмейстером» они вышли, ибо творят чудеса.

В основе проекта нет никаких секретов, это профессионализм — мы умеем таким образом разложить оркестро-

вую часть на короткие партии, что овладеть ими несложно. Достаточно правильно положить скрипку на плечо, научиться держать смычок, а потом извлекать из струн звуки. Главное, что вместе с первичным владением инструментом (скрипкой, виолончелью или контрабасом) мы внедряем ценности и принципы профессионального оркестра, главные из которых — слушать и слышать друг друга, работать слаженно и вместе идти к одной цели, иначе музыка не получится.

В начале встречи гости, как правило, удивлены и оживлены. Согласитесь, фотографии с чашкой кофе в руках есть у всех, а вот со скрипкой — большая редкость. Далеко не все готовы к встрече с высоким искусством. Но далее, в процессе настройки, обучения и исполнения, люди проходят через несколько этапов — от полного недоверия («неужели Я смогу что-либо сыграть?») до невероятного восторга («у меня — У НАС — получилось!»). Идет трансформация от Я к МЫ, причем она сопровождается высоким эмоциональным подъемом в финале, когда результат не просто достигнут, но и воспринимается как чудо. Работая с залом, мы, организаторы, наблюдаем, как с каждым действием участники становятся более осознанными, сосредоточенными, они начинают вникать и растворяться в звуке струнного инструмента, проникаться новой культурой.

В проекте мы задействуем зрение и слух. Оркестр — это визуальные контакты и контроль динамики. Если один из участников оркестра сбивается, он не подает вида и продолжает смычком имитировать игру, пока вновь не вступит в свою партию. Если одна или даже несколько скрипок выбывают из общего звучания, другие участники и зрители этого не замечают, поскольку музыкальный фон не рушится, и атмосфера сохраняется.

Слушать и слышать — разные вещи. Слушать это, прежде всего, себя, а слышать — человека, который находится рядом, с которым вы в непосредственной связке.

На наших мероприятиях коэффициент «достижимости» близок к 100%. Не секрет, что в стандартных тимбилдингах почти треть гостей участвует номинально или даже игнорирует задания. В нашем оркестре, даже при слабой вовлеченности, участник становится частью командной динамики и транслирует ее. Такая гибкость позволяет нам достигать результат с любым портретом аудитории.

Для заказчиков у нас есть готовый плейлист, но мы можем разложить на струнную партитуру практически любое произведение, включая корпоративный гимн. Трек помогает работать с широкой амплитудой материалов — от классического вальса до тяжелого металла. Поскольку мы снимаем выступление, для проведения мероприятия подходят просторные лофты, фотостудии и съемочные павильоны, в которых можно выставить профессиональный свет для записи эффектных

клипов. Пространственно мы не ограничены: работаем от Калининграда до Владивостока и в других странах. Можем даже делать гибридные оркестры, когда часть исполнителей будет находиться онлайн.

Мы на 100% гарантируем нашим гостям, что их оркестр (от 20 до 450 человек) заиграет. За четыре года существования у нас не было ни одного случая, чтобы не заиграл. Более того, эту историю мы делаем полноценной и по итогам мероприятия выпускаем виниловую пластинку с записью исполнения в фирменной корпоративной обложке. Около 20% заказчиков используют эту опцию. Тиражи, как правило, небольшие — подарочные винилы руководству компании и ключевым партнерам.

.....
НОВОГОДНИЙ КЕЙС. Заказчик выбрал четыре рождественские мелодии. Мы провели четыре мероприятия для групп по 150 человек. У нас собралась рождественская пластинка из рождественских песен, сыгранных всеми сотрудниками компании. Мы сделали 400 экземпляров. Получился самый оригинальный подарок для клиентов и партнеров.

Мы разработали и альтернативный шоу-формат, когда заказчик может выделить для репетиций более длительный период в любых помещениях, а на самом мероприятии устроить сюрприз, когда занавес откроется и группа топ-менеджеров на сцене исполнит один только раз известную или корпоративную композицию. Такое выступление имеет самый большой wow-эффект.

Мы выступаем за коллаборацию разных искусств, так как это всегда расширяет кругозор людей и дает эффект личностного роста. Для наших мероприятий идеально подходят пространства художественных галерей, где проект «Концертмейстер» можно сочетать с арт-тимбилдингом. Любим работать с театральными площадками, так как они провоцируют на дополнительный креатив. В последнее время стали смелее экспериментировать со съемкой клипов и фильмов. Нам интересно вводить специальный дресс-код для создания определенного настроения или дополнять наши мероприятия лекциями, в том числе, психологическими, направленными на анализ командной работы, что очень приветствуют HR-заказчики.

Как вы заметили, я избегаю узкий термин «командообразование», мне ближе слово «сотворчество». Если удастся объединить сотворчество и командообразование, эффект получается втрое круче. Сотрудники не просто объединяются для выполнения определенных задач, они погружаются в состояние совместного творчества, и это самое эффективное состояние для качественных позитивных преобразований, причем музыка, как один из самых эмоциональных видов искусства, усиливает его в разы.

ОХРАНА ТРУДА НА ЗАЩИТЕ ИСКУССТВА

Наш постоянный автор Ирина Боева в своей колонке «Безопасность мероприятий» не смогла обойти стороной тему «мероприятия как искусство». Наверняка, первая реакция читателей будет вопросительной: «Как понятия "мероприятие — искусство — безопасность" могут быть связаны между собой?» Попробуем разобраться и вместе ответить на эти вопросы.

Мне очень повезло, что когда-то мне предложили совместить две, на первый взгляд, несовместимые роли — организация мероприятий и охрана труда. Я тогда не сразу согласилась на такой союз. Но, поразмыслив, осознала, что мероприятия и вопрос безопасности — понятия неотделимые. Теперь это подтверждено моим многолетним опытом работы в этой роли в международной энергетической компании SHELL и в службе охраны труда в Большом театре России (ГАБТ).

Кстати, именно в Большом театре я на практике освоила вопросы промышленной безопасности и вывела для себя определение: «Большой театр — это завод по производству спектаклей». Улыбнулись или удивились? Поясню. В русском языке «завод» происходит от слова «заводить», то есть запускать производство продукции с применением машин и механизмов. Спектакли, которые мы видим на сцене театра, — это продукт кропотливого производственного процесса, в котором задействованы тысячи работников различных служб, цехов, подразделений, отделов (штат сотрудников театра приближен к 4 000 человек). Абсолютно все — ОТ осветителя, машиниста и монтировщика сцены ДО слесаря, художника-технолога, инженера, ОТ красильщика, обувщика и бутафора ДО водителя фуры, которая перевозит декорации, ОТ продюсера и ДО, наконец, артиста балета, оперы, оркестра — понимают: чтобы обеспечить бесперебойную работу и безопасность на всех участках (а на выходе получить отличный результат), КАЖДЫЙ шаг на КАЖДОМ этапе подготовки спектакля (включая все производственные и технические работы, обслуживание здания, ре-

петиционный процесс, подготовку сцены и т.д.), должен быть продуман, выверен, отработан и выполнен безопасно. Это очень важно.

Только представьте, на сцене мы видим красивые многослойные декорации, а они весят тонны. Известны случаи, когда декорации падали и, к великому сожалению, не обходилось без жертв. Работники сцены должны надежно закрепить декорации и реквизит к штанкете (длинная прочная ферма) и колосникам (реечный настил над сценой), благодаря которым возможен спуск/подъем декораций и реквизита. Выполнение этих работ производится квалифицировано и в соответствии с инструкциями по охране труда.

Инструкции по охране труда, которым необходимо следовать, есть и у артистов. За видимой легкостью исполнения балетных элементов кроется высокий риск получения травмы, поэтому артисты балета должны использовать средства индивидуальной защиты, отрабатывать и репетировать безопасное исполнение прыжков и поддержек, а в рисунке танца не забывать о расположении тела относительно декораций и края сцены. К безопасности в театре относятся также работы на высоте, пожарная и электробезопасность, информационная безопасность объекта, реагирование на чрезвычайные ситуации. В общем, об этом можно писать бесконечно. Тема интереснейшая.

Но вернусь к мероприятиям! Находясь в близком контакте с искусством, я приобрела колоссальный опыт организации и безопасного ведения работ по подготовке и проведению масштабных событий, залогом успеха которых стоит, в первую очередь, обеспечение их безопасной организации и проведения. Для этого каждое мероприятие должно быть тщательно спланировано, подготовлено, необходимо сделать комплексную оценку рисков, разработать планы действий и реагирования, распределить зоны ответственности. Задействованный персонал должен быть обучен и натренирован. Такой серьезный подход ко всем организационным вопросам поможет обеспечить безопасное ведение работ:

1. в процессе подготовки (транспортировка, разгрузка, перемещение грузов, монтаж оборудования и т. д.);
2. во время проведения (все участники события, включая зрителей, артистов, обслуживающий и технический персонал, должны быть уверены, что находятся в безопасной среде);
3. на этапе завершения мероприятия (демонтаж стендов, декораций, оборудования и приведение в порядок площадки).

Выделяю эти три этапа, чтобы было представление о том, насколько комплексным и многослойным может стать мероприятие. При этом важно осознавать, что в него вовлечены множество людей: гости, обслуживающий персонал, технические специалисты, артисты, музыканты. Каждый из них имеет свою безусловную значимость, и их безопасность должна быть приоритетом.

Как организатор мероприятий, для проверки соответствия требованиям безопасности и контроля работ, я использую чек-листы, которые у меня поделены именно в такой поэтапной последовательности. Как специалист по охране труда за основу своей работы я беру Трудовой кодекс, законодательство и систему управления охраной труда. Лучших помощников, поверьте, не найти, а вот научиться применять требования, соблюдать их соответствие ко всем проводимым работам на каждом этапе мероприятия — это настоящее искусство, опыт и мастерство.

В дополнение к пунктам выше посоветую еще несколько элементов, к которым нужно наиболее ответственно подойти при создании своего уникального события:

 на площадке организуйте регулярные обходы и контроль за соблюдением всех требований безопасности, тогда вы будете уверены в безопасности людей, надежности оборудования и конструкций, задействованных в мероприятии;

 проводите регулярную проверку электропроводки и приборов, чтобы предотвратить короткие замыкания и возгорания;

 привлекайте к работам персонал квалифицированный, обученный безопасному ведению работ по монтажу / демонтажу и транспортировке оборудования и декораций, натренированный реагированию на чрезвычайные ситуации (ЧС) и оказанию первой помощи;

 убедитесь, что для всех сотрудников (включая подрядные организации, привлеченные к работам) проведены все необходимые виды инструктажей по охране труда, пожарной безопасности, обучение и тренировки по оказанию первой помощи и реагированию на ЧС (аварии, пожар, задымление, теракт, иные бедствия), последнее поможет избежать потерь, паники, грамотно организовать эвакуацию людей и помочь им, если наступит такая внештатная ситуация;

 проверьте на актуальность и соответствие формату вашего мероприятия навигационные схемы, эвакуационные схемы и пути эвакуации (они должны всегда быть свободны, без препятствий).

На примере одного своего мероприятия хочу показать важность каждого из перечисленных пунктов. Я ранее уже делилась, что мой принцип — начать организацию с придумывания названия. Это задает концепцию, помогает в подборе площадки и декораций, определяет выбор артистов и других исполнителей в полном соответствии сценарию.

Название «Вдогонку за Новым годом» соответствовало ситуации, поскольку проведение мероприятия было назначено на 21 января, когда Новый год для всех уже давно наступил. Площадка нашлась тематическая — кафе «ВОКЗАЛ» в очень старом московском доме. Энергосеть, мягко говоря, там была сильно изношена. Поэтому после оценки всех рисков было решено повысить пожарную и электробезопасность: это включало дополнительный обученный персонал, огнетушители, гидранты, свободные эвакуационные пути и даже инструкцию по поведению в ЧС, которую мы дали в пригласительных билетах, стилизованных под реальный плакат. От сухого фейерверка в целях экономии бюджета мы отказались, но взяли запасной генератор на случай, если сеть не выдержит нашего накала.

Во время мероприятия мы «двигались» по карте событий и «перемещались» из проекта в проект, которые были реализованы в компании за прошедший год. Плюс мы снимали и озвучивали тематический фильм по мотивам известного хита «В джазе только девушки», причем актерами были сами сотрудники.

В самом конце вечера состоялся премьерный показ нашей ленты. Эмоции зашкаливали! Фейерверк не требовался, все наслаждались исполнением живой песенки «I Wanna Be Loved by You». По ходу дела вдруг вырубилось все электричество, но никто (кроме тех, кто был в теме вопроса) этого не заметил. Сработал генератор, пожара не случилось, получился вполне себе happy end.

Я привела именно этот пример, поскольку он ярко демонстрирует и роль искусства в мероприятии (кино его сделало удобным), и то, что плановый, рискоориентированный подход к организации мероприятия с проверенными и профессиональными подрядчиками — это тоже настоящее искусство.

ПРЕОБРАЖЕНИЕ ПРОСТРАНСТВА И ВРЕМЕНИ НА «РОЗА ХУТОР»

Современные мероприятия уже давно превратились в важнейшие культурные феномены, перешагнув рамки обычных деловых встреч. Сегодня они способны трансформировать пространство и время, объединяя участников в уникальном опыте.

На курорте «Роза Хутор» искусство органично вплетается в мероприятия, превращая их в уникальные культурные явления. Здесь фестиваль или конференция — тщательно продуманное художественное действие, которое обогащает участников культурными смыслами и эмоциональными переживаниями. Искусство, интегрированное в мероприятия, не просто украшает их, но и создает особую атмосферу, стимулируя творческое мышление и глубокое погружение в тематику события.

ФЕСТИВАЛЬ «РОЗА ХУТОР. КЛАССИКА»: КЛАССИКА В ГОРАХ

В этом году фестиваль «Роза Хутор. Классика» посвящен двум важным датам — 180-летию Н.А. Римского-Корсакова и 225-летию А.С. Пушкина. Великие представители русской культуры обращались в своих произведениях к национальным корням, черпали вдохновение из фольклора, выражая истинную любовь к народу и отечеству.

Художественный руководитель фестиваля Алексей Асланов, дирижер Мариинского театра, представил масштабную программу события, которая развернулась на двух концертных площадках курорта «Роза Хутор».

Всероссийский кастинг фонда F.E.S. собрал лучших молодых музыкантов страны, и они приняли участие в фестивале наравне с мировыми звездами оперы и балета, зарубежными артистами, в сопровождении легендарного Санкт-Петербургского государственного академического симфонического оркестра под управлением маэстро Алексея Асланова. Фестиваль поддержан Президентским фондом культурных инициатив.

«Роза Хутор» показывает, что мероприятие может быть не просто платформой для обмена информацией, но и живым произведением искусства, которое объединяет людей вокруг общих культурных и духовных ценностей, вдохновляет на новые свершения и открытия. В этом контексте каждый фестиваль или конференция на курорте становится больше, чем просто событие — это возможность для всех участников прикоснуться к высокому искусству, стать его частью и открыть для себя новые горизонты культурного опыта.

NEW STAR WEEKEND: ГАРМОНИЯ СПОРТА И ИСКУССТВА

ФЕСТИВАЛЬ NEW STAR WEEKEND — это не просто спортивное событие. Это многослойное культурное явление, где спорт и искусство сливаются воедино, создавая уникальную синергию. На этот фестиваль съезжаются спортсмены, артисты и творческие личности со всей страны, чтобы вместе создавать неповторимую атмосферу, где каждый трюк, каждый музыкальный аккорд — это часть общего художественного контекста.

Дневные соревнования по сноуборду и фристайлу превращают трассы «Роза Хутор» в динамичное полотно, на котором каждый участник оставляет свой след. Вечером же, на фоне величественных гор, проходят концерты и перформансы, где звучат новые голоса и рождаются новые формы искусства. Здесь спорт становится языком искусства, а участники и зрители — частью единого творческого процесса. Это место, где границы между дисциплинами стираются и создается новый культурный феномен, в котором каждый элемент находит свое место.

NEW STAR WEEKEND привлекает тех, кто видит в спорте не только физическую активность, но и форму самовыражения. Здесь собираются те, для кого творчество — это стиль жизни, способ общения с миром, и кто готов выйти за рамки традиционного восприятия событий, создавая новые смыслы и впечатления.

КАК СОЗДАТЬ СИНЕРГИЮ БИЗНЕСА И КУЛЬТУРЫ

Арт-отель Vasilievsky является одной из атмосферных уникальных локаций, расположенной в самом центре Петербурга. За фасадом старинного особняка в стиле неоклассицизм находится современное креативное пространство с уникальной концепцией. Интерьеры отеля буквально пропитаны эстетикой. На первом этаже гостей встречают произведения искусства современных художников, а в холле располагается выставка работ авторов.

«Мы сделали искусство частью стратегии развития отеля Vasilievsky через создание атмосферы и, как следствие, новой точки притяжения на культурной карте нашего города. И этот проект, который, возможно, казался второстепенным для отеля как для бизнеса, стал важнейшим, сильнейшим драйвером развития. Здесь сложилось все. И социальный аспект, помощь малоизвестным авторам. И наше личное желание реализовать эту концепцию не только через внешние атрибуты, а через создание атмосферы, в которую хочется возвращаться за новыми идеями, смыслами, за вдохновением» — рассказывает Наталья Шумакова, исполнительный директор WONE Hotels.

Арт-отель Vasilievsky уже хорошо известен своими интересными мероприятиями. Помимо выставок здесь проходят медиации, встречи с современными художниками и лекции по искусству. Однако особое место занимают общественно значимые события. Например, в мае, в день рождения Северной столицы, в Vasilievsky прошел благотворительный вечер современ-

ного искусства «В Петербурге светло», чьим организатором выступает фонд «Перспективы». Главным событием мероприятия стал аукцион, который провел фотограф Государственного Эрмитажа Юрий Молодковец.

Интерьер конференц-залов Vasilievsky продолжают концепцию отеля. Вместо привычных безликих стен, участников встречают уютные стильные пространства. Конференц-залы названы в честь

знаменитых русских художников, что сразу задает тон: стены украшены оригиналами работ современных авторов, при этом комнаты оснащены всем необходимым оборудованием для проведения мероприятий разных форматов.

«Work-life balance является одной из популярных тенденций, что нашло отражение и в сфере деловых мероприятий. Организаторы конференций, семинаров и прочих событий понимают, что должны создать плодотворную, комфортную среду для общения участников. Гости должны уходить с мероприятия не только с новыми знаниями, но и новыми эмоциями, тогда им захочется туда попасть снова. Отель Vasilievsky, конечно, одно из таких мест, которое позволяет сделать именно такое атмосферное событие. Каждый отель WONE Hotels имеет свою уникальную концепцию, которая позволяет проводить мероприятия MICE любого формата. Например, в Palace Bridge часто проводят мероприятия, связанные с медицинской сферой и индустрией красоты, поскольку формат отеля «городской курорт» позволяет реализовать много идей», — считает Наталья Шумакова.



«КОРОЧЕ, МЫ ЕДЕМ В СОЧИ!»

Этот задорный слоган родился сам собой на удивительном мероприятии SOCHI&more, которое состоялось 26 августа в Москве на площадке LOFT#4. Инициатором Дня Сочи в Москве выступила маркетинговая экосистема MICE&more. Яркий ивент стал программным шагом в серии мероприятий нового формата, призванных продвигать деловой туризм в регионах. В нем приняли участие более 100 представителей MICE-индустрии — как корпоративные заказчики, так и агентства.



ЛИНА МОСКВИНА, ОСНОВАТЕЛЬ MICE&more: Данное направление работы MICE&more сегодня отражает современный формат комплексного и эффективного продвижения направления. Если раньше мы начинали с тематического номера и медиа-поддержки, то сегодня сразу используем все инструменты — мероприятие с потенциальными клиентами, медиа-поддержку во всех ресурсах MICE&more и партнеров, маркетинговые инструменты. Данный подход полностью оправдал себя с KOGALYM&more и дополнительно подтвердил с SOCHI&more.

Наши партнеры привезли великолепное сочинское солнце, пальмовые листья и даже морские волны. Поэтому нашей задачей сегодня было обеспечить максимальное и качественное общение с партнерами, которые приехали на мероприятие специально с этой целью. Мы выбрали локацию, которая отражает расслабленную, непринужденную и творческую атмосферу направления. Добавили сюда деловую часть, презентации экспонентов и, конечно же, эмоциональную яркую вечернюю программу.

Итак, почему же мероприятие называется SOCHI&more? С одной стороны, действительно, Сочи ассоциируется с морем, с другой стороны, это продолжение названий двух компаний, которые выступили организаторами события — MICE&more и EVENTMORE. Ну и, конечно же, Сочи — это бесконечный источник идей, вдохновения для творчества, креатива. Поэтому Сочи and more!



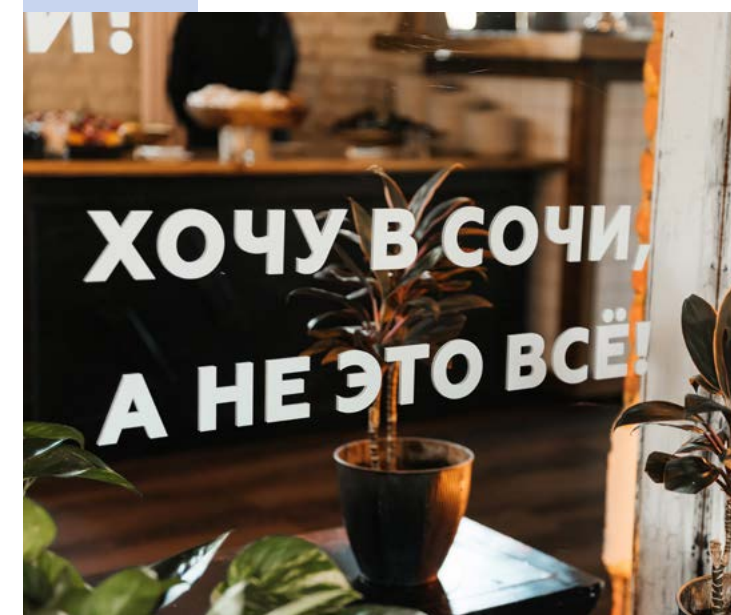
В качестве генерального спонсора SOCHI&more выступил «Курорт Красная Поляна», за архитектуру мероприятия отвечал генеральный партнер — компания EVENTMORE во главе с ее создателем Екатериной Захаровой, развлекательную и музыкальную часть реализовала команда агентства «СВОИ ЛЮДИ».

Сейчас уже можно резюмировать, что организаторам и экспонентам удалось открыть возможности Сочи по-новому. LOFT#4 собрал на одном пространстве лучших партнеров: помимо выше упомянутых — всесезонный курорт «Роза Хутор» и компанию «Васта Отель Менеджмент», группу MANTERA и целый город-отель «Бархатные сезоны», отель Grand Karat Sochi и ферму «Экзархо», компании «Дягилев MICE» и «Планета Сочи», а также трансферную компанию BuyTheWay. Оформлением площадки, согласно сценарию, изобретательно занимался декоратор Сергей Енин: особенно высоко участники оценили концептуальные фотозоны. Замечательный кейтеринг и барбекю-меню от LOFT#4 были дополнены коллекцией вин от алкогольной компании AST.

На обширной и очень продуктивной нетворкинг-сессии, которая длилась пять часов под сопровождение спокойных звуков моря, была представлена актуальная информация и свежие идеи по организации корпоративных мероприятий, была создана по-настоящему вдохновляющая (и даже душевная) атмосфера между заказчиками и поставщиками услуг.

Как сказала Анастасия Молочкова, руководитель отдела продаж «Курорта Красная Поляна»: «Как правило, мероприятия делового туризма собирают представителей различных городов, регионов и даже стран. SOCHI&more было посвящено одному направлению, причем достаточно востребованному. В данном контексте, это настоящее мастерство собрать реально заинтересованную аудиторию и дать ей максимально полезную информацию. Конечно, мы, как экспоненты, тщательно готовились к встречам и теперь, по итогам дня, не можем не отметить высокое качество деловых коммуникаций. Площадка была подобрана идеально, она отразила атмосферу направления, особый сочинский вайб. Считаю, что это было самое стильное мероприятие за все последние годы. Эстетика была продумана в каждой детали. Спасибо нашим верным партнерам — маркетинговой экосистеме MICE&more — за такие нужные для отрасли события!»

Закончился по-настоящему летний день интерактивными конкурсами от «Своих людей» под руководством ведущего Романа Автухова и зажигательным квартирником от проекта «Стыковка».



ПАРТНЕРЫ И ЭКСПОНЕНТЫ SOCHI&MORE

ВАЛЕРИЯ СОКОЛЬНИКОВА, «КУРОРТ КРАСНАЯ ПОЛЯНА»

— Уникальность «Курорта Красная Поляна» заключается, в том числе, в едином окне продаж, в единой точке входа для корпоративных клиентов и для MICE-агентств. Мы, пожалуй, единственные в России, кто успешно реализовали такую структуру управления продажами и доходами. Наш курорт — это большая экосистема. Огромный бонус для организаторов состоит в том, что есть одно контактное лицо — менеджер, который формирует смету по всем сервисам курорта, будь то проживание в отеле, ужин в ресторане, катание на горных лыжах и многое-многое другое. Этот менеджер является единым проводником в богатый и разнообразный мир «Курорта Красная Поляна».

ЕКАТЕРИНА ЗАХАРОВА, АГЕНТСТВО EVENTMORE

— Наша компания является полноценным DMC-агентством в Сочи. Мы оказываем полный спектр MICE- и ивент-услуг. В городе мы представлены с 2015 года, и за это время организовано уже более 500 мероприятий. В портфолио нашей компании крупнейшие корпоративные клиенты, как зарубежные, так и российские. И, наверное, основная отличительная черта (чем наша компания уникальна) — это индивидуальный подход. Мы всегда стараемся предоставить клиенту эксклюзивный сервис. Мы всегда на стороне клиента. Мы работаем 24/7, когда идет речь о проекте. И, наверное, мы всегда стараемся услышать клиента, услышать его потребности и предложить максимально интересные решения для их ключевых задач. До встречи в Сочи!



ЕКАТЕРИНА ПАСТУШЕНКО, ИВЕНТ-КОМПАНИЯ «СВОИ ЛЮДИ»

— Наша компания уникальна, наверное, тем, что мы делаем все с любовью. Мы все делаем, как свои люди для своих людей. Неважно, где это — Москва, Сочи, Дубай или совершенно другая часть мира. Мы профессионалы в тимбилдинге, мы профессионалы в инсентив-программах, в комбинаторике, квестах, диджитал-форматах. И все это мы делаем так, чтобы люди влюбились не просто в регион, в нас, но и друг в друга. В общем, мы точно про любовь.

МАРУСЯ ШЕЛЕПЕНЬ, КУРОРТ «РОЗА ХУТОР»

— Мы принимаем гостей круглогодично, через единое окно мы можем предоставить все услуги абсолютно комплексно. Это означает единое сопровождение на каждом шагу в подготовке и реализации проекта, осуществление любых форматов, начиная от бизнес-мероприятий и заканчивая тимбилдингами, индивидуальными праздниками. Приезжайте и летом, и зимой, — вы не пожалеете, потому что будете счастливы, это мы вам гарантируем!

ОЛЬГА МИХНЕВИЧ, ГОСТИНИЧНЫЙ ОПЕРАТОР «ВАСТА ОТЕЛЬ МЕНЕДЖМЕНТ»

— На круглогодичном курорте «Роза Хутор» в нашем управлении находятся семь отелей. Мы уделяем особое внимание развитию MICE-направления, предлагая гостям широкий спектр возможностей для мероприятий любого формата. Хочу поблагодарить MICE&more за прекрасную организацию Дня Сочи: пообщались, вдохновились, поделились новостями 2025-го года, зарядились позитивом и отличным настроением. С нетерпением будем ждать новых встреч!

ЭЛЛИНА АКИНШИНА, ТУРАГЕНТСТВО «ПЛАНЕТА СОЧИ»

— Прекрасное мероприятие! Я очень рада видеть наших коллег из Сочи, потому что, в принципе, о Сочи можно рассказывать бесконечно. Здорово, что сегодня светит такое потрясающее солнце и дает атмосферу юга России, передает настроение нашего любимого города. Очень много позитивных людей. Очень много пальм, которые, видимо, были привезены из Сочи специально под это мероприятие. А главное — много интересных контактов: это корпоративные клиенты, это MICE- и ивент-агентства, которым интересно проводить мероприятия на юге России. Ну, а мы готовы им в этом помочь. «Планета Сочи» всегда к вашим услугам.

НАТАЛИЯ ТОРИАШВИЛИ, «ДЯГИЛЕВ MICE»

— Центр Дягилева уже много лет базируется в Сочи. Сначала это были концертные программы и гала-ужины, а сейчас вы можете заказать всю линейку мероприятий, так же как в Санкт-Петербурге, в Москве или в Эмиратах. Мы организуем масштабные конференции, разнообразные тимбилдинги, креативные инсентивы, психологические тренинги и многое другое. Отмечу, что в нашей команде — бобслеист Дмитрий Труненок, участник и победитель Олимпийских игр в Сочи, с ним всегда очень интересное и конструктивное общение. В общем, если вы хотите получить мероприятие высочайшего уровня, обращайтесь к нам — «Дягилев MICE» будет рад помочь!



ЕКАТЕРИНА ХАРДЖИЕВА, ГРУППА MANTERA

— Мы созданы в 2023 году для того, чтобы объединить самые лучшие курорты, самые лучшие развлекательные мероприятия, парки, горные зоны, винодельни, горные курорты «Красная Поляна» и «Архыз», винодельню «Шато де Талю», «Сочи Парк», «Сочи Парк Отель», отель-замок «Богатырь», отель Mantera Resort & Congress, а 1 ноября 2024 года откроется наша самая крутая пятерка — Mantera Supreme Seaside. Это пять гектаров благоустроенной территории, 11 бассейнов, восемь из которых с морской водой, 400 роскошных номеров, начиная от делюкса, заканчивая президентским люксом с собственным бассейном, три бассейна находятся на крыше, включая инфинити-пул. Добро пожаловать в группу компаний «Мантера»! «Мантера» — это экосистема впечатлений, где каждый найдет то, что ему подходит.

АЛЕКСАНДРА АНУФРИЕВА, ОТЕЛЬ GRAND KARAT SOCHI 5*

— Вы можете знать нас как бывших «Хаятт Ридженси Сочи». Мы находимся в самом центре города, в исторической зоне нашего чудесного курорта. Мы представляем собой отель в 199 просторных номеров, каждый из которых открывает прекрасный вид на море. Помимо плюсов локации, благодаря которой можно пешком добраться до многих интересных точек города, нас выбирают по причине классных возможностей для MICE. Отдельный третий этаж — к вашим услугам! Это бальный зал-трансформер и несколько просторных переговорных комнат, из которых можно выйти на террасу, насладиться видом на море, накрыть классный коктейль. У нас можно организовать бизнес-завтрак, провести безукоризненную деловую встречу и устроить роскошную свадьбу. Мы вас всех очень ждем. Рады знакомству, рады дружбе и рады быть полезными.



АЛЕКСЕЙ ЛЕБЕДЕВ, ГОРОД-ОТЕЛЬ «БАРХАТНЫЕ СЕЗОНЫ»

— Мы предлагаем уникальный объект. Наш отель — это целый город, где 4 688 номеров, в которых можно разместить одновременно до 10 000 гостей. Мы проводим мероприятия разного уровня. От крупных корпоративных (например, Фестиваль молодежи) до небольших камерных на 10-15 человек. Возможности нашей компании позволяют организовать как деловое мероприятие, так и обеспечить креативный и качественный подход к отдыху. Как центр туризма, мы предоставляем нашим гостям широкие возможности, и наша клиентская база постоянно расширяется. Сейчас наша статистика — это порядка 350 тысяч гостей в год от Калининграда до Петропавловска-Камчатского. Ждем вас в «Бархатные сезоны» для проведения ваших мероприятий.



АЛЛА КАЛАШНИКОВА, BUUTHEWAY

— Я представляю транспортную компанию, которая на данный момент является одной из самых крупных в России. Мы работаем не только на просторах нашей страны, но и в СНГ, и в дальнем зарубежье. С нами работать комфортно. Все расчеты по вашим заказам будут осуществляться в рублях, а также возможна система постоплаты. У нас есть собственный API, и благодаря этому вы можете интегрироваться и получать документы в более удобном формате. Кроме того, у нас есть отличительная услуга, которой нет в других транспортных компаниях: мы звоним каждому пассажиру в момент посадки в авто, чтобы убедиться, что встреча произошла, и пожелать ему приятной поездки.

ИНГА ЭКЗАРХО, ФЕРМА «ЭКЗАРХО»

— Наша ферма находится в городе Сочи, в горном районе Мацеста. Мы расположены в потрясающе красивом месте (таких локаций немного!) и предлагаем нашим гостям насладиться этой удивительной природой. Мы создаем

уникальные продукты для наших гостей — и туристические, и ивентовые, и сельскохозяйственные. Хочу отметить, что мы производим сыры 12-ти сортов и предлагаем этот уникальный органический продукт нашим гостям. Мы очень клиентоориентированы, очень гибкие и все делаем на пять с плюсом. Поэтому приезжайте в нашу уникальную рекреационную среду отдыхать, наслаждаться, развлекаться и вкушать фермерские продукты.

ЕВГЕНИЙ ВРЫНЧАНУ, АЛКОГОЛЬНАЯ КОМПАНИЯ AST

— Мы работаем с MICE&more уже на втором мероприятии. Компания «АСТ» занимает лидирующие позиции на российском алкогольном рынке уже более 30 лет и остается ключевым игроком, продвигая уникальный портфель брендов благодаря сильной команде и надежным партнерам. Мы можем закрыть любую потребность корпоративного клиента, подберем вина и крепкие напитки для подарков вашим партнерам. Организуем банкет, уложившись в любой бюджет. Поможем с выбором площадки, нанесем ваш логотип на выбранный вами подарок, доставим в любую точку мира. Проведем для вас мероприятие или винное казино. При необходимости предоставим бокалы и развлечем ваших гостей. Работая с «АСТ», вы получаете качественный продукт и сервис. Нам важно оставить вас довольными.

АЛЕКСАНДР ВЕЛИКАНОВ, LOFT HALL

— Loft Hall — это коллекция авторских ивент-пространств с первоклассным обслуживанием, изысканной кухней, стильными интерьерами и полным техническим оснащением. У нас есть три площадки в Москве и более 30 залов для проведения мероприятий абсолютно любого уровня масштаба. Мы проводим ивенты от 20 до 3 000 персон в нескольких городах. Это Москва, Санкт-Петербург, загородное пространство. Мы приглашаем вас к нам и делаем все наши пространства абсолютно уникальными и эстетически непревзойденными. Ничего подобного вы не найдете нигде в этом мире, даже не побоюсь этого слова. Многофункциональные пространства с верандами, с территориями для презентации любого продукта, для проведения любого мероприятия: частные дни рождения, свадьбы, выставки, презентации продуктов, конференции, банкеты, тимбилдинги — в общем, все для вас. Мы рады приветствовать гостей в наших стенах. Добро пожаловать в «Лофт Холл»!



ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ

ЮЛИЯ ЕГОРОВА, «ВИПСЕРВИС»: «Благодарю за отличное атмосферное мероприятие! Было очень тепло (в прямом смысле слова!), уютно, камерно. Очень понравилось оформление площадки и музыкальное сопровождение, а также нетворкинг. Было очень полезно обновиться и пополниться знаниями».

ЕЛЕНА ЛУНИНА, «ВТС»: «Благодарю всю команду за такое классное и мегаполезное мероприятие. Все было на высшем уровне!»

ЭЛЬВИРА ПАНКОВА, «ДЕМЛИНК АТЛАС»: «Позвольте выразить благодарность организаторам за такой формат мероприятия — вся организация была на высшем уровне. И, конечно же, спасибо за полезные знакомства и потрясающую атмосферу. Отличное завершающее мероприятие этого яркого лета!»

ТАТЬЯНА КОМАРОВА, «ВИКТОР КОМПАНИ»: «Спасибо за удовольствие, полученное на мероприятии! Новый формат, старые знакомые и, что самое главное, для себя я нашла пару интересных, неизвестных ранее партнеров, хотя думала, что все локации в Сочи знакомы. Было приятно познакомиться с партнерами, о которых уже читала или слышала у вас, но до этого лично не встречалась. Солнечный день добавил яркости Дню Сочи!»

ВАЛЕРИЯ НАДЕИНА, «ПИК ФАРМА»: «Спасибо за классное мероприятие! Было очень душевно. Я получила огромное удовольствие и искренние эмоции».

ВИКТОРИЯ СОКОЛЬНИКОВА, «КУРОРТ КРАСНАЯ ПОЛЯНА»: «Продуктивный день на SOCHI&more — еще раз убедилась, что Сочи насытиться невозможно».

ЕКАТЕРИНА ШИЛОВАРИНА, «МАКСИМАЙС»: «Всем огромное спасибо — чудесный день, нетворкинг, летнее настроение и вдохновение на новые проекты!»

ЛИКА ПАНФИЛОВА, «ВВТ»: «Спасибо за лучший последний понедельник лета! Так все было красиво, элегантно, вкусно и весело!»

ДАРЬЯ ФЕЛЬДТ, «ЛАКТАЛИС»: «Тема Сочи очень затронула мою душу. Надеюсь, что будет еще нечто подобное в будущем. Восторг и 100% удовольствие».

.....
СЛЕДУЮЩИЙ SOCHI&MORE УЖЕ ЗАПЛАНИРОВАН НА АВГУСТ 2025-ГО ГОДА!

О «ЗЕЛЕНОМ MICE» ВМЕСТЕ С «КУРОРТОМ КРАСНАЯ ПОЛЯНА»

Мы регулярно поднимаем тему устойчивого туризма на страницах журнала и на сайте MICE&more, в том числе, несколько лет назад мы собирали экспертов в офисе «Курорта Красная Поляна» и даже выпустили специальный «зеленый» номер весной 2023-го года. Однако у курорта столько новой информации по этому направлению, столько интересных наработок, полезных цифр и фактов, что 22 июля мы вновь собрали Экспертный совет на тему «Зеленого MICE».

Среди участников были представители крупных BT&MICE агентств и эксперты-практики в области устойчивого развития. Совет получился эмоциональным и продуктивным, удалось обсудить много актуальных вопросов. Большое спасибо офису «Курорта Красная Поляна» за невероятно душевный прием и замечательные — в том числе, экологичные! — подарки.



ЕКАТЕРИНА ТЕЛИАНИДИ, «СИТРОНИКС ГРУПП»

Тема устойчивого развития мне близка, поскольку в «Высшей школе экономики» одна из моих работ была посвящена повестке ESG (Environmental, Social, Governance). Уже тогда я поняла, насколько она мне близка. В начале нашей встречи я сразу хочу отметить позитивный момент: несмотря на все внешние обстоятельства, мы в нашей стране действуем в рамках мировой экосистемы и продолжаем наращивать опыт. Компания, в которой я тружусь, — порой даже методом проб — старается помогать и приносить пользу в данной сфере внешнему миру, своим сотрудникам и партнерам.

ИРИНА БОЕВА, ГАБТ РОССИИ

Как специалиста по охране труда, окружающей среды и организатора мероприятий, меня очень трогают вопросы устойчивого развития. Я слежу за трендами, мне хочется продвигать новые идеи и технологии, внедрять и развивать их. Я уверена, что тема ESG станет еще более перспективной и через один-два года займет топовую строку в списке активностей всех корпораций. Впрочем, еще 15 лет назад в компании SHELL,



когда мне предложили объединить охрану труда и окружающей среды с организацией мероприятий, я сказала коллегам: «Хоть вы и смеетесь сейчас тому, что это разные понятия, но пройдет два года и вы увидите, как эти вопросы станут неразделимыми». Жизнь показала, что я была права!

ИРИНА ВАСИЛЬЕВА, UTS

Повестка нашей встречи — экологичное развитие — сейчас присутствует во всем. В сфере бизнес-трелел эту тему несколько лет назад стали активно продвигать крупные международные компании, и со временем она была подхвачена на разных уровнях. Эта тенденция продолжается. Мы разрабатываем логистику с учетом влияния CO2 и выбираем экофрендли-отели, где заботятся не только о гостях, но и о природных ресурсах. В ряде клиентских запросов пункт устойчивого развития является обязательным. В сфере MICE этот тренд также набирает силу. Мы стремимся проводить больше мероприятий на природе, причем делаем это не только с точки зрения «не оставить после себя следа», а даже наоборот — мы анализируем, что можем привнести, чем помочь. У нас много экологичных кейсов: от историй с посадкой растений до уборки мусора или просто интеграции мероприятия в ландшафт.





ЕЛЕНА МУЛЕНКОВА, ДЕВЕЛОПЕРСКАЯ КОМПАНИЯ ЗАГОРОДНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Наши клиенты часто хотят купить себе дом поближе к лесу, где есть водоемы. А мы, девелоперы, очень часто сталкиваемся с тем, что есть ограничения и нет возможности строить слишком близко к живой природе. Я видела в коллегах разочарование, когда они были вынуждены ухудшать качество жилья людям, желающим поселиться у кромки леса, ради того, чтобы сохранить экосистему. То есть с одной стороны мы хотим предложить идеальный продукт для загородной жизни, но с другой стороны не можем его реализовать в желанном виде в силу конкретных обстоятельств. Я пришла вдохновиться опытом «Курорта Красная Поляна» в поиске новых путей решения проблемы.



ЮЛИЯ РЕТЮНСКАЯ, ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ СЕКТОР

Во время мероприятий мы редко думаем, что будем делать с теми расходными материалами, которые используем:

с огромными баннерами, раздаточными материалами, инструментами и так далее. Никто не задумывается об их утилизации. А ведь их можно переработать или сохранить в офисе, или перепродать. Это важно, и об этом хочется говорить, хочется больше видеть подобных решений на ивентах и после них. К примеру, несколько лет назад я участвовала в мероприятии, где использовали бейджи с семенами в бумаге, которые потом можно посадить в землю. С удивлением и радостью узнала, что аналогичные визитки есть у сотрудников офиса «Курорта Красная Поляна». К сожалению, нам приходится сталкиваться и с разницей в мышлении разных поколений. Еще порядка 10-15 лет назад уборка после события или посадка деревьев вызывали негативные ассоциации с пионерией, субботниками и обязательно-принудительными работами. Сейчас, к счастью, многие мыслят иначе. Но все равно есть нюансы, которые требуют осмысления. Например, когда-то мы считали, что бумажные стаканчики экологичны, но в них оказалось много неразлагаемых составляющих. С другой стороны, если постоянно мыть многоразовую посуду, это тоже вредно для окружающей среды, так как расходуется большое количество воды. В общем, каждый раз нужно взвешивать. Важен осмысленный и рациональный подход. Все должно быть в пределах разумного. И, конечно, не забывать про ответственность.



ВАЛЕРИЯ ГАНЖЕЛА, MICEVERSAA

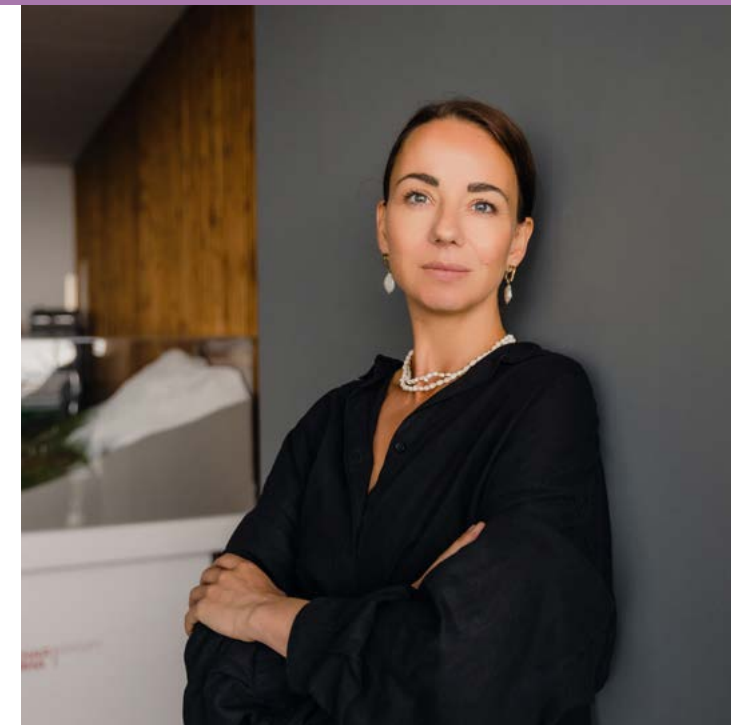
Я — тот самый человек, который общается с клиентами, которые зачастую не вдохновлены экологическими идеями отелей. Самый простой пример: мы в отсутствие частой смены полотенец видим осознанность, а многие люди из регионов

(и не только) — наоборот, сочтут такой подход отсутствием «статусности». Даже кулер вместо бутылочек с водой может кому-то показаться признаком бедности! Хотя на самом деле то же стекло, конечно, гораздо дороже пластика. А для других людей это вопрос удобства во время отдыха. Они не хотят брать дополнительную смену обуви и одежды, им хочется все иметь под рукой, и всегда свежее, чистое: тапочки, халат, полотенца. Возможно, здесь стоит брать пример, скажем, с ОАЭ, где стеклянные бутылки и кувшины, которые по несколько раз в день наполняют водой, подают как лакшери-элемент. Люди ценят эстетичную картинку, и красивый кувшин, наполненный дорогой питьевой водой, ей, несомненно, является. Очень хорошо, что мы в нашем профессиональном кругу обсуждаем тему устойчивого развития, думаем, как о ней говорить нашим клиентам и людям, которые нас окружают, как постепенно все это внедрять в нашу жизнь и тем самым делать ее лучше.



ОКСАНА АНИКЕЕВА, СТУДИЯ ЛАНДШАФТНОГО ДИЗАЙНА

Я выпускница Тимирязевской академии, мое второе образование — гостиничный бизнес. 25 лет по авторскому методу я создаю сады, повышающие статус и престиж загородной недвижимости, работаю с растениями в самом разном контексте, в том числе, используя наработки из Англии. Среди них новый тренд — экодход, эксплуатируемые зеленые кровли. Мне очень интересны мозговые штурмы, научные исследования, новые идеи, современные тенденции. Думаю, что сегодня мы будем говорить о синтезе разных тем в плане обустройства отелей и их взаимодействия с природой, с окружающей средой. Готова делиться своими знаниями и опытом.



ВИКТОРИЯ ДЯТЕРЕВА, NEBI TRAVEL

Наш проект стартовал в 2019 году и сначала был просветительским. Постепенно мы вовлекли на свою орбиту объекты размещения, туроператоров, поставщиков услуг, производителей, девелоперов, застройщиков и так далее. У нас родилось несколько базовых проектов, система удаленного аудита объектов и ресторанов. Сегодня мы оцениваем их вклад в устойчивое развитие, в экологичность, социально-культурные инициативы. За пять лет существования мы неоднократно проводили познавательные ивенты и форумы (в том числе, онлайн), а также запустили первую премию по устойчивому развитию в туризме. Кстати, церемония награждения на 100 участников у нас получилась практически безотходная! После нее осталась лишь небольшая коробка упаковочного мусора от наград, поскольку мы тщательно продумали все детали организации. В частности, дали техническое задание принимающей площадке и партнерам, чтобы не было ничего одноразового. Фотозона была из картонных коробок, которые мы также забрали после мероприятия для повторного использования по назначению. Сами награды изготовили из остатков шпона с мебельной фабрики и переработанного стекла. Их создал промышленный дизайнер и вложил в них нашу идею о том, что устойчивое развитие, на самом деле, очень буддистская история: все начинается с мышления, с осознания того, что все в мире взаимосвязано и зависит от того, какие вред и пользу ты приносишь системе, в которой обитаешь. В итоге, деревянная часть приза была сделана в форме перевернутого лотоса, а стеклянную реализовали мастера из Ангарска, которые перерабатывают уже использованное стекло. Свой следующий форум мы проведем с посещением объектов на «Курорте Красная Поляна» — ведь они являются одним из победителей нашей премии «Туризм будущего» и активно внедряют практики устойчивого развития на курорте.



ЕКАТЕРИНА СЕВКОВСКАЯ, ИВЕНТ-МЕНЕДЖЕР И ЭКОЛОГИСТ

Уже лет 10 я увлекаюсь экологической повесткой, у меня есть профильное образование. Как консультант, занимаюсь внедрением тренда устойчивого развития в MICE и ивент. К сожалению, в данной сфере (особенно у нас в стране) на словах все активисты, а потом видишь на мероприятии одноразовые стаканчики. Важно, чтобы от деклараций мы переходили к конкретным действиям. Если ко мне обращаются за рекомендациями, я с энтузиазмом вовлекаюсь в процесс на любой стадии организации мероприятий. Но, конечно, лучше на начальном этапе. За рубежом есть четко прописанные стандарты, которые нам полезно брать в работу. Однако, имея дело с темой устойчивого развития, не стоит быть максималистами. Всех правил не соблюсти, надо системно делать все, что можешь. Главное — двигаться по этому направлению вперед, пусть даже небольшими шагами, тогда развитие точно не остановится и станет по-настоящему осознанным.

ВАЛЕРИЯ СОКОЛЬНИКОВА, НАЧАЛЬНИК УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖ ДИРЕКЦИИ ПО ПРОДАЖАМ «КУРОРТА КРАСНАЯ ПОЛЯНА»

В рамках нашей стратегии «Зеленый путь» есть четыре основных вектора — это устойчивый туризм, охрана природы, благополучие людей, ответственный бизнес. Мы рады, что эту стратегию поддерживают многие наши клиенты, в том числе, и промышленные компании. Правда, многими экологичность до сих пор воспринимается как необходимость



на чем-то экономить, в то время как, напротив, действенные экологичные решения далеко не всегда самые дешевые. Но здесь хочу отдельно отметить, что на услуги в рамках программы «Зеленый MICE», никакой повышенной стоимости не применяется, мы только рады, если наши заказчики готовы внедрять их в свои события, организованные на курорте.

Приведу примеры ряда услуг программы «Зеленый MICE» курорта: это экорешения, которые мы сейчас предлагаем в контексте организации ивентов. Все наши отели располагают международным сертификатом Green Key — то есть размещение группы будет уже по умолчанию в отелях, прошедших независимую экологическую сертификацию. Наши пакеты и отдельные позиции блюд в банкетном ките (кофе-брейки, обеды и ужины групп, банкетные пакеты) разработаны с учетом принципов ESG — на постоянной основе присутствуют вегетарианские и веганские, локальные позиции. А также мы производим контроль предлагаемых на мероприятии блюд — их питательная ценность должна быть сбалансированной и приоритетно изготавливаться из сезонных и локальных продуктов местных производителей. Для оформления мероприятий мы рекомендуем использовать декор из перерабатываемых материалов длительного хранения, а если площадка декорируется цветами, то лучше использовать живые растения в горшках для повторного использования. Предоставляемые расходные материалы на мероприятиях (ручки, блокноты и др.), произведены из перерабатываемых материалов, а любые пластиковые изделия после проведения мероприятия сдаются курортом на переработку включая пластиковые

бутылки. Альтернативой таким бутылкам всегда могут послужить вода в кувшинах и посуда в стекле, либо вода в стекле. Все залы и площадки курорта оборудованы корзинами для разделения мусора, и мы обязательно обговариваем с заказчиком график смены скатертей, так как это определенная нагрузка на среду.

Мы можем организовывать инсентивы и специальные мероприятия в повестке устойчивого развития. Например, предлагаем включить в «тимбилдинг со смыслом» закладку кристаллов солонца для серн — данную активность мы реализовали вместе с подписчиками MICE&more в рамках экопохода.

И, конечно же, для нас приоритетен обмен договорами, закрывающими документами посредством электронного документооборота. А в конце проводимого события на курорте, по запросу заказчика, мы представим данные для расчета углеродного следа от мероприятия, который образуется в границах курорта.



АНАСТАСИЯ МОЛОЧКОВА, ДИРЕКТОР ПО ПРОДАЖАМ «КУРОРТА КРАСНАЯ ПОЛЯНА»

Стратегия развития «Зеленый путь» курорта и работа, проводимая в ESG направлении — это ведущий опыт в индустрии туризма нашей страны. Вопрос, который очень хотелось обсудить с коллегами, — «насколько рынок готов проводить мероприятия с учетом принципов устойчивого развития».

По моим личным ощущениям — не очень. Уже на протяжении нескольких лет мы предлагаем нашим партнерам (MICE-агентствам) и корпоративным заказчикам различные «зеленые» инициативы, однако соглашаются их применить совсем немногие, учитывая даже тот факт, что большинство из них бесплатны.

«Курорт Красная Поляна» является лидером в туристической отрасли России в области ESG. Мы стараемся запустить цикл изменений, чтобы клиенты и гости приходя к нам и видя наши старания, задумывались и начинали применять это на своем уровне. Существуют различные способы побуждать людей к осознанному потреблению. Кого-то дисциплинирует заключенный договор по обязательной переработке материалов после проведения мероприятия. Другим будет легче, если им помогут решить вопрос с использованным оборудованием и оформлением. Например, можно передать баннеры отеля, чтоб из них сделали шатры, экраны и так далее.

Довольно часто изменения вводятся глобально, на уровне больших брендов. Например, несколько лет назад сеть отелей Marriott International отказалась от использования одноразовых пластиковых соломинок и палочек для размешивания кофе. Также, в 2019-ом, компания объявила о расширении инициативы по замене небольших одноразовых флаконов для шампуней, кондиционеров и гелей для душа в ванных комнатах номеров отелей и курортов сети на большие флаконы с дозаторами. Сначала многие критиковали бренд за чрезмерную тягу к экономии, пока не увидели в этих действиях именно осознанное ответственное отношение к природе.

Вовлечение в культуру осознанного потребления можно сделать и в формате флешмоба, модной активности или интересного коллективного начинания. И самое главное — об этом надо рассказывать. Много раз мы сталкивались с ситуацией, когда реализовывали какой-то интересный кейс на курорте, и другие компании, видя это, просили сделать мероприятие в таком же формате.

В этом году мы подготовили обширный список «зеленых» активностей, которые готовы интегрировать в любое мероприятие, и приглашаем партнеров стать тренд-сеттерами осознанного потребления в российской индустрии MICE.



КРАСНАЯ ПОЛЯНА | КУРОРТ

krasnayapolyanaresort.ru

КАК ЦЕНТРАЛИЗОВАТЬ БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ С ВЫГОДОЙ ДЛЯ ВСЕХ

Глобальная экспансия российских гостиничных цепочек и открытие большого количества новых отелей и туристических кластеров — вот один из ярких трендов в индустрии гостеприимства. Однако есть еще одна интересная тенденция — это централизация бизнес-процессов, в том числе продаж и управления доходами. О ней и делится мнением в своей авторской колонке директор по продажам «Курорта Красная Поляна» Анастасия Молочкова.

Впервые с таким опытом я столкнулась в 2014 году, когда приняла приглашение присоединиться к команде управляющей компании Azimut Hotels. В то время компания выходила на новый уровень экспансии и развития сети. Перед нами стояли амбициозные цели по формированию положительного имиджа компании на рынке b2b, привлечению новых партнеров и увеличению продаж.

Централизовав процессы в глобальном офисе компании, мы стали ответственными за продажи по всем городам присутствия сети: от Астрахани до Владивостока. Это был непростой процесс и в плане работы с клиентами, которых надо было убедить, что мы надежный партнер, и в работе с отелями, которым надо было доказать, что мы, действительно, нужны и приносим много бизнеса, который самостоятельно к ним бы не пришел. В итоге нашей команде удалось выстроить успешную структуру, которая эффективно работает уже многие годы.

Однако в 2019-2020 годах мне удалось реализовать действительно уникальный для России кейс. Это создание структуры продаж и управления доходами (revenue management) в рамках модели интегрированного курорта.

Наше ключевое отличие от обычной централизации продаж в глобальных офисах — это то, что все отделы, задействованные в процессе продаж и коммуникации с гостями, объединены в единый департамент.

В СТРУКТУРЕ МОЕЙ ДИРЕКЦИИ 10 ОТДЕЛОВ:

- » общекурортные отделы MICE и tour&travel;
- » отделы продаж в отелях (кластер Accor — семь отелей, кластер Marriott — два отеля);
- » отделы бронирования — общекурортный и кластерные отельные (включая большой комплекс апартаментов);
- » отдел по управлению доходами;
- » программа лояльности курорта;
- » инфоцентр и кол-центр (включая клиентский сервис).

Я сформировала структуру, позволяющую избегать конфликты интересов между отделами, которые часто случаются при разрозненном управлении.

Также мы долго прорабатывали систему KPI, чтобы она стала, действительно, хорошей мотивацией для каждого.

Именно такая слаженная и четкая структура дает возможность обеспечить максимальное удобство в работе с курортом для партнеров и, как следствие, максимизировать выручку для собственника, выполняя и перевыполняя плановые бюджетные показатели даже в форс-мажорных ситуациях, которых в последние годы все больше и больше.

Есть еще один важный момент: такая модель управления помогает провести сокращение персонала с дублирующими функциями и сократить расходы.

ПОЧЕМУ ЭТО ДАЕТ ТАКУЮ ЭФФЕКТИВНОСТЬ И КРАТНЫЙ РОСТ ПРОДАЖ?

1. Такая модель максимально удобна для заказчиков: вместо того, чтобы писать в каждый отель и еще дополнительно в другие отделы курорта по прочим услугам, есть единое окно — один менеджер, который формирует предложение / смету по всем объектам. Вся дальнейшая коммуникация также ведется через этого сотрудника, то есть фактически наши партнеры получают одного сотрудника, который решает все возникающие вопросы, к какой бы площадке они не относились.

2. Такая модель удобна для курорта: получив запрос на один отель, мы можем переориентировать его на любой другой объект, которому нужна поддержка. Если отель не может вместить всю группу, мы предлагаем разделение на разные го-



стиницы. То есть мы не упускаем бизнес, как это бывает, когда каждый отель работает сам по себе.

КАКИЕ БЫВАЮТ ПОДВОДНЫЕ КАМНИ?

Казалось бы, что проще — собрали один отдел и отправили менеджеров по продажам к партнерам рассказывать про то, что теперь вся коммуникация ведется через одно окно. Но ключевое здесь — люди. Сильные и профессиональные кадры важны на любой позиции, но в рамках такой модели управления — особенно.

Помимо единой точки входа партнерам всегда важна надежность площадки, понимание того, что в любой ситуации

можно быть уверенным в том, что все пройдет на высоте, а любые вопросы будут решаться легко и быстро. Все мы понимаем, что в рабочих моментах случается разное: бывают технические сбои, имеет место человеческий фактор, даже обстоятельства непреодолимой силы тоже случаются. Я часто повторяю своим коллегам: «Самое главное, чтобы для партнера вы были тем человеком, на которого всегда можно положиться и который точно решит даже самую непростую ситуацию».

НАШ БИЗНЕС МАКСИМАЛЬНО ПРО ЛЮДЕЙ. ВСЕ РАБОТАЮТ С ТЕМ, С КЕМ КОМФОРТНО И НАДЕЖНО. ФОРМИРУЯ КОМАНДУ, ВСЕГДА ВАЖНО ПОМНИТЬ ЭТУ ИСТИНУ. КАК ГОВОРЯТСЯ, GET THE RIGHT PEOPLE ON THE BUS.

ОТЕЛЮ GRAND KARAT SOCHI ИСПОЛНИЛОСЬ 10 ЛЕТ!

Это 10 лет безупречного сервиса, радушного гостеприимства и особой атмосферы в самом сердце Сочи. История отеля тесно связана с зимней Олимпиадой 2014 года в Сочи — событием, которое навсегда изменило жизнь города. Строительство отеля началось в 2009 году, а распахнул он свои двери для гостей 18 июля 2014.

Grand Karat Sochi — пятизвездочный отель в центре Сочи. В впечатляющем многоэтажном здании с волнообразным фасадом расположены две сотни номеров, два ресторана, круглогодичный подогреваемый бассейн, залы для торжеств и деловых мероприятий, спа с сауной, хаммамом и тренажерным залом.

27-этажное здание Grand Karat Sochi построено по проекту шотландского архитектурного бюро RMJM совместно с французским дизайн-агентством Valode & Pistre, а интерьеры номеров разработало британское интерьерное бюро De Salles Flint.

На выбор материалов для отеля оказали глубокое влияние природные элементы гор, а также серебристые воды реки Мзымта. Металлическая стена в лобби создана совместно с применением военно-космических технологий, посредством специального нанесения металлической пыли на готовую основу. На стене изображен хребет Кавказских гор, откуда берет начало река Мзымта. На макушки гор нанесена золотая пудра, символизирующая отражение южного солнца в кристально чистом снегу Кавказских гор. У стойки ресепшена стена разделяется стеклянными вставками, которые символизируют течение реки у подножья гор.

В оформлении Grand Karat Sochi вы можете найти мастерски запечатленные детали городских пейзажей, узнаваемый архитектурный декор сочинских зданий, очертания знаменитой реки Мзымты и, конечно, морские пейзажи легендарного курорта. Художественная концепция отеля, обогащенная предметами современного искусства, была разработана представителями Союза художников России в единственном уникальном экземпляре.

На протяжении 10 лет отель Grand Karat Sochi был удостоен многочисленных наград. Он неоднократно становился

лучшим по выбору администрации города Сочи, престижных всероссийских и международных премий.

Безупречный сервис и неизменное стремление к идеальному комфорту своих гостей делают Grand Karat Sochi местом силы не только для отдыха, но и для крупнейших проектов в бизнесе, политике, экономике и культуре на глобальном уровне. С самого открытия отель неоднократно принимал знаменитых гостей — политиков (в том числе глав государств), звезд мирового кино и театра, всемирно известных спортсменов, художников и музыкантов.

Grand Karat Sochi принимал гостей в рамках всех значимых международных событий, организованных в Сочи:

FIFA, Африканский форум, Гран-при Формула-1, фестиваль «Кинотавр», музыкальный конкурс «Новая волна», молодежные игры, ШОС и многие другие.

За все эти годы отель Grand Karat Sochi поддерживал многие региональные и всероссийские благотворительные фонды:

- » «Линия жизни» — участие в акции «Чья-то жизнь уже не мелочь». Дважды в год сотрудники отеля собирают средства на лечение больных детей;
- » «Радуга Сочи» — сочинская благотворительная организация помощи детям с ограниченными возможностями здоровья. Оказание спонсорской помощи в организации праздника, посвященного Всемирному дню распространения информации об аутизме;
- » Генеральный партнер конференции, посвященной проблеме аутизма, которая проходила непосредственно в отеле;
- » Федерация инвалидного спорта — оказание помощи в ремонте помещений;
- » Центральная районная общественная организация инвалидов и ветеранов города Сочи — продовольственные наборы ко Дню Победы.

Также немаловажным в развитии отеля на протяжении этих лет является направление заботы об окружающей среде:

- » в отеле работает программа повторного использования белья (при согласии гостя) для экономии энергии и воды;
- » стандарты отеля разработаны таким образом, чтобы максимально способствовать уменьшению расхода энергоресурсов;
- » на каждом этаже отеля установлены кулеры с водой для сокращения потребления пластика;
- » 80% продуктов питания отель получает от местных поставщиков, поддерживая локальных производителей и сокращая логистические затраты, которые также влияют на экологию.



Grand Karat Sochi не стоит на месте и совсем скоро для гостей откроются:

- » новая большая территория рекреационного комплекса и двухэтажного спа с массажными и процедурными кабинетами, приватной зоной отдыха и кафе-баром;
- » еще один открытый всесезонный бассейн, детский и закрытый бассейны.

В отеле говорят: «Мы искренне благодарим всех наших гостей и партнеров, которые вдохновляют и мотивируют нас предоставлять самый лучший сервис и не останавливаться на достигнутых результатах».



Россия, Краснодарский край, г. Сочи,
ул. Орджоникидзе, д. 17
Тел.: +7 (862) 227-12-34
E-mail: sochi@grandkarat.com
www.grandkarat.com

«МАКСИМАЙС» В ПЕРИОД СОВЕРШЕННОЛЕТΙΑ

Можно сказать, в MICE&more родилась еще одна традиция. Раз в году, в конце лета, мы приходим в офис компании «МАКСИМАЙС» на встречу с ее основателем, руководителем и вдохновителем Еленой Мельниковой. Каждый раз мы собираемся говорить о достигнутом и каждый раз переходим на разговор о будущем. «МАКСИМАЙС» живет на таких максимальных оборотах, что иначе не получается — компания всегда на шаг впереди сегодняшнего дня. И это очень интересно. В новой беседе у нас обозначились несколько ключевых пунктов развития на ближайшее будущее, а также конкретные планы на сезон осень 2024 — весна 2025.

Но для начала поясним заголовок. Компания «МАКСИМАЙС» родилась в 2006 году. Значит, сейчас ей 18 лет. Если провести параллель с жизнью человека, это возраст активного роста и значимых перемен. Достигая совершеннолетия, мы формально становимся взрослыми, но в нас еще много детской открытости всему новому. Мы полны сил и энергии. У нас масса идей и нет внутренних ограничений. Подобно Д'Артаньяну, приехавшему покорять Париж, мы умеем смело мечтать и действовать. Если «МАКСИМАЙС»



находится на таком этапе, значит, эта компания еще много раз всех удивит.

«МАКСИМАЙС» И МАСШТАБНЫЕ ПРОЕКТЫ

Там, где Елена Мельникова, там всегда масштаб. Это главнокомандующий, который открывает большие перспективы. Мы уже не раз писали об участии «МАКСИМАЙС» в крупнейшем форуме инновационных финансовых технологий FINOPOLIS, о номинациях и победах компании в различных отраслевых премиях с этим проектом. Если год назад на нашей встрече Елена Мельникова рассказывала нам о грандиозной работе над павильоном «Умные финансы» в рамках грядущей выставки «Россия» на ВДНХ, то теперь мы знаем, как блестяще эти задумки были воплощены. Более того, мы имели эксклюзивную возможность продемонстрировать их нашим подписчикам.

Можно эффектно показать на выставочных площадях космос или атом, но как построить увлекательную мультимедийную экспозицию вокруг «скучных» финансов? «МАКСИМАЙС» сделала это невероятно изобретательно, показав путь, который проделали технологии, от кассовых аппаратов 90-х до новых цифровых горизонтов. На протяжении нескольких месяцев коллеги, объединив в одном «умном доме» представителей крупнейших банков-конкурентов, планомерно занимались вместе с ними образовательными мероприятиями, обеспечивая непрерывный поток посетителей.

Как говорит Елена Мельникова: «Для меня лично в нашей деятельности наиболее важна не коммерческая ценность, а социальная значимость, я вижу, как мы реально влияем на людей, на взрослых и детей, развиваем их, просвещаем, это безумно интерес-

но, это и гордость, и понимание того, что, получив такое серьезное признание в виде наград и слов благодарности, мы просто не имеем права останавливаться».

«МАКСИМАЙС» продолжает осваивать новые территории, и мы рады сделать анонс, что компания, по следам выставки «Россия», уже получила заказ на новый долгоиграющий проект большого масштаба, на этот раз он будет связан с медицинскими технологиями.

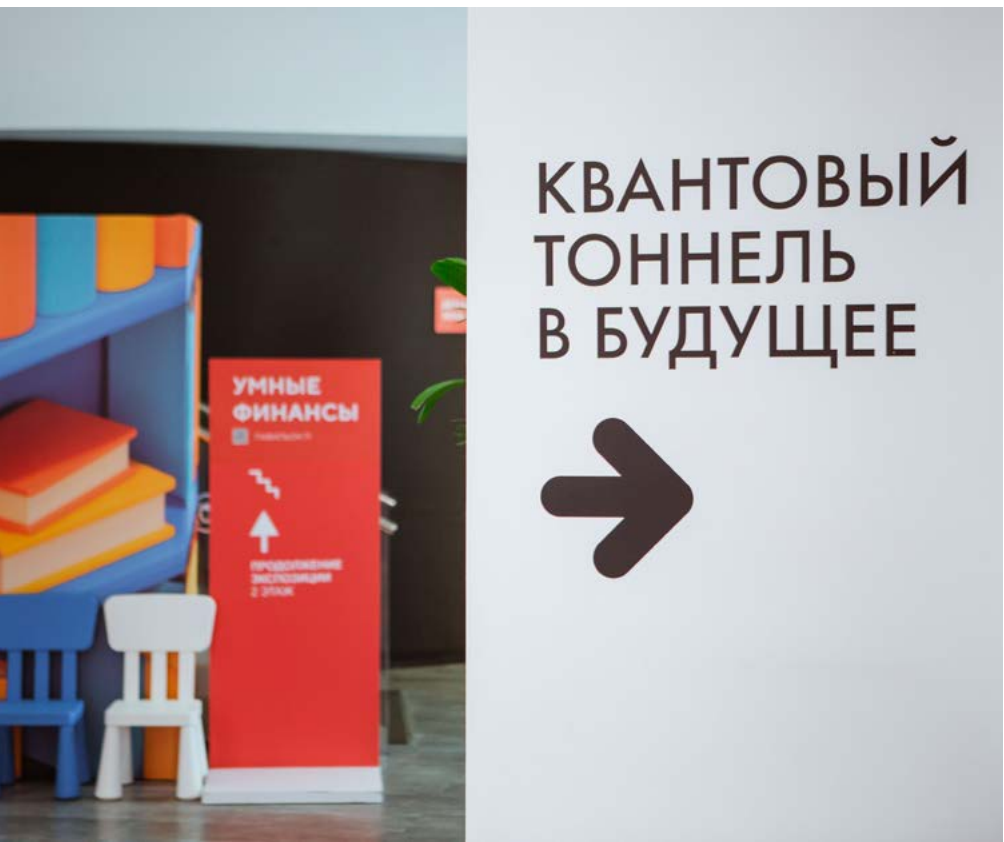
«МАКСИМАЙС» И АВТОМАТИЗАЦИЯ

После небольшого перерыва компания возвращается к тому, что было начато до 2020-го года, — к созданию комплексной диджитальной основы для работы над проектами, которая усилит контроль над процессами и обеспечит безопасность. Руководство компании стремится минимизировать (там, где это возможно) влияние человеческого фактора, поскольку сотрудники отвечают не только за бизнес «МАКСИМАЙС», но и за бизнес заказчика, и в этом состоит большая ответственность. Здесь зачастую, действительно, нет права на ошибку, особенно учитывая ту высокую планку, которую давно задала компания.

«МАКСИМАЙС» И КАДРЫ

В последнее время мы часто слышим разговоры о кадровом голоде в нашей отрасли. «МАКСИМАЙС» целенаправленно работает над привлечением компетентных специалистов, но во главу угла ставит не столько профессиональные навыки (которым можно научиться в рабочем режиме), сколько желание работать увлеченно и с энтузиазмом. Как говорится, болеть душой за свое дело. Сейчас в MICE и EVENT приходят представители нового поколения, у них есть свои сильные стороны — они свободно владеют тех-





нологиями и языками, легко ориентируются в информационных потоках, знают тренды. Однако они не сильны в коммуникациях, слабо адаптированы к многозадачности, не умеют расставлять приоритеты, да и, в целом, в той информации, которой владеют, зачастую не могут найти свою собственную мотивацию.

В компании работают люди разных возрастов. Кризисные моменты последних лет показали, что 30-летние стали прислушиваться к старшим, поскольку у тех есть «опыт выживания» в самых разных ситуациях. Соответственно, «МАКСИМАЙС» стала укреплять институт наставничества, а спустя какое-то время Елена Мельникова приняла решение о создании школы менеджмента для сотрудников компании с привлечением сильных внешних специалистов — профильных тренеров

и консультантов. Это годовой курс. Формируя его программу, исходили из того, что учить инструментам MICE своих сотрудников не надо. Нужно обучить их определенному способу мышления, умению принимать решение, исходя из ценностей и миссии компании, научить культуре общения и коммуникациям. Важно, чтобы сотрудники, имея четкий фокус, умели разработать и реализовать отличное мероприятие (как индивидуальный пошив), а также могли бы уверенно действовать в условиях форс-мажора, когда на правильное реагирование есть считанные минуты.

Как говорит Елена Мельникова: «Любые наши действия связаны с образом мышления и целеполагания, то есть любое действие, если его откатать назад, упирается в систему принятия решения, а ее, в свою очередь, опре-

деляют наши жизненные ценности. «Работа ради денег» это примитивный подход. Мы сервисная компания, а сервиса второй свежести, как и осетрины, не бывает. Поэтому наше обучение мы начинаем именно с определения ценностей, а дальше выстраиваем все составляющие — от мыслей до действий. По сути, мы учим особому состоянию души для работы в туризме!»

В перспективе (по итогам первого года) эта школа менеджмента от «МАКСИМАЙС» должна стать открытой.

«МАКСИМАЙС» И ПАРТНЕРЫ

В силу внешних причин, за последние годы пул партнеров компании обновился процентов на восемьдесят, причем не только за рубежом, но и в России. Даже в первую очередь в России, потому что в нашей стране идет мощное развитие регионов, укрепляется комплексный подход к туризму. От Камчатки до Калининграда «МАКСИМАЙС» старается регулярно проверять и обновлять базу поставщиков, а иногда и заново формировать ее. У компании высокие требования, которым необходимо соответствовать.

Как говорит Елена Мельникова: «То, что за эти четыре года случилось с Россией, это просто невероятно, — многое отремонтировано, отреставрировано, сделано ... рестораны, отели, логистика, поезда, дороги ... ну, с ума сойти! Поэтому главное сейчас — это искать и находить в регионах партнеров с близкими тебе принципами, обучать их и подтягивать до своего уровня, чтобы в одной команде обеспечивать успех проекта».

Аналогично «МАКСИМАЙС» работает с зарубежными направлениями, то есть ищет единомышленников. Прежде всего, на Ближнем Востоке и в странах Арабского залива, на островах в Индийском океане, в Юго-Восточной Азии.

Например, чтобы актуализировать партнерские связи в Китае, Елена Мельникова лично ездила в страну, общалась, искала компании, которые не боятся жестких тендерных требований и заинтересованы в долгосрочном сотрудничестве. Этот путь более результативен, чем знакомства на выставках в Москве.

«МАКСИМАЙС» И НОВЫЙ ГОД

Разработку новогодних программ «МАКСИМАЙС» начала еще летом. Вариантов, как всегда, много, но основной концепт связан с цифрой 25. Казалось бы, сравнительно недавно мы с волнением ждали начало нового тысячелетия, и вот прошло уже полвека. В партнерских отношениях это Серебряная свадьба. Ассоциативно вспоминается и Серебряный век русской культуры. За 25 лет произошло множество самых разных событий, и многие из них — так или иначе — служили развитию MICE, давали креативные темы для ивентов.



«МАКСИМАЙС» пришла к выводу, что каждые 25 лет надо отмечать, как вехи. Это хорошая дата, связанная с определенным позитивным настроением. В ней есть какое-то спокойствие пройденного пути и большая надежда на будущее. «МАКСИМАЙС» предлагает нам немного замедлиться в повседневном беге, оглянуться вокруг, заметить красоту мира, полюбоваться на серебро зимы. И если на глобальные события повлиять мы не можем, то получить удовольствие от общения в ближнем круге, укрепить партнерские, дружественные и семейные связи, можно и нужно. В общем, встречу 2025-го года очень полезно посвятить истинным ценностям: отпраздновать тепло, душевно, красиво и без суеты.

«МАКСИМАЙС» И ИСКУССТВО

Поскольку тема номера «Искусство и мероприятия», конечно, мы не могли не поговорить об этом с Еленой Мельниковой, и вот что она нам сказала:

— Бизнес сродни искусству. Предприниматель его творит и развивает. Генеральный директор и предприниматель — это разные люди. Во мне, конечно, больше живет предприниматель, то есть творец. Все мои коллеги — основатели компаний — творческие люди. Они владеют искусством созидания и развития. Мы делаем мероприятия и тем самым несем людям радость, это невозможно без фантазии и креатива. И это невозможно ... без какой-то незавершенности. В живом творчестве нет статичности. Как говорил один знакомый архитектор, он никогда не поставит пять за «идеальный проект». Почему? Потому что в нем нет места для дальнейшего развития.

Искусство — это поиск новых путей, бесконечное движение, динамика. Искусство созвучно тому, что происходит у нас в душе. Я люблю приобретать картины, но делаю это только тогда, когда произведение совпадает с моим внутренним состоянием, отображает его. То есть это интуитивный и очень интимный процесс. Чем больше ты погружаешься в искусство, тем глубже становится душа. Искусство помогает, оно провоцирует нас к самореализации и движению вперед.

MAXIMICE

Делаем официальное интересным,
сложное — понятным

BE IN RUSSIA: ПУТЕШЕСТВИЕ ВГЛУБЬ РОССИИ ДЛИНОЙ В ВОСЕМЬ ЛЕТ

Мероприятия в России — яркий тренд последних лет: большое количество MICE-компаний успешно работают на внутрироссийских направлениях и знакомят корпоративных заказчиков с MICE- и event-продуктами регионов. Проект BE IN RUSSIA (что в переводе значит «Будь в России!») в авангарде этого движения, эта компания гордится своей обширной экспертизой и современными решениями.

Проект BE IN RUSSIA представлен в MICE-индустрии с 2016 года. На протяжении восьми лет его команда знакомит заказчиков событий с лучшими предложениями в регионах — от отелей и транспортных компаний до артистов и ведущих. В этой статье, на примере BE IN RUSSIA, мы еще раз хотим ответить на вопрос: «Почему регионы России — перспективное направление для мероприятий для бизнеса?»

О ПРОЕКТЕ BE IN RUSSIA

Этот проект в первую очередь про коммуникации. Его основная цель сделать так, чтобы заказчики корпоративных мероприятий устанавливали контакты с MICE- и event-продуктами регионов, и чтобы представители тех и других компаний легко находили друг друга. Эту задачу можно решать разными способами, но основной акцент в компании делают на современных технологичных инструментах.

ВОРКШОПЫ

С первого года работы BE IN RUSSIA проводит образовательные мероприятия в Москве и в регионах. За эти восемь лет свыше 300 поставщиков MICE-услуг приняли в них участие в качестве экспонентов, познаколив потенциальных заказчиков со своими товарами и услугами, а также раскрыв для них потенциал региона.

Более 700 потенциальных заказчиков мероприятий побывали на воркшопах BE IN RUSSIA, и большинство из них смогли

выполнить свои бизнес-задачи благодаря новым деловым связям.

Специалисты BE IN RUSSIA стремятся делать воркшопы не только насыщенными, но и разнообразными по форматам. Например, проводят их в виде фамтрипа (ознакомительного тура), где представители бизнеса в регионах делают свои презентации непосредственным заказчикам мероприятий.

*Отметим, что MICE&more принимал участие в таких поездках и высоко оценил их эффективность — в частности, именно по следам выездного воркшопа с BE IN RUSSIA мы открыли для себя и для индустрии такое направление, как Когалым.

С 2016 года количество экспонентов на каждом воркшопе в Москве выросло в более чем в 2,5 раза: с 25 компаний до 60-70. Аудитория гостей за тот же период выросла почти в два раза — с 70-85 человек до 200.

ПОРТАЛ И ИНТЕРАКТИВНАЯ КАРТА

На портале www.beinrussia.ru находится интерактивная «MICE-карта» России, на которой отмечены более 350 поставщиков товаров и услуг в 42 регионах России: ивент-агентства, отели, площадки, транспортные и кейтеринговые компании, технические подрядчики и так далее. Этот интернет-портал — удобный ресурс для нетворкинга, который помогает участникам MICE-индустрии заявить о себе, а организаторам мероприятий для бизнеса — быстро найти нужные контакты.

РЕГИОНЫ — НОВЫЙ ТРЕНД

В последние годы все больше компаний и организаторов выбирают российские регионы для проведения конференций, выставок, корпоративных мероприятий и других деловых событий. Участники индустрии знают, что на этот тренд повлияло несколько факторов.

» Пандемия и закрытые границы заставили многих представителей бизнеса отказаться от зарубежных поездок. В поисках альтернатив компании обратили внимание на регионы России, где можно было организовать мероприятия в более безопасных и контролируемых условиях.

- » Санкции и геополитическая ситуация также сыграли свою роль. Сложности с международными платежами и логистикой, а также желание поддержать отечественный бизнес подтолкнули к выбору российских локаций. Это стало импульсом для развития MICE-индустрии в регионах.
- » Развитие инфраструктуры гостеприимства в регионах — еще один важный фактор, который сегодня можно считать уже не следствием, а причиной «регионального тренда». В провинции активно строятся современные гостиницы, конгресс-центры и выставочные площадки, способные принять масштабные мероприятия. Появляются новые маршруты и программы, ориентированные на MICE-индустрию. Новые компании в индустрии появляются каждый год, и именно поэтому так важно налаживать коммуникацию между ними и потенциальными заказчиками.
- » Уникальные природные и культурные особенности регионов делают мероприятия еще более запоминающимися. Развитие MICE-индустрии в регионах стимулирует экономику, создает рабочие места и привлекает инвестиции.

Команда BE IN RUSSIA видит потенциал в каждом регионе и стремится раскрыть его для заказчиков.

КАК BE IN RUSSIA ПОПУЛЯРИЗИРУЕТ «ГЛУБИНКУ» ДЛЯ MICE-СОБЫТИЙ

Миссия проекта — продвижение России как привлекательной площадки для проведения мероприятий разных масштабов и различных направлений. BE IN RUSSIA стремится сформировать уникальный имидж каждого региона России в глазах организаторов событий для бизнеса и представить каждый край и область нашей страны как отдельную уникальную MICE-дестинацию.

В глобальном понимании миссия BE IN RUSSIA — повышение инвестиционной привлекательности регионов, создание взаимовыгодного партнерства между заказчиками событий для бизнеса и поставщиками услуг для того, чтобы жизнь людей в стране становилась лучше.

Своей целью проект BE IN RUSSIA считает постоянное информирование и просвещение: представление новых MICE-возможностей, демонстрацию лучших предложений регионов и информационную поддержку региональных компаний в MICE-индустрии.

При поддержке BE IN RUSSIA каждый год более 1 000 представителей бизнеса находят друг друга, и этот процесс будет масштабироваться далее, привлекая на воркшопы и интерактивные площадки все больше участников MICE-сообщества.

БУДЬТЕ В РОССИИ — ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ К BE IN RUSSIA!



**17 ОКТЯБРЯ, МОСКВА, SAFMAR AURORA LUXE
BE-FORUM / SUPERWORKSHOP BE IN RUSSIA TOP 100!**

Ключевые темы третьего BE-FORUM:

- » MICE России — просыпающийся великан: невероятный потенциал регионов
- » MICE-цифровизация: лучшие онлайн-инструменты (бронирование, оплаты и не только)
- » поиск ответов на ключевые вопросы новой реальности

Участниками суперворкшопа станут лучшие DMC, MICE- и event-агентства, отели, event-площадки, агротуристические центры, кейтеринговые и транспортные компании, технические поставщики, артисты, ведущие со всей России. Впервые будут присутствовать агентства стран СНГ.

Каждый постоянный участник готовит для своих визитеров новую информацию, поэтому есть смысл посетить стенды даже хорошо знакомых отелей или агентств.

Будьте на BE-FORUM / Superworkshop BE IN RUSSIA TOP 100!



https://t.me/Be_in_Russia



BE IN RUSSIA
БУДЬ В РОССИИ

15 МИЛЛИОНОВ ПОСЕТИТЕЛЕЙ И 1,5 ТЫСЯЧИ СОБЫТИЙ: ПЕТЕРБУРГСКИЙ «ЭКСПОФОРУМ» ОТМЕЧАЕТ ЮБИЛЕЙ!

В своей авторской колонке генеральный директор компании «ЭкспоФорум-Интернэшнл» Сергей Воронков рассказывает, какое значение для города и страны приобрел конгрессно-выставочный центр «Экспофорум», которому 7 октября исполняется 10 лет.

ГЕНИЙ МЕСТА

Со времен Петра I Дальняя рогатка (историческое название местности вокруг Пулковских высот, где сейчас находится «Экспофорум») считалась воротами в Санкт-Петербург. С появлением здесь аэропорта «Пулково», а в 2014 году и «Экспофорума», эти смыслы укоренились. Павильоны ведущего конгрессно-выставочного центра России и Европы — первое, что видят с воздуха в иллюминаторах все пассажиры воздушной гавани Северной столицы.

Метафорически ворота в Петербург — и сам «Экспофорум». Здесь зарождаются все важнейшие стратегические проекты. Через мероприятия российские и международные компании выходят на новые рынки, находят новых партнеров. Сюда приезжают почти 80% из 1,3 млн деловых туристов в городе.

«Экспофорум» стал визитной карточкой, брендом и достопримечательностью Петербурга наравне с Эрмитажем, Мариинским театром или дворцово-парковым ансамблем Петергофом. Ежегодно он принимает более 150 событий. Их посещает свыше 1,5 млн человек, что сопоставимо с показателями ведущих городских музеев.

За 10 лет в «Экспофоруме» побывали 15 млн гостей и прошли 1,5 тыс. мероприятий самых разных масштабов, форматов и тематик — от локальных отраслевых выставок до крупнейших международных конгрессов, форумов и саммитов.

Если конгрессно-выставочная индустрия — двигатель экономики, «Экспофорум» — ее сердце. Четыре павильона как четыре камеры. Большой и малый пассаж — круги кровообращения. Посетители и участники, словно кровь, которая поддерживает все функции организма, обеспечивают экономическое развитие города и страны. Их контакты, встречи, переговоры на мероприятиях превращаются в стратегическую продукцию промышленных предприятий, критические и сквозные технологии, импортозамещенные компоненты, важнейшие инфраструктурные проекты.

На одном только Петербургском международном экономическом форуме (ПМЭФ) в 2024 году заключены соглашения

на 6,4 трлн рублей. С учетом всех мероприятий за 10 лет счет идет на десятки триллионов. Глобально вся конгрессно-выставочная отрасль и вовсе генерирует до 10% ВВП РФ.

Россия получила уникальный комплекс и компетенции, которые позволяют проводить в стране крупнейшие международные события на 25–30 тысяч человек (ПМЭФ, Саммит «Россия – Африка», Петербургский международный газовый форум, Международная судостроительная выставка «НЕВА», Международный форум-выставка «Российский промышленник», чемпионат «Профессионалы», Международный рыбопромышленный форум и др.), привлекать на них экономическую, политическую, культурную элиту дружественных государств. Что особенно важно в условиях заморозки отношений со странами «золотого миллиарда».

«Экспофорум» словно обладает «гением места». Совместно с другим стратегическим проектом ПАО «Газпром» «Лахта Центром» он формирует ось делового развития Петербурга «Север – Юг», которая служит драйвером экономического роста, инфраструктурной и социальной эволюции города.

ВПЕРЕД В БУДУЩЕЕ

В следующее десятилетие «Экспофорум» входит с новыми вызовами и целями. Он уже стал институтом социализации и формирования гражданского общества, как и вся конгрессно-выставочная индустрия. Ежегодно на мероприятиях миллионы людей получают наиболее полное представление о развитии страны, ее достижениях, чувствуют свою причастность к этим процессам и единение с соотечественниками.

Теперь России нужен еще и инструмент мягкой силы, в противовес западным когнитивным технологиям. Нам тяжело конкурировать в медийном поле, но можем создавать события и привлекать на них миллионы иностранных гостей. Они увидят все своими глазами и навсегда перестанут верить пропаганде и фейкам о нашей стране. Особенно, если совместят участие в мероприятии с отдыхом и культурным досугом.

Развитие концепции «Bleisure-туризм», где деловые поездки дополняются мини-отпуском, позволит достичь комплексного wow-эффекта от посещения страны.

Поэтому «Экспофорум» должен стать не только точкой притяжения событий, но и местом качественного отдыха за счет синергии со всеми услугами и возможностями объектов на площадке, включая отели Hilton и Hampton.

Уникальное географическое положение комплекса неподалеку от архитектурных и природных памятников позволяет соприкоснуться с историей и культурой великого города. Для гостей разработаны авторские турпакеты с услугами гида, экскурсиями, оформлением билетов, трансфером. Сотрудники отелей помогут построить и организовать программу на вечер или выходные.

Пользуясь случаем, поздравляю с 10-летием весь коллектив «Экспофорума», а также наших посетителей, участников мероприятий и всех жителей города! Символично, что 10 лет мы отметим на Газовом форуме. События, которым комплекс открывался в 2014 году. За эти годы ПМГФ рос и развивался вместе с «Экспофорумом». Сейчас ему, как и многим другим проектам, уже не хватает пространства.

ОТЕЛЬ НАПРОТИВ МУЗЕЯ-ЗАПОВЕДНИКА «ПЕТЕРГОФ»

Вы планируете мероприятие в Санкт-Петербурге и ищете отель? Хотим порекомендовать вам интересный вариант. Уникальное расположение, эксклюзив в программе, удобный выбор залов для деловой части. Более того, весь отель можно снять «под ключ». MICE-возможности проинспектированы группой подписчиков MICE&more и главным редактором Линой Москвиной.

Отель «Новый Петергоф» (или «New Peterhof»), построенный в современном экологичном стиле и открытый в 2010 году, органично вписался в историческую застройку старинного Петергофа. Его отличает необычный дизайн. Если посмотреть

на архитектурный проект сверху, это комплекс из шести трех-этажных корпусов, напоминающих круговые дозорные башни. Дерево в оформлении отсылает к загородному стилю шале, а третий этаж с мансардными окнами придает близость к архитектуре Петербурга.

Уникальное местоположение в непосредственной близости от всемирно известных дворцов, фонтанов и парков Петергофа делает отель притягательным местом для гостей не только из России, но и со всех концов планеты. Из окон номеров и конференц-залов можно любоваться видами Колонистского парка с Ольгиным прудом, Верхнего сада дворцово-паркового ансамбля «Петергоф», собором святых апостолов Петра и Павла, историческими зданиями Санкт-Петербургского проспекта.

КОММЕНТАРИЙ ОТ MICE&MORE: В непосредственной близости к отелю расположен гольф-клуб «Петергоф», в котором для вашей группы можно организовать нестандартный тимбилдинг.

ВСЬ ОТЕЛЬ ТОЛЬКО ДЛЯ ВАС

В отеле «Новый Петергоф» 150 номеров, а благодаря тому, что в их числе немало твинов, можно расселить группу до 250 человек. Это и будет «закрытие под ключ». Такой вариант очень выгоден, потому что в вашем распоряжении все пространство отеля с залами, ресторанами, спа-зоной, а также просторный центральный холл, в котором можно устроить гала-ужин с банкетной рассадкой, сценой и собственным декором. Ограничение по звуку (до 22:00) в этом случае снимается. Также вы смело можете брендировать отель под свои задачи.

КОММЕНТАРИЙ ОТ MICE&MORE: Этот вариант пользуется особым спросом в декабре. Вы можете провести деловое мероприятие, посвященное итогам года, а закончить его ярким новогодним празднованием.

СЕМЬ ЗАЛОВ ДЛЯ РАБОТЫ ПО ГРУППАМ

Самый большой конференц-зал «Петергоф» (без колонн и с дневным светом) вмещает до 300 гостей театром. Его можно разделить на две части: «Ольга» и «Елена». Следующий по размерам — зал «Романовы» в форме подковы (до 200 гостей), он также трансформер и включает в себя четыре малых зала: «Петр», «Екатерина», «Елизавета», «Николай». Есть еще один малый зал «Ораниенбаум» для переговоров и лекций (до 50 участников). Безусловно, все залы оснащены необходимым техническим оборудованием. Отель предоставит все, что нужно организаторам: от блокнотов и ручек до системы видео-конференц-связи и синхронного перевода. Все залы расположены на первом этаже с выходом в лобби и к ресторанам. Возле каждого зала есть пространство для кофе-брейков.

КОММЕНТАРИЙ ОТ MICE&MORE: Наличие сами залов очень удобно для проведения сложного по структуре мероприятия, когда есть общая деловая часть и работа по группам. Такую программу можно реализовать параллельно, задействуя до восьми локаций. Также обращаем ваше внимание, что можно провести живописный ивент под открытым небом на панорамной крыше отеля или в шатре на лужайке (до 50-ти гостей).

ЭКСКЛЮЗИВ ДЛЯ ВАШЕЙ ПРОГРАММЫ

Отель «Новый Петергоф» находится в эпицентре жизни музейного Петергофа — от него всего 200 метров до центрального входа в парк. Со своими постоянными подрядчиками и экскурсоводами отель может предложить вам весьма оригинальные (и уникальные) форматы. Например, вы можете проводить вашу группу в парк на корабль, где для нее будет накрыт банкет. Более того, это застолье может превратиться в морскую прогулку до Университетской набережной в Санкт-Петербурге, после которой гостей на автобусе вернут



в отель. И даже более того! В летнее время эту поездку можно устроить в ночное время с любованием на развод мостов.

КОММЕНТАРИЙ ОТ MICE&MORE: Другой вариант: всего 45 минут и вы в Кронштадте, где обзорную экскурсию можно объединить с посещением исторических фортов, квестами и тимбилдингами.

BLEISURE

Поскольку отель славится своим медико-эстетическим центром «Академия-СПА» с саунами, бассейном, массажными процедурами, программами оздоровления и косметическим уходом, многие корпоративные гости предпочитают взять еще несколько дней после мероприятия дополнительно, чтобы совместить business и leisure.

КОММЕНТАРИЙ ОТ MICE&MORE: Важная составляющая и бизнеса, и досуга, конечно, еда. В отеле два ресторана: «Никольский» (с белым роялем и, в целом, в белом стиле, который идеально подходит под различные торжества) и «Утка и Селезень», который тоже можно снять под закрытие. Его в путеводителях называют «визитной ресторанной карточкой» Петергофа, если заедете, обязательно отведайте фирменную утку!



Тел.: +7 (812) 210-15-98
E-mail: info@new-peterhof.com
Сайт: new-peterhof.com

AVANTAGE EVENT PROJECT — АГЕНТСТВО АДАПТИВНОГО ТИПА

Агентству Advantage Project в этом году 10 лет. Главный редактор Лина Москвина приехала в гости в яркий офис Advantage Project и взяла интервью у основателей агентства — Лилии Фёдоровой и Марии Рудаковой. Разговор получился серьезным: о компетенциях и маркетинге, о развитии сотрудников. Конечно, мы сделали акцент на различных достижениях, которыми с нами так искренне поделились. Спасибо партнерам за то, что нам доверяют.

ЛИНА МОСКВИНА, ОСНОВАТЕЛЬ MICE&MORE. 10 лет — цифра важная! Как вы ее ощущаете, много это или мало для компании?

ЛИЛИЯ ФЁДОРОВА. Открыть свое агентство — не сложная задача, а вот удержаться среди сильных игроков, заслужить определенную репутацию — куда сложнее. Поэтому 10 лет мы считаем существенной датой. За это время мы смогли понять, по какой бизнес-модели хотим развиваться. Это время позволило нам сформировать некий «ДНК бренда», и теперь мы точно осознаем свое позиционирование. За этот период сложилась не только стратегия действий, но и репутация, которой мы дорожим.

ЛИНА МОСКВИНА. Есть такое мнение, что не бывает универсальных специалистов, которые умеют одинаково хорошо делать все форматы мероприятий, и у вас на сайте опубликована четкая формулировка того, что вы не готовы делать. А с каким форматом вы тогда ассоциируете себя?

ЛИЛИЯ ФЁДОРОВА. Если резюмировать наш опыт, можно смело сказать, что процентов на 60 это мероприятия внутренней коммуникации, и 40% — маркетинговые события. При этом на 80% наши клиенты — это IT-гиганты. Мы не делаем частные мероприятия, политические и государственные мероприятия, потому что понимаем, что это вообще другой рынок, другая ниша, мы осознанно туда не идем. Мы знаем свои суперсилы и учитываем их при выборе клиентов и подборе персонала.

ЛИНА МОСКВИНА. Как вы строите кадровую политику? Какие компетенции для вас важны? Чувствуете ли вы дефицит ресурсов на сегодня?

ЛИЛИЯ ФЁДОРОВА. Мы ощущаем на себе кадровый голод. Рынок едва ожил после двух кризисных лет, как снова наблюдается отток специалистов. Были моменты, когда мы с Машей проводили по пять-шесть собеседований в день ради поиска хорошего профи. Исторически сложилось, что мы часто растим кадры внутри компании. Да, мы продолжаем искать классных специалистов, у которых за плечами большой опыт и портфолио релевантных проектов, но при этом многих специалистов (особенно младших ивент-менеджеров) мы обучаем сами. И надо сказать, не только в части продюсирования и реализации проектов, но и личностный рост. Например, в декабре прошлого года наша команда прошла обучение по нейроинтеграции, где мы учились уделять особенное внимание своему ментальному состоянию.

МАРИЯ РУДАКОВА. Коммуникация — вот чем, в первую очередь, должны владеть наши сотрудники. Помимо клиентов, на которых нужно вовремя реагировать и направлять процессы в нужное русло, у менеджера есть команда: от креативной сферы до технической. В команде могут работать весьма разноплановые люди, и нужно сделать так, чтобы весь этот механизм трудился на общий результат с увлечением, с желанием, осознавая вклад, который могут внести конкретно они. Сейчас в нашей команде среди проджектов и креаторов есть музыканты, психологи, математики, стендаперы, художники и т.д., даже чемпион мира по фрисби, но всех объединяет страсть к организации мероприятий.

ЛИЛИЯ ФЁДОРОВА. Мы всегда котируем проектную работу и заточенность на результат. Мы топим за сильную внутреннюю корпоративную культуру. По атмосфере в нашем офисе сразу чувствуется, что работает единая слаженная команда, но никто не привязан к стандартным графикам. Каждый работает, когда и как ему удобнее, главное, чтобы эффективно.

МАРИЯ РУДАКОВА. При этом для 90% наших сотрудников комфортнее работа в уютном офисе компании, плечо к плечу. Более того, коллеги привыкли не только работать совместно, но и отдыхать вместе. Мы часто выбираемся куда-нибудь, как сапожник с сапогами: проводим образовательные, развлекательные и командообразующие мероприятия для коллег, повышаем на-



смотренность. Нас пока около 30 человек, но мы очень ярко отмечаем дни рождения каждого сотрудника внутри коллектива, реально замораживаемся на этот счет. Такая есть особенность, наша фишечка. Не знаю, конечно, изменится ли что-то в этом плане, когда нас будет больше, но судя по тому, какие под флагом «АВАНТАЖ ПРОДЖЕКТ» собираются талантливые люди, если и изменится, то появятся новые традиции и фишечки.

ЛИНА МОСКВИНА. Чем за свою 10-летнюю историю вы особенно гордитесь?

ЛИЛИЯ ФЁДОРОВА. Внутренней культурой и сформированными ценностями. Собранный командой специалистов внутри компании, партнеров и контрагентов. Яркими нестандартными кейсами. Мы часто сталкиваемся с тем, что если кто-то еще не знаком с компанией «АВАНТАЖ ПРОДЖЕКТ», то точно слышал о наших проектах. Мы гордимся честным, прозрачным и гибким подходом к бизнес-процессам, ответственностью за тех, кто с нами. Возможно, мы одна из немногих компаний, которая в период пандемии не сократила штат и зарплаты.

МАРИЯ РУДАКОВА. За эти годы кроме основного бизнеса, благодаря нашей экспертизе, у нас сформировались самостоя-

тельные продукты: бизнес-видеопродакшн, онлайн-обучение ивент-специалистов, а также консалтинговое агентство по подбору персонала на события.

ЛИЛИЯ ФЁДОРОВА. Полки нашего агентства украшают награды, которые мы накопили за эти 10 лет. Мы понимаем, как это важно для наших заказчиков — видеть признание нас отраслью. Для этого мы на регулярной основе участвуем в премиях (beta! «Событие года», «Золотой пазл», АКМР) — и нередко получаем на них заветные статуэтки. Также мы являемся проверенным поставщиком BVT. В этом году вошли в ТОП-40 лучших коммуникационных агентств H2KP, а по мнению экспертного совета MICE Excellence Forum и рейтингу «ТОП-50 MICE» я и Маша вошли в ТОП-3 личностей, которые реально влияют на индустрию.

ЛИНА МОСКВИНА. Расскажите подробнее о влиянии на индустрию. Что именно вы делаете?

ЛИЛИЯ ФЁДОРОВА. Мы часто принимаем участие в отраслевых мероприятиях, проводим исследования по рынку, выступаем как спикеры на горячие для отрасли темы, делимся экспертизой. Вступаем в коллаборации с игроками рынка, отраслевые ассоциации в целях развития индустрии. Нам не все равно. Мы



одна из немногих компаний, кто реально вкладывается в обучение ивент-специалистов. Мы читаем лекции в университетах для студентов, рассказываем про событийный маркетинг. Среди вузов, с которыми мы сотрудничаем, есть РАНХиГС, «Финансовый университет», «Плехановка», «Институт бизнеса и дизайна». Мы поддерживаем НАОМ в организации EVENT DAY для студентов. В данный момент, совместно с МТПП, мы работаем над получением лицензии и интеграции нашего курса в их образовательные программы. В нашей сфере мало специалистов государственного уровня и мы целимся на то, чтобы это поменять.

МАРИЯ РУДАКОВА. Еще одна тема, связанная с обучением, — стажировки. У нас есть практика привлечения стажеров в работу. Это наш вклад в их развитие, а также возможность схантить талантливую молодежь к нам в команду, а иногда и привлечь клиентов.

ЛИНА МОСКВИНА. Вы часто говорите про гибкий подход? Что под этим подразумеваете?

ЛИЛИЯ ФЁДОРОВА. Кризисные моменты воспринимаются в компании как точки роста. Наш выбор — адаптироваться и развиваться. Avantage Project — агентство адаптивного типа, мы взяли в основу развития «agile подход» еще в 2014-м году, до того, как многие корпорации его приняли. Наши горизонты планирования — не больше 2-х лет, а с партнерами мы «сверяем часы» по общему видению, по целям и состоянию рынка, где-то раз в полгода. Аналогичные встречи мы проводим с собственным персоналом, потому что заинтересованы в развитии каждого. Мы стали работать частично удаленно в 2018-м году, еще до того, как это стало мейнстримом. Мы развивались в 2020-м и научились делать гибридные мероприятия настолько классно, что стали получать за них призы. После 2022-го мы активно изучили ресурсы внутри страны и в дружественных стра-

нах, что постоянно вывозим куда-нибудь наших московских и питерских заказчиков.

ЛИНА МОСКВИНА. Каким был ваш 2024 год с точки зрения проектов и тенденций?

МАРИЯ РУДАКОВА. Во-первых, потихоньку оживают самые крупные клиенты, у них стало меньше осторожного выжидания. Если говорить о тенденциях, то в запросах на тот или иной ивент чаще лидирует «человекоцентричность», то есть индивидуальный подход, лояльность, забота о сотрудниках. Людям кажется, что это создает ощущение стабильности. Все больше мы видим на событиях внедренные механики управляемого нетворкинга.

ЛИЛИЯ ФЁДОРОВА. Мы видим, что все чаще игроки рынка проводят собственные мероприятия и следуют технологическим трендам: интегрируют AI, используют кинетические лебедки и модули, роботические решения, левитирующие платформы. Тренд на ЗОЖ, ментальное здоровье по-прежнему актуален. Растет тренд на коллаборации. Наши корпоративные заказчики по-прежнему активно интегрируются в фестивали, благотворительность, выставки. Пробивается в лидеры промышленный туризм: в прошлом году он был, скорее, идеей, а сейчас у нас уже есть активные и востребованные программы.

Мы стараемся также следовать этим тенденциям.

МАРИЯ РУДАКОВА. А с другой стороны, есть заказчики, которые, перепробовав почти все, теперь хотят быть ближе к природе. Очень много запросов на кемпинги, выезды, активный отдых, экстрим, курсы по выживанию, бердвотчинг на сапах. Даже простые привычные городские активности стало прикольно проводить на природе. Возник интерес к погружению в культуру других идентичностей, интерес к своему происхождению, корням, на психологические и духовные практики. Каждый раз это новый опыт.

ЛИНА МОСКВИНА. Как вы относитесь к идее, что многие клиенты и MICE-агентства взаимодействуют, взаимно усиливая друг друга?

ЛИЛИЯ ФЁДОРОВА. Мы это поддерживаем! У нас нет в структуре отдельного MICE-отдела. Мы понимаем, что он нам и не нужен в плане стратегии развития. При этом мы являемся официальным ивент-оператором MICE Excellence Forum и получили награду за лучшее деловое событие. Подобный статус позволяет нам дружить и быть в партнерстве с достаточно большим количеством MICE-компаний.

У нас нет одного конкретного MICE-партнера, но мы знаем немало проверенных по разным направлениям. Мы знаем

к кому обратиться, если клиент едет, например, в Северную Осетию, Узбекистан или в Турцию. В свою очередь, коллеги знают, с какими запросами обращаться к нам и в чем мы сильны: мы «закрываем собой» креатив, коммуникацию с клиентом, полностью берем на себя менеджерскую функцию, выступаем партнерским агентством. А вот логистику, проживание и другие аспекты мы готовы отдавать на аутсорс нашим проверенным партнерам.

ЛИНА МОСКВИНА. Как вы планируете отмечать юбилей — внутри компании или шире?

ЛИЛИЯ ФЁДОРОВА. Наш логотип — трилистник. Он олицетворяет сотрудничество. Он показывает, что мы сами, а именно наша команда, наши клиенты и наши контрагенты — реальное триединство. Поэтому празднование тоже будет тройным. Лично мы с Марией организовали партнерский ретрит в горах, где порефлексировали по итогам и обновили наши планы. С нашим молодым коллективом сделали выездной двухдневный ивент на берегу красивого водохранилища, где была деловая программа, спортивные активности и развлекательный вечер.

В этом году мы делаем благотворительное спортивное юбилейное мероприятие для наших сотрудников, клиентов и контрагентов — мы совместно бежим 12 октября Московский марафон в статусе «благобегунов», поддерживая фонд «Волонтеры в помощь детям-сиротам»

ЛИНА МОСКВИНА. Ваша компания впервые будет заниматься благотворительностью?

ЛИЛИЯ ФЁДОРОВА. Нет, мы с Марией из тех людей, кто считает, что благотворительность — это маркер здорового общества. Например, мы являемся рекуррентами фонда «Дом с маяком», поддерживаем акцию «Альфа-Банка» «Линия жизни» и поддерживаем интеграцию корпораций в благотворительные фестивали. В прошлом году организовывали ивент и пространство для компаний «Авито» и «Т-Банк» на фестивале «Антон тут рядом».

ЛИНА МОСКВИНА. Какие у вас есть планы на развитие?

МАРИЯ РУДАКОВА. У нас всегда есть четкие финансовые показатели и списки клиентов, к которым мы стремимся. Мы вас удивим, но мы не строим сверхамбициозных целей стать номер один ивент-агентством в мире. Мы за то, чтобы классно делать свою работу, расти и развиваться, повышая узнаваемость и репутацию, собрать вокруг себя команду мечты, но не теряя в качестве, вдохновляясь каждый раз новыми решениями. Мы выступаем за коллаборацию брендов и четко понимаем, какие проекты хотим делать.

SWAN HELLENIC: КРУИЗЫ НА ПРЕМИАЛЬНЫХ МЕГАЯХТАХ ПО ВСЕМУ МИРУ

У MICE&more большой опыт представления круизных компаний и их возможностей, однажды мы даже сделали специальный номер на эту тему, но о компании Swan Hellenic мы пишем впервые и очень впечатлены ее опциями в части MICE&Charters запросов. Уверены, что информация, которой мы делимся, вдохновит вас на идею поистине эксклюзивного мероприятия.

ПОЧЕМУ SWAN HELLENIC ЛУЧШИЙ ВЫБОР ДЛЯ MICE

Если коротко: размер каютного фонда и инфраструктура на борту идеально подходят для групп, эргономика судна идеальна для проведения мероприятий, круизная компания гибка в формировании маршрута и его кастомизации. Swan Hellenic принимает гостей по системе «все включено», берет на себя организацию «под ключ» (в прямом смысле этого слова) и предлагает огромный выбор маршрутов: ее география покрывает весь мир. Как правило, гость Swan Hellenic — это взыскательный путешественник в поисках редких маршрутов, который предпочитает открывать новые регионы в компании единомышленников, не отказываясь от привычного уровня комфорта и сервиса. А теперь давайте знакомиться подробнее...

САМЫЕ УДИВИТЕЛЬНЫЕ МЕСТА НА ПЛАНЕТЕ ВМЕСТЕ СО SWAN HELLENIC

Круизная компания Swan Hellenic — мировой лидер в области культурологических экспедиционных круизов. Что это значит? Опираясь на многолетний опыт организации экспедиций, она круглогодично предлагает маршруты по труднодоступным местам и наименее посещаемым регионам мира через все шесть континентов. Важно отметить, что Swan Hellenic, являясь судовладельцем и организатором круизов, оперирует собственным экспедиционным флотом. Это гарантирует заказчикам гибкость в планировании, возможность самых эксклюзивных кастомизаций маршрута и сервисов, скорость в операционных вопросах, лояльность при выборе формы оплаты, конфиденциальность, надежность сделки и качество финального исполнения.

EXPLORE!

Swan Hellenic доставляет гостей в самые отдаленные уголки планеты, тщательно продумывая маршруты, причем эти круизы выстроены именно как экспедиции, то есть сопровождаются исследованием регионов и познавательной программой на борту. Тихие бухты с белоснежными пляжами, холмистые джунгли и водопады, густые пальмовые леса и мангровые заросли, ледяные просторы, табулярные айсберги, киты, вынырывающие возле зодиаков (надувных лодок с жестким килем), колонии пингвинов и морских котиков — Swan Hellenic готова показать своим гостям весь мир.

ПРЕМИАЛЬНЫЙ ОТДЫХ ПО СИСТЕМЕ «ВСЕ ВКЛЮЧЕНО»

Одним из преимуществ экспедиций Swan Hellenic является непревзойденная система «все включено» на борту. Здесь исходят из того, что путешествие должно быть непринужденным. Важно, чтобы гости смогли максимально проникнуться духом экспедиции без лишних забот. В стоимость поездки включено все до мельчайших деталей: размещение в роскошных каютах, питание на борту и круглосуточное обслуживание номеров, широкая карта алкогольных и безалкогольных напитков, лекционные программы экспедиционных экспертов и приглашенных спикеров, высадки на зодиаках и экспедиционные активности под руководством опытной команды (включая прогулки на каяках, снорклинг, сапбординг), пакет wi-fi, сервисные сборы на борту и портовые сборы по маршруту, бункеровка и многое другое.

Если мы говорим о чартере, то компания с радостью возьмет на себя организацию дополнительных сервисов «под ключ» и предложит опциональное наземное обслуживание с учетом многолетнего опыта и ваших предпочтений.

ЭКСПЕДИЦИОННЫЙ ФЛОТ SWAN HELLENIC: САМЫЙ МОЛОДОЙ И ИННОВАЦИОННЫЙ

В собственном владении Swan Hellenic две элегантные экспедиционные девятипалубные мегаяхты повышенного ледового класса. Они креативно задуманы и спроектированы специально для экспедиций по всему миру с фокусом на высокоширотные полярные регионы. Гости ждут настоящие арт-бутик-отели на воде с современным утонченным дизайном интерьеров в стиле «скандинавский шик».

Мегаяхты Swan Hellenic могут разместить гостей в 76 каютах на SH Vega (максимум 158 пассажиров) и в 96 каютах на SH Diana (максимум 209 пассажиров). Продуманная эргономика, созданная компанией Tillberg Design of Sweden, позволяет трансформировать зонирование в зависимости от количества пассажиров на борту. Все общественные пространства находятся в ближайшей доступности к палубам, где расположены каюты, что позволяет создать приватную атмосферу собственной яхты. Весь путь от носа до кормы средним шагом занимает ровно минуту. Небольшие габариты судов позволяют получить разрешение на стоянку даже в самых отдаленных уголках мира, что делает планирование хода круиза максимально гибким и независимым от внешних согласований и наличия портовой инфраструктуры.

Просторные каюты с панорамными балконами и уютной ванной комнатой гости часто называют домом вдали от дома, поскольку здесь есть все, чтобы расслабиться и набраться сил. Качественный интерьер, натуральные цвета и текстуры, произведения искусства, комфортная система освещения, вместительные гардеробные, матрас премиум-класса, камин с эффектом живого пламени, полотенца, халаты и простыни из египетского хлопка — в общем, все и даже больше для приятных путешествий.

Панорамная смотровая площадка Swan's Nest и открытые палубы позволяют гостям наблюдать за непрерывно меняющимися пейзажами за бортом, не теряя контакт с морем на протяжении всего круиза.

После насыщенной экскурсионной программы можно отдохнуть в бассейне-инфинити с подогревом, расслабиться в сауне с панорамным видом или джакузи на открытой палубе. Спа-зона с тренажерным залом предлагает целый набор оздоровительных программ.

ГЕОГРАФИЯ ЭКСПЕДИЦИЙ

В круизном расписании Swan Hellenic представлены Антарктика, Шпицберген, Гренландия, Исландия и другие регионы Арктики, Красное море, Европа, побережья Африки, Южной и Северной Америки, Карибы, устье реки Амазонки, Япония, Филиппины, Индонезия, Австралия и Новая Зеландия, Океания и экзотические острова.

Даже при полной загрузке соотношение гостей к команде близко к 1:1. Мегаяхта, обслуживаемая многонациональной командой, эксплуатируется в круглогодичном режиме. Высоквалифицированный командный состав, в основном, представлен европейскими специалистами (преимущественно скандинавами). Стаж капитанов не менее 16 лет, из них от 10 лет в полярных водах.

ГАСТРОНОМИЧЕСКАЯ КРУГОСВЕТКА

Гастрономическая составляющая круиза Swan Hellenic заслуживает отдельного внимания. Экспедиционные мегаяхты предлагают гостям знакомство с кухнями народов мира в рамках посещаемого региона плавания, предлагая на выбор сразу три ресторана: Swan, Club Lounge и Pool bar & Grill, а организация питания на борту представляет собой множество соблазнительных вариантов в любое удобное время суток: от раннего завтрака для «гостей-жаворонков» до позднего ужина и круглосуточного обслуживания кают.

Известные шеф-повара, вдохновленные местными традициями, создают кулинарные шедевры. Каждый индивидуальный заказ может быть сервирован как внутри мегаяхты, так и на открытых палубах, позволяя гостям наслаждаться не только превосходными блюдами, но и пейзажами за бортом. Помимо вин, отобранных сомелье, крепких и безалкогольных напитков, уже включенных в стоимость, вы можете дополнить подборку коллекционными и марочными винами из Aficionado Menu.

MICE&CHARTERS: КУРС НА УСПЕХ

За каждым чартерным заказом стоит четко определенная бизнес-цель или личный мотив. Это может быть налаживание контактов, укрепление лояльности или поощрение лучших

сотрудников, выезд закрытого сообщества или клуба единомышленников, а также частный отдых в кругу семьи и друзей в приватной атмосфере собственной яхты. В рамках поездки все будет учтено для успешной работы и отдыха: ваш бренд, ваша аудитория и ваши ценности.

Чартер экспедиционной мегаяхты значительно масштабнее круиза. Это путешествие, созданное конкретно для вас с учетом ваших желаний и ожиданий. Многих агентов в работе со Swan Hellenic удивляет, что в стоимость путешествия включено — реально! — все: не нужно дополнительно платить за аренду залов и оборудования, за видеооператора и фотографа, за специальное меню и любые празднования событий.

Успех чартера часто зависит от правильно выбранной концепции. Команда Swan Hellenic рекомендует целый кастомизированный список возможных мероприятий для ваших гостей во время круиза и с энтузиазмом берется за работу над идеями и запросами заказчика: теннисный турнир для пассажиров, музыкальные вечеринки или барбекю на открытой палубе, интеллектуальные и творческие состязания, кинопоказы под звездным небом и многое другое. Вас ждет всесторонняя информационная поддержка на всех этапах сделки, а также обеспечение маркетинговыми материалами на русском языке, в том числе буклетами, видео и фотобанком.

Эксперты Swan Hellenic тщательно планируют маршруты по самым удивительным недоступным местам в наименее посещаемых регионах мира. Однако! Компания легко адаптирует маршрут и продолжительность экспедиции под ваши потребности и пожелания. Если вы захотите посетить российскую научную полярную станцию в Антарктиде — учтут. Если попросите изменить курс запланированного круиза по Сейшелах, чтобы посетить коралловый атолл Альдабра, — скажут, что это отлич-



ное решение и реализуют его. Если ваш важный гость должен присоединиться к круизу позже запланированного — нет проблем, логистику его перемещений сразу возьмут в разработку.

Обратите внимание, что в коллекции Swan Hellenic представлены и безвизовые маршруты: по Сейшелах, по Средиземному морю с посадкой в Стамбуле, вдоль берегов Центральной и Южной Америки, по Карибам, в Антарктиде, что означает отсутствие дополнительных формальностей при планировании поездки.

Каждый чартер Swan Hellenic сопровождает персональный координатор, который берет все заботы на себя, что гарантирует простоту планирования и гибкость управления процессами в ходе круиза, будь то кастомизация экскурсионной программы, организация частных мероприятий и вечеринок или адаптация меню с учетом пожеланий гостей.

Также в каждом чартере Swan Hellenic гостей во время ежедневных высадок

сопровождают опытные гиды разных тематических направлений. Использование Зодиака позволяет осуществить высадку на самых отдаленных островах по маршруту, а прогулки на каяках — увидеть животный мир на расстоянии вытянутой руки. Возможность одновременного использования трех выходов при стабилизации судна в открытом море или вблизи берега позволяет пассажирам в любой

момент иметь удобный доступ к морю для водных активностей. В теплых регионах Swan Hellenic также помогает с организацией рыбалки и дайвинга по запросу заказчика. Гостям будет предоставлена продуманная экипировка, которую нет необходимости везти с собой из дома.

ЗАПЛАНИРУЙТЕ СВОЮ ЭКСПЕДИЦИЮ

В основе идеального чартера лежит заблаговременное планирование, что возможно благодаря опубликованному расписанию круизов до конца 2026 года. Однако по желанию чартерного заказчика маршрут и продолжительность круиза могут быть кастомизированы.

Способность команды Swan Hellenic делать невозможное и находить индивидуальный подход к каждому клиенту уже высоко оценена целым рядом бизнес-партнеров по всему миру. Говорить на одном языке с заказчиком — это искусство, которым Swan Hellenic владеет в совершенстве.



www.swanhellenic.com



NH COLLECTION DUBAI THE PALM: ДЕБЮТ БРЕНДА НА БЛИЖНЕМ ВОСТОКЕ

NH Collection — это высококлассный бренд гостиничной группы NH, который находится под управлением компании Minors Hotels. Бренд известен своими уникальными и знаковыми отелями в главных городах Европы и Латинской Америки, и вот в 2023 году состоялся его дебют в Объединенных Арабских Эмиратах. Отели NH Collection, сохраняя местный колорит, тщательно спроектированы для тех, кто хочет пережить поистине экстраординарные моменты благодаря уникальному творческому и инновационному подходу.

МАНИШ ДЖА, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖЕР NH COLLECTION DUBAI THE PALM
«Главное в гостиничном бизнесе — это предоставление исключительного сервиса. Речь идет о создании атмосферы, в которой каждый гость чувствует себя не только желанным, но и по-настоящему понятым».

Насладиться изысканной пляжной жизнью на знаменитой дубайской Пальме Джумейра можно теперь в новом отеле NH Collection Dubai The Palm с просторными номерами и захватывающим видом на побережье.

Отель находится, можно сказать, в культовом месте — в прекрасном новом здании с прямым выходом на пляж Уэст-Палм — и сочетает в себе характерные качества NH Collection hotels: выгодное расположение с легким доступом ко многим достопримечательностям Дубая, изысканную кухню, со вкусом подобранный декор и безупречное обслуживание клиентов. К услугам гостей 45-метровый пейзажный бассейн с видом на городской пейзаж Дубая, бар на крыше, спорт-бар и эффектный пляжный клуб.

В отеле всего 532 номера 11-ти категорий, в их числе 226 номеров и люксов, а также 306 студий и апартаментов. Смелый, оригинальный декор выполнен в позитивном артистичном стиле, который искусно сочетается с элементами, аутентичными для арабской культуры. Из номеров более высоких категорий, включая премиум-класс, люкс и улучшенные апартаменты, открывается захватывающий вид на горизонты Дубай Марина и Арабского залива, а также для гостей этого уровня есть эксклюзивный доступ в лаундж премиум-класса NH Collection.



В отеле NH Collection Dubai The Palm пять исключительных ресторанов, которые вскоре станут излюбленными среди гостей — как жителей Дубая, так и приезжих. Ресторан Maiora, где в течение всего дня подают разнообразные блюда со всего мира, в том числе, знаменитый завтрак NH Collection. Revo Café — шикарное городское заведение, где шеф-повара готовят креативные и полезные блюда. Té Lounge — место для тех, кто хочет освежиться после занятий в тренажерном зале или перекусить легкими полезными блюдами. Спорт-бар Seven, где друзья могут встретиться в неформальной обстановке или понаблюдать за игрой на экране, наслаждаясь классическими закусками и напитками. В ближайшее время будет открыт фирменный ресторан-бар SEEN — современное мультисенсорное заведение на крыше с фантастическим видом на закат и мастерски приготовленными коктейлями.

Гости отеля NH Collection Dubai The Palm могут насладиться открыточными видами города, искупавшись в великолепном пейзажном бассейне на крыше отеля с регулируемой температурой, позаниматься в полностью оборудованном тренажерном зале или расслабиться на сеансе массажа. Soul Senses Spa & Wellness предлагает целый комплекс услуг для глубокого восстановления сил. Отель также вскоре откроет свой собственный пляжный клуб, расположенный рядом на Уэст-Палм-Бич.

Отель использует Brilliant Basics бренда и гарантирует, что гости получают максимально возможный комфорт, включая эксклюзивные матрасы NH Collection Sleep Better в каждом номере, широкий выбор подушек и ряд экологически чистых удобств. Экологичность является движущей силой NH Collection Dubai The Palm, и отель спроектирован таким образом, чтобы свести к минимуму воздействие на окружающую среду. В отеле есть собственная станция водоснабжения, солнечные батареи используются для выработки горячей воды, а конденсированная вода из системы кондиционирования воздуха используется для орошения. В номерах созданы веганские и экологически чистые удобства, а также прилагаются все усилия для сокращения количества отходов и их переработки. До конца 2024 года планируется запустить на территории отеля пасеку, гидропонную ферму и небольшой рынок при ней.

Для тех, кто планирует деловые встречи и другие мероприятия, отель предлагает пять светлых залов, оснащенных по последнему слову техники. Это универсальные помещения как для корпоративных конференций, так и для камерных вечеринок: все потребности и пожелания заказчика будут учтены. Площадь залов варьируется от 32 до 55 м², в то время как самый просторный конференц-зал предлагает пространство-трансформер площадью 75 м². Знаковые виды за окном служат концептуальным фоном, который вдохновляет на инновации и креативность.

NH COLLECTION DUBAI THE PALM: ПОЧУВСТВУЙ СЕБЯ НЕОБЫКНОВЕННЫМ!

НАГРАДЫ NH COLLECTION DUBAI THE PALM

- » Leading New Opening Hotel by Middle East Hospitality Leaders Awards 2023
- » Dubai's Leading Lifestyle Hotel by World Travel Awards
- » Best Luxury Lifestyle Hotel by Luxe Global Award 2023
- » Award for Sustainable Hotel of the Year by Leaders in Hospitality Awards 2024



www.nhcollection.com
Palm Jumeirah, Dubai, United Arab Emirates 567075
Reservations: +971 4 549 7777
Tel.: +971 4 549 7777
E-mail: dubaithepalm@nhcollection.com

ПОЛЕТЕТЬ В БАХРЕЙН И ... ВЛЮБИТЬСЯ

В феврале 2018-го года мы сделали тематический номер, посвященный Бахрейну. И вот в июне 2024-го заново открыли королевство для нашей MICE-аудитории, отправившись в экспертный фамтрип, организованный по инициативе нашего давнего и верного партнера Антонины Королевой. Принимающая сторона — Visit Bahrain, лучшее DMC страны. Их слоган — Welcome home. Перелет организован при поддержке авиакомпании Gulf Air (ее представитель также принял участие в поездке). Все вместе мы удивительно погрузились в атмосферу Бахрейна, прочувствовали ее и, честно говоря, хотим продлить ее очарование. Своими впечатлениями о поездке делится медиа-директор MICE&more Марина Карасёва.

БАХРЕЙН — ЭТО КОРОЛЕВСТВО И ОСТРОВ. ПРЯМО КАК АНГЛИЯ, СОГЛАСИТЕСЬ?..

В каждой шутке есть доля шутки. Мне лично показалось, что Бахрейн — самая европеизированная страна в Арабском заливе, даже несмотря на территориальную близость с самым строгим и регламентированным соседом (до Саудовской Аравии можно доехать по мосту всего за 30 минут).

Не буду называть Бахрейн «островом свободы» (еще одна шутка!), но ощущение свободы здесь чувствуется в многочисленных деталях:

- » несмотря на обилие мужчин в белом, а женщин в черном, все могут одеваться так, как им заблагорассудится, и никто их не осудит;
- » разделение на men и women area присутствует, но ненавязчиво, есть много общих зон;
- » на пляжах тоже все чувствуют себя свободно, без специальных ограничений;
- » государство славится одним из самых высоких уровней безопасности;
- » неожиданно, но во многих закрытых помещениях курение не запрещено (мы от этого уже сильно отвыкли).

И что совсем удивительно (и важно для индивидуальных путешественников и групп из России!) — алкоголь разрешен повсеместно. Есть алкогольные магазины с широким ассортиментом и адекватными ценами (особенно по акциям), есть доставка (причем сразу в отель), есть возможность завести собственный алкоголь на мероприятие с разумным «пробковым сбором».

Хочу отметить, что изначально слово «бахрейн» переводится как «два моря»: внешнее (Арабский залив) и внутреннее (многочисленные подземные источники с пресной водой). По этой причине в краях течет не опресненная морская вода, а очищенная из источников.

Что касается слова «королевство»... Согласитесь, оно прекрасно смотрится в презентациях направления: «Мы приглашаем вас в королевство». Заманчиво!

FAM TRIP KAK FUN TRIP

И это не шутка. Это концепция, которую заложили в основу нашей поездки господин Али Амрала, CEO Visit Bahrain DMC, и менеджер по развитию стран Европы и СНГ Елена Дружи-

на. Мы знакомились с MICE-возможностями региона через призму VIP-сегмента. Надо отметить самый высокий уровень принимающей стороны. Программа была продумана безукоризненно. Нам постарались представить Бахрейн во всем его разнообразии, но в режиме лайт. Оказывается, такое возможно! Мы смогли погрузиться в атмосферу страны и именно поэтому влюбиться в нее.

Лучшие отели в разных частях страны, легендарная трасса Формулы-1, гольф-поля, гастрономические открытия, идеальные пляжи, выгодный шопинг, эрудированный русскоязычный гид... Протяженность Бахрейна с севера на юг составляет всего 50 километров, поэтому мы, действительно, успели выполнить каждый пункт программы. Причем сделали это на ярко-красном брендированном автобусе Visit Bahrain с безупречным водителем.

Хочу сказать, что акцент на отдыхе был сделан и в связи с летней жарой, которая день за днем набирает обороты. Мы, как представители туристической отрасли, готовы к знакомству со страной в любых погодных условиях. Но если вы рассматриваете Бахрейн как направление для своего будущего мероприятия или просто для отпуска, приезжайте в период с сентября по май. С учетом пляжного сезона идеально в весенние и осенние месяцы.

ЗНАКОМИМСЯ С ОТЕЛЯМИ

THE GROVE HOTEL & CONFERENCE CENTRE 5*. С этого отеля началось наше знакомство с Бахрейном. Здесь расположен офис компании Visit Bahrain. Отель находится на искусственном острове Амвадж («плавающий город») в 20 минутах от аэропорта. Здесь максимально развиты передовые технологии. Высокий процент населения составляют экспаты. Отель прошел через ряд реноваций и удивляет своей современностью, открытостью всему новому. Улучшения здесь происходят в нон-стоп режиме. Повсюду — и в номерах, и в рекреациях — видовые окна. Конференц-часть занимает два этажа, она включает четыре переговорные комнаты и три конференц-зала с просторным фойе, которое можно использовать под выставку. Al Marasim Ballroom (зал-трансформер из двух частей) позволяет принять до 700 гостей с рассадкой «театр».

На 15-ом этаже размещен бассейн-инфинити и рядом с ним видовой ресторан, в котором у нас был замечательный ланч со средиземноморским меню. Также привлек внимание классический ирландский паб на первом этаже, в котором в дневное время накрывают бранчи.

«Изюминка». У отеля есть собственный пляжный клуб Solymar Beach Club в греческом стиле, он находится в пешей доступ-



ности (минут семь пешком до пляжа). Этот клуб считается самым модным в Бахрейне и славится своими вечерними программами в сочетании с прекрасной кухней. Посещение клуба платное. Но для гостей, проживающих в отеле, вход комплиментарный: именно здесь они и проводят свой отдых у моря.

THE ART RESORT & RESORT 5*. Отель расположен на первой береговой линии по соседству с The Grove Hotel. Его главная отличительная особенность — sea view из каждого номера. В номерах категории suite есть открытая терраса с джакузи. Общая атмосфера отеля — курортная, демократичная. Стиль — легкий, современный, с футуристичным дизайном в лобби. На территории есть открытая площадка для проведения гала-ужинов. Но особенно эффектными они будут на специально насыпанной косе, уходящей в залив. Пляж достаточно широкий и хорошо приспособлен для проведения тимбилдингов.

Что касается деловых мероприятий: роскошный Thuraya Ballroom общей вместимостью до 1 400 человек «театром» можно разделить на пять аудиторий от 80 до 490 участников. Порадовали восемь переговорных с дневным светом и видом на море. Также впечатляют открытые площадки для проведения кофе-брейков и фуршетов.



«Изюминка». Отель работает по системе «все включено». Три из восьми ресторанов и баров готовы принять ваши группы в этом формате. Наш обед проходил в ресторане Rosso, и итальянский шеф-повар словно перенес нас на берега Апеннинского полуострова.

THE GULF HOTEL BAHRAIN 5*. Этот отель — исторический. Причем в буквальном смысле слова. Он расположен в столице Манаме, и именно с него в 1969 году началась история отельного гостеприимства в Бахрейне. Но пусть возраст вас не пугает! Благодаря регулярным реновациям отель сумел богатому восточному стилю придать современный лоск. На территории, посреди ландшафтного тропического сада, находится бассейн в виде лагуны.

Особенно впечатляют возможности масштабного Gulf Convention Centre. Это технически оснащенные 33 аудитории на пространстве 4 780 м², которые позволяют обеспечить любой формат делового или развлекательного мероприятия: от бизнес-встречи для двух человек до форума на 2 200 участников.

«Изюминка». Отель предлагает 10 ресторанов, четыре кафе, три бара. Часть из них также работают по системе «все включено». The Gulf Hotel Bahrain 5* расположен в центре столицы,

вокруг него прогулочная зона, можно пешком дойти до главной достопримечательности — Большой мечети.

THE ROYAL SARAY BAHRAIN 5*. Отель возвышается над заливом как «королевский дворец». Повсюду поражают роскошь и размах. Изысканный дизайн. Качество приема — исключительное. По территории нужно перемещаться на багах. Мы познакомились с различными категориями номеров и с виллами, включая огромные «королевские» (два этажа, на три и четыре спальни), которые можно использовать для частных мероприятий. Очень понравился новый комплекс более камерных вилл, в которых можно автономно расселить всю группу. Мы осмотрели их буквально накануне открытия.

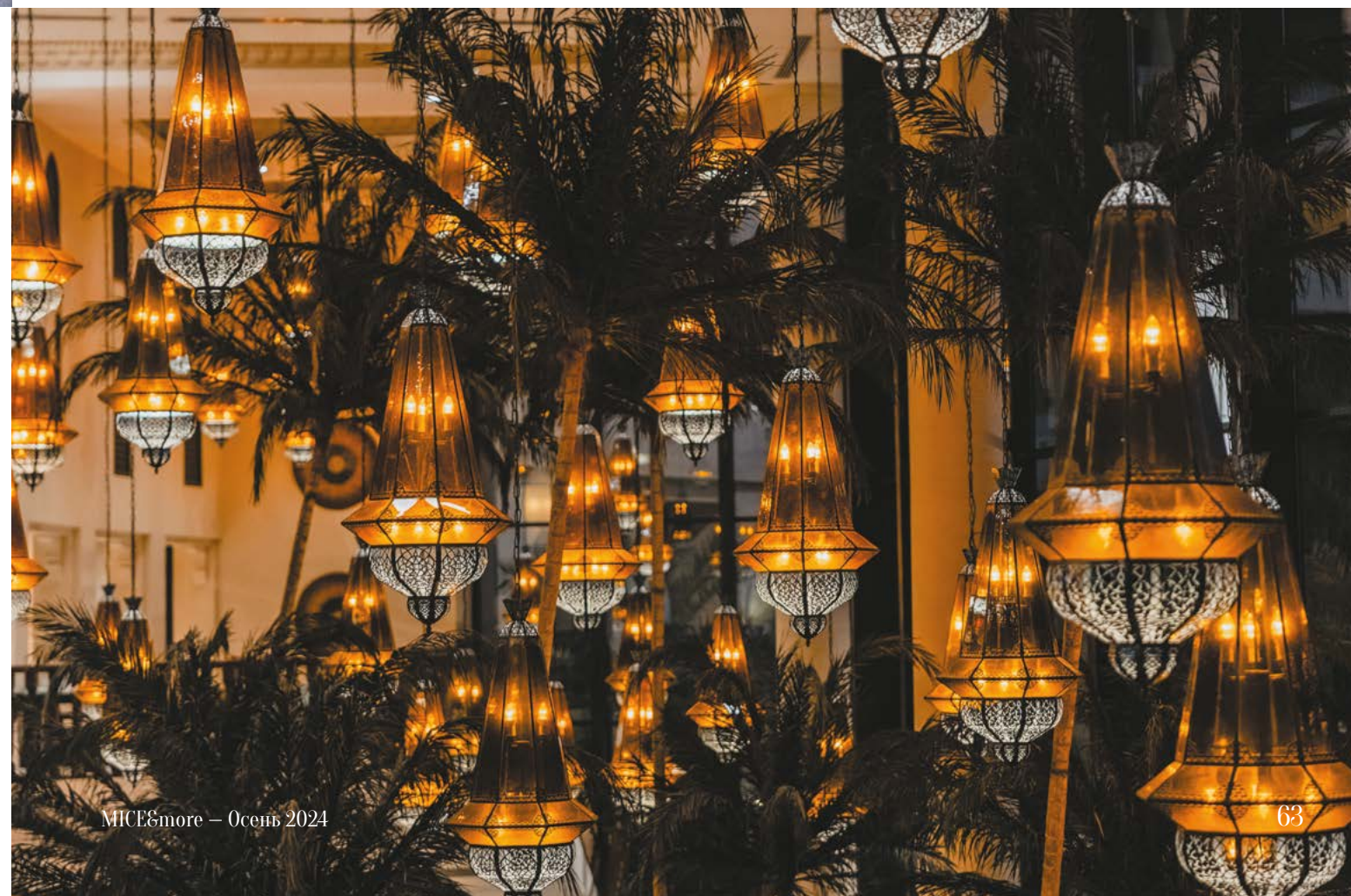
«Изюминка». Центр притяжения гостей отеля — живописный открытый бассейн, окруженный по периметру стильными кондиционированными домиками (кабанами) для отдыха в жаркие дни. В кабанах есть туалеты, душевая комната и комната для переодевания, а главное — просторная прохладная гостиная, в которой приятно посидеть с компанией. Здесь прошел наш ланч.

THE SOFITEL ZALLAQ THALASSA SEA & SPA 5*. Если вы цените марокканский (ориентал) стиль и высокий уровень комфор-

та, если вы хотите провести несколько дней на пляже, но при этом не быть оторванными от цивилизации, вам сюда. Отель расположен на первой береговой линии рядом с небольшим парком и курортной городской зоной. Французское выражение art de vivre (искусство жить) — это об отеле The Sofitel Zallaq Thalassa Sea & Spa 5*. Обсуждая его достоинства внутри нашей группы, мы пришли к выводу, что он идеально подходит для многих корпоративных заказчиков из России. Рекомендуем! Отдельной строкой отметим наш ужин в греческом ресторане Yataz, который сопровождался специальной концертной программой, в которой даже мы немного приняли участие, станцевав сиртаки. Подача блюд была креативной, как в ресторанах мишленовской кухни.

«Изюминка». Отсюда ближе всего добраться до трассы Формулы-1 и до гольф полей.

THE JUMEIRAH GULF OF BAHRAIN 5*. Наша любовь на самой южной точке острова. Один из лучших пляжей, которые мы когда-либо встречали. Длинная береговая линия. Белый плотный песок. Чистейшая прозрачная вода. Широкая акватория. А, главное, безупречный сервис на берегу: термосумки с водой и льдом, солнцезащитный крем, зарядные устройства, кнопка для вызова персонала и заказа еды. Так же оборудованы



и пространства вокруг многочисленных бассейнов, из которых особенно впечатляет инфинити.

Два роскошных ballroom — Ulfa до 300 гостей и Wafaa до 100 гостей. Три переговорные комнаты с высокими потолками и видом на море. Элегантная комната для эксклюзивных встреч VIP Majlis.

«Изюминка». Я бы отметила множество инстаграмных локаций внутри отеля и на его территории. Также восклицательный знак надо поставить рядом с ресторанами — здесь у нас был самый вкусный ужин с местными специалитетами!

THE FOUR SEASONS BAHRAIN BAY 5*. Первое место в нашем рейтинге. Отель, который на всех участников нашей поездки произвел самое яркое впечатление. Современный, дизайнерский, наполненный арт-объектами. В самом оригинальном здании Манама на насыпном острове, с собственным пляжем, с длинным прохладным бассейном, из которого открывается вид на главные небоскребы города, с бассейном, спрятанном в зеленом саду, где комфортно даже в самый жаркий день,



с исключительным спа, в сердце которого тоже длинный бассейн (но закрытый).

Два ballroom (залы-трансформеры) предназначены для самых красивых мероприятий. Конференц-возможности представлены на самом высоком уровне, в том числе, и в буквальном смысле: наиболее эффектные залы размещены на 50-ом и 51-ом этажах (Sky Bridge) и дают потрясающий обзор. Есть открытые площадки. Наш приветственный ужин прошел в отдельном совершенно новом ресторане ливанской кухни Byblos.

«Изюминка». Не будет преувеличением сказать, что это самый знаковый отель Бахрейна.

И НЕМНОГО О ПРОГРАММЕ

Как вы уже прочитали, помимо отелей у нас было два пункта в программе: это посещение Формулы-1 и Royal Golf Club. Именно в Бахрейне проходит ежегодный старт Формулы-1. У вас есть различные варианты для ее посещения — все зависит от уровня бюджета. Хотя, в целом, ценовые предложения выгодно отличаются от аналогичных в Эмиратах. Но в другие периоды вы можете включать Формулу-1 в программу своих поездок: здесь можно посетить с экскурсией стадион и фирменный магазин атрибутики, провести собственное мероприятие в одном из шатров, прокатиться на картинге по точной копии трассы Сахир (только в уменьшенном виде), что мы и сделали. Зато теперь можем сказать фразу: «Я был пилотом Формулы-1», почему нет?..

Royal Golf Club предлагает не только уроки по игре в гольф, но и обеды / ужины для групп отличного качества в приятной обстановке с видом на поля. Мы оценили и подтверждаем: стоит заказать! Только не ошибитесь с количеством блюд, так как порции здесь огромные.

Бахрейн меняется на глазах. В туризм идут большие инвестиции. Уверены, что в самой ближайшей перспективе Бахрейн станет востребованным направлением для корпорантов. Это отличный вариант для того, чтобы разнообразить выбор проведения ваших корпоративных мероприятий.

VISIT BAHRAIN DMC ТАКЖЕ ПРЕДЛАГАЕТ:

Городские city-туры и туры по пустыне (в более комфортное время года), посещение объектов ЮНЕСКО (старого города Мухаррак, Бахрейнского жемчужного пути, фортов и курганов, гончарных мастерских), увлекательный день в аквапарке Lost Paradise, верховую езду на арабских скакунах, рыбалку в водах Арабского залива и морское путешествие на исчезающий остров Джарада.



VISIT BAHRAIN DMC: КУРС НА MICE

МАРИНА КАРАСЁВА, MICE&MORE. Господин Али, познакомьте нас с историей компании, ее настоящим и планами на будущее.

АЛИ АМРАЛА, CEO VISIT BAHRAIN DMC. Мы основали DMC Visit Bahrain в 2015 году, и основной целью компании, с самого начала, было расширение туристического рынка страны по самым разным направлениям. Прежде всего мы ориентировались на потребности людей, которые к нам приезжали. Самое любопытное, что первым иностранным рынком, который мы открыли для себя, была Россия! Изначально это произошло благодаря удобным прямым рейсам между нашими странами, но сейчас мы, можно сказать, благодарны судьбе за то, что она подсказала нам развитие в этом направлении.

Россия — идеальный рынок для Бахрейна, открытый, отзывчивый. В данный момент мы работаем и с рядовыми туристами, и с MICE-группами, и с VIP-клиентами (например, предлагаем им аренду вилл).

Ключевые владения Visit Bahrain — это The Grove Hotel & Conference Centre 5* и пляжный клуб при нем Solymer Beach Club. Вы, наверное, слышали, что его называют одним из лучших в Бахрейне. Это не преувеличение, вы имели возмож-

ность отдохнуть там и днем, и вечером. Он оформлен в стиле средиземноморской Греции и пользуется невероятным спросом, особенно когда мы привозим модных исполнителей для вечерней программы.

На данный момент строится еще один отель и еще один пляжный клуб. В перспективе мы хотим иметь пять отелей на пляжной линии. Один из них задуман с фокусом на русскоязычную аудиторию. Сделать это планируется в течение ближайших двух лет. Нас в принципе интересует все, что связано со словом «гостеприимство»: рестораны, площадки для мероприятий, активности. Мы плотно сотрудничаем с масс-медиа на предмет продвижения.

Я могу уверенно сказать: на данный момент мы одна из самых крупных и влиятельных туристических компаний в Бахрейне, причем постоянно расширяющая охват. Работаем не только с Россией, но и с Германией, Великобританией, Словакией, Чехией. Также мы занимаемся чартерными полетами. Однако главный профиль туризма для Visit Bahrain в настоящее время — это, конечно же, MICE.

МАРИНА КАРАСЁВА. Назовите ТОП-5 причин, почему надо выбрать Бахрейн как MICE-направление.

АЛИ АМРАЛА. Во-первых, расположение. Мы находимся на пересечении очень многих авиамаршрутов с удобными стыковками. Во-вторых, разнообразие отелей и конференц-услуг, которые мы можем предложить как для небольших групп, так и для самых масштабных проектов. Тут я обязательно должен упомянуть наш новый Bahrain International Exhibition & Convention Centre, который может вместить мероприятие для 5 000 участников и принять до 30 000 посетителей. В-третьих, культура нашей страны, бахрейнские традиции гостеприимства. Они заметны на любом уровне, начиная от водителя такси. В-четвертых, доступные цены. В-пятых, интересный выбор площадок. Сфера MICE постоянно меняется, например, сейчас в тренде делать ивенты на открытом воздухе или перемещаться из закрытых помещений на открытые пространства по ходу мероприятия. Мы можем предложить массу вариантов для таких решений.

Я могу назвать и больше пяти причин. Например, наше ориентирование на международный уровень (в том числе, имею в виду употребление и продажу алкоголя). Наличие опции all inclusive.

МАРИНА КАРАСЁВА. А какое ваше любимое место в Бахрейне?

АЛИ АМРАЛА. «Баб-аль-Бахрейн» — главный рынок не только Манама, но и всей страны. Я родился и вырос в этом районе. И я очень люблю туда возвращаться.

BEST RUSSIA В ПЯТЫЙ РАЗ СОБИРАЕТ ПРОФЕССИОНАЛОВ

Выставка отечественного премиального туризма BEST RUSSIA сезона осень / зима 2024 состоится 11 октября в Москве, в отеле «Сафмар Аврора Люкс». Посещение выставки доступно только профессиональным покупателям по предварительной регистрации на сайте проекта www.bestrussia.org. Также есть возможность выбрать формат участия в выставке качестве экспонента. Свое участие уже подтвердили лидеры отрасли и прекрасно зарекомендовавшие себя поставщики туристических услуг из разных регионов России. Делимся мнением тех экспонентов, кто участвует в выставке регулярно, и тех, кто решил выступить впервые.



ЮЛИЯ ВОЛКОВА, ДИРЕКТОР ПО ПРОДАЖАМ, HOTEL ASTORIA ST. PETERSBURG: «Первые впечатления о выставке появились еще на этапе обсуждения нашего участия, в момент регистрации. Это прекрасный опыт: мы получали большую поддержку, организаторы всегда были на связи. А непосредственно на площадке все было позитивно, энергично, активно. Очень важно участвовать в отраслевых выставках особенно в сегменте люкс. Много запросов приходит не напрямую, а именно через сегмент b2b. Всегда появляются новые игроки на рынке, хочется с ними знакомиться. И, конечно, важно быть в курсе предложений конкурентов. Под лежащий камень вода не течет».

ДАРЬЯ АФАНАСЬЕВА, ВЛАДЕЛЕЦ ОТЕЛЯ-УСАДЬБЫ «ВРЕМЕНА ГОДА» В ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ: «Мне импонирует сама структура выставки BEST RUSSIA. Расписанные заранее регламентированные встречи структурируют мероприятие. У нас, у представителей отелей, есть прямой контакт с представителями консердж-сервисов, организаторов туров, а это точное попадание в нашу целевую аудиторию. Очень радует отсутствие случайных посетителей. Поэтому у нас есть четкое понимание результата уже сейчас».

МАРИЯ КОЛОТОВА, ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА «ДОМ ДЛЯ ЛОСОСЯ» (ТУРОПЕРАТОР ПО ПРЕМИАЛЬНОЙ РЫБАЛКЕ), МУРМАНСКАЯ ОБЛАСТЬ: «Мы участвовали во всех выставках BEST RUSSIA с самого начала и не устаем благодарить организаторов за эту возможность! После каждого мероприятия у нас огромное количество новых знакомств и контактов! Все организовано так удобно и это здорово!»

ЕЛЕНА ВАЗЮЛИНА, ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА МЕЖДУНАРОДНОЙ ТРАНСПОРТНОЙ КОМПАНИИ Z BROTHERS, ЭКСПОНЕНТ: «Более пяти лет мы знакомы лично с основателями данного проекта и доверяем их опыту в премиальном сегменте туризма, а также качеству подхода к выбору участников данного мероприятия, как заказчиков, так и партнеров. От самого мероприятия мы ожидаем расширения клиентской базы, а также заключения новых контрактов и получения новых запросов по всему миру».

ВИКТОРИЯ ЕГОРОВА, РУКОВОДИТЕЛЬ НАПРАВЛЕНИЯ ПО РАЗВИТИЮ И ПРОДАЖАМ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ ЗАГОРОДНОГО КЛУБА VALDAY HUNTING & COUNTRY CLUB: «Мы являемся участниками крупных профильных выставок и форумов,



но в этом году решили для себя попробовать несколько иной формат профессионального мероприятия и возлагаем на него большие надежды, так как данное мероприятие предполагает посещение только профессионалов туристической сферы, а также есть возможность планировать свой график заранее и встретиться только с заинтересованными партнерами, что может сэкономить массу времени и, надеемся, принесет результат».

ВИКТОРИЯ МЕЛЬНИЧЕНКО, РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА ПРОДАЖ TRAVEL EXPERIENCE RUSSLAND: «Мы были гостями-визитерами на весенней выставке BEST RUSSIA. Нас очень впечатлило деловое сообщество, возможность потенциальных знакомств и контактов. Теперь мы участники осенней выставки BEST RUSSIA. Ждем новых знакомств и бизнес-контактов».

МАРИНА КАРАСЁВА, МЕДИАДИРЕКТОР MICE&MORE: «Мы неоднократно писали о выставке BEST RUSSIA, брали интервью у ее создателей, но, воистину, нужно один раз побывать, чем 10 раз услышать. Весенняя выставка настолько впечатлила своей четкой организацией, конкретикой отбора и полезностью, что сразу настроила на осеннее продолжение. Как ивентор, я хочу отметить высокий (если не сказать образцовый) уровень подготовки и реализации события. Премиальность,

реально, ощущалась во всем, в каждой детали. Ждем новой встречи и будем работать на ней вместе с новым осенним номером!»

Выставка BEST RUSSIA обещает быть по-осеннему яркой и пройдет уже в пятый раз, собирая профессионалов туризма, которым интересны возможности VIP-отдыха в России. Среди экспонентов этого сезона участники из более 30 регионов России.

Событие уже стало знаковым для рынка премиального туризма, так как на выставке презентуются новые направления и лучшие объекты России.



По вопросам участия в выставке обращаться в коммерческий отдел: ustyan@bestussia.org, Тел.: +7 (977) 302-66-55. www.bestrussia.org

ОТКРЫВАЯ ДАГЕСТАН ...

В весеннем номере MICE&more мы познакомили вас с The Locals DMC MICE&Leisure. Компания работает в концепции север-юг, и ее офисы, соответственно, располагаются на севере России (в Архангельске) и на юге страны (в Дагестане). Они «местные» и там, и там, поэтому специалисты не только досконально знают свои регионы, но и особенности работы с местными поставщиками, а также могут оперативно решить любой вопрос на месте. С Архангельской областью мы уже познакомились, пора узнать экспертное мнение о возможностях Дагестана. Конечно, с акцентом на MICE.

Дагестан, как направление для корпоративного туризма, начал набирать популярность года три назад, и процесс идет настолько стремительно, что для многих сейчас эта самая южная точка России находится в топовых списках. Если три года назад были сложности найти хороший отель, обеспечить качественный транспорт, лицензированного гида и другие услуги, то сейчас ситуация существенно изменилась в лучшую сторону.

Скорее всего, многим известно, что основные достопримечательности Дагестана — это красивые горы, Каспийское море и очень гостеприимные жители, старающиеся поделиться кусочком своей души, своей уникальной национальной культурой, ну и, конечно же, всех вкусно накормить.

Если вы едете в Дагестан с познавательной целью, обратите внимание на самые популярные локации региона.

Сулакский каньон — один из самых глубоких в мире и самый глубокий в Европе — удивляет бирюзовыми водами и впечатляющими панорамными видами. Бархан Сарыкум — самый большой бархан в Евразии и отличное место для красивой фотосессии на закате. И, конечно же, самый древний город России Дербент, который встречает гостей красочным шоу поющих фонтанов и отменной кухней.

Если же вы ищете нечто пока еще не столь очевидное для организатора мероприятий, откройте для себя Табасаран, который расположен на юге Дагестана.

Табасаран — это дагестанская Швейцария, то есть бескрайние луга с зеленой травкой и белыми овечками. Люди в Табасаране разговаривают на языке, занимающем второе место по сложности в мире. А самое главное, Табасаран — это не просто наслаждение для глаз, в этом регионе живут самые настоящие дагестанские ковровщицы, бережно передающие знания об искусстве ковроткачества из поколения в поколение. Во время посещения Табасарана вы получите уникальную возможность

побывать в гостях у мастериц, испечь хлеб в традиционной печи, погрузиться в секреты узоров на дагестанских коврах и попробовать себя в искусстве ковроткачества.

Впрочем, каждый район Дагестана таит в себе маленький секрет: кто-то гордится производством папах, в другом месте делают глиняных осликов и посуду, в третьем — красивейшую кайтагскую вышивку, четвертый знаменит серебряными изделиями.

Прикоснуться к культуре Дагестана и почувствовать себя хотя бы на день горцем, помогут профессионалы региона — наши коллеги из агентства по организации корпоративных мероприятий The Locals DMC, о которых мы написали выше. В этом году они отмечают четырехлетие работы в регионе и рады открыть для вас Дагестан, его самые душевные и живописные уголки, радуя клиентов высоким уровнем сервиса, а также вниманием ко всем деталям мероприятия и пожеланиям гостей.

РЕКОМЕНДАЦИИ THE LOCALS DMC MICE&LEISURE ДЛЯ ТЕХ, КТО ПЛАНИРУЕТ ПОЕЗДКУ В ДАГЕСТАН

#1 Перед поездкой постарайтесь внимательно изучить регион, чтобы иметь представление о логистике ваших перемещений. Дагестан — большой регион и топовые локации расположены на достаточно больших расстояниях друг от друга. Мы понимаем ваше желание показать гостям сразу все, но совершить утром trekking на Гамстуль, в обед заскочить на Сулакский каньон, а поужинать вечером в Дербенте будет довольно проблематично.

#2 В настоящий момент в регионе есть выбор отелей и транспорта, но все же Дагестан не может соревноваться по количеству мест в отелях и транспортному парку с такими городами как Москва, Санкт-Петербург или Сочи. Поэтому мы рекомендуем планировать поездку (особенно для большой группы) заранее. Это также поможет вам получить наиболее выгодные тарифы на авиаперелеты.

#3 Комфортный размер группы для поездки в Дагестан от 10 до 80 человек. Если количество ваших гостей от 80 до 100, то для посещения некоторых локаций, группу придется разделять. Самое большое количество гостей, которое агентство The Locals DMC принимало в Дагестане, 250.

#4 Лучшее время для поездки в Дагестан? Любое удобное для вас! Весной цветут маки и персики, лето — отличное время для того, чтобы провести время на море, осенью — время сбора хурмы, инжира и винограда, зимой в горах можно попробовать свежие мясные колбаски, насладиться чистейшим горным воздухом или погреться на солнышке в Южном Дагестане.



ОТЗЫВ ОСНОВАТЕЛЯ MICE&MORE ЛИНЫ МОСКВИНОЙ:

Знакомство с Дагестаном давно было обозначено в моих планах. Но для осуществления такой поездки я тщательно выбирала партнера, в котором была бы уверена. Для меня важно, чтобы концепция путешествия произвела максимальное впечатление, чтобы я смогла увидеть именно те места, которые заслуживают особого внимания. И вот свершилось, я побывала в Дагестане и отдельно хочу отметить, что программа и ее реализация восхитили меня верхом профессионализма. Программа была очень эргономичная, последовательная, комфортная, все время шла на повышение эмоционального градуса и включала в себя все составляющие: культурную, гастрономическую, природную, этническую. То есть в ней удалось собрать все богатство Дагестана, я смогла не только увидеть, но и почувствовать регион и уехать с приятным послевкусием и сильнейшим желанием вернуться. Поэтому я искренне рекомендую компанию The Locals DMC для любых форматов путешествий в Дагестан, я на 100% уверена в их профессиональных качествах.



The Locals DMC MICE&Leisure
Гуля Сулейманова, тел.: +7 (910) 458 1731
Юлия Фернандес Ривера, тел.: +7 (985) 152 0592
www.thelocalsdmc.ru

ОТЕЛЬ КАК ART-ПРОСТРАНСТВО

В ДНК некоторых отелей прописана ART-составляющая. PENTAHOTEL Moscow на Новом Арбате близок к такому концепту. Искусство в этих стенах «прописалось» сразу на стадии открытия в 2018 году и в дальнейшем только укрепляет свои позиции. Много уже состоялось, многое в планах. Команда MICE&more использует гострбар в этом отеле как свой офис, поэтому мы всегда в курсе отельных событий, в том числе, связанных с искусством, и с удовольствием делимся этой информацией, когда есть повод.

Первым художником, с которого началась арт-история отеля, был супермодный Николай Кошелев, для которого Penta стала «домом» на время подготовки к открытию первой персональной выставки в Третьяковской галерее. История получила красивое развитие благодаря постоянному сотрудничеству отеля с галереей ART&BRUT, совместно с которой отель запустил проект арт-резиденций. Его концепция состоит в том, что молодые современные художники со всей России живут и творят в отеле, пополняя его собственную коллекцию.

.....
Проект ART&BRUT — галерея современного искусства, сочетающего высочайшее качество и разумные цены. Здесь не спорят о вкусах, а просто верят в талант, вдохновение и труд. Собирая материал для статьи, мы встретились с одной из основательниц галереи Катей Нечаевой. С удивлением узнали, что BRUT — это не только шампанское, но и направление в искусстве, означающее «необработанное», «неограниченное». Созданию галереи предшествовал большой опыт работы Кати и ее партнера в дизайне интерьеров, поэтому сотрудничество с отелем представляется очень интересным. Тренд формирования собственных коллекций современного искусства изначально задали крупные банки, спустя какое-то время к нему присоединились гостиничные сети. PENTAHOTEL Moscow не единственный отель, который коллекционирует работы художников, но это редкий для России пример коллаборации, когда есть и формат резиденции, и формат открытых выставок.
.....

Также PENTAHOTEL Moscow с интересом откликнулся на стратегическое сотрудничество с «Винзаводом»: во время биеннале уличного искусства в Москву приехало много участников из разных городов и стран, они останавливались в этом отеле, работали здесь, общались друг с другом, делали посты в соцсетях. Так была заложена основа для резиденций художников. Уезжая, они оставляли в подарок отелю одну из созданных в его стенах работ. Благодаря такому опыту была заложена собственная отельная коллекция произведений искусства.

В ноябре 2023 года в PENTAHOTEL Moscow, в честь пятилетия, по инициативе куратора Петра Иванова была открыта выставка загадочной питерской художницы ZOIKA, которая создает свои орнаментальные полотна из заголовков и надписей. Эти странные работы заменили на время часть постоянной экспозиции и своим присутствием креативно повлияли на при-



вычное пространство. Выставка пользовалась таким большим успехом, что стало ясно: «Пента в авангарде!»

Этот творческий подъем вызвал желание продолжать без пауз. В настоящее время отель украшают работы художника-абстракциониста Ивана Глазкова. Выставка создана вместе с галереей ART&Brut и к декабрю готовится новая.

ART ДЛЯ MICE

Влюбленные в свое дело менеджеры PENTAHOTEL Moscow — руководитель PR службы Саша Гончарова и директор по продажам и маркетингу Ольга Рыжковская — постоянно работают над развитием арт-направления в жизни отеля. В данный момент навигацию по арт-проектам дают сотрудники фронт-офиса, информацию также можно считывать по QR-кодам в холле и в номерах. В перспективе есть оригинальные идеи о дополнении службы guest relations функциями арт-консьержа, который будет давать информацию по современному искусству в Москве.

Уже сейчас отель организует ART-завтраки для небольших групп корпоративных клиентов, и этот камерный формат хорошо себя зарекомендовал.

PENTAHOTEL Moscow ценит инновационную составляющую. В 2024-ом году здесь создан ART-MICE-Клуб. Его встречи расписаны на три месяца вперед. Группы корпоративных клиентов, приглашенные от PENTAHOTEL Moscow, вместе с кураторами выставок или гидами будут посещать музеи и выставки за пределами отеля. В планах обозначены «ГЭС-2», «Винзавод», «Гараж», МАММ и другие локации.

.....
Если читатели MICE&more заинтересованы в таком необычном и познавательном досуге, если среди вас есть любители современного искусства или вам хочется в нем разобраться, присылайте заявку в PENTAHOTEL Moscow на специальное мероприятие.



г. Москва, улица Новый Арбат, 15
reservations.moscow@pentahotels.com
sales.moscow@pentahotels.com
Отдел бронирования: +7 (495) 787-44-33
Гострбар: +7 (903) 614-15-13
www.pentamoscow.ru

«ГАММА» И «ДЕЛЬТА» В ИЗМАЙЛОВО: РЕДИЗАЙН В КОСМИЧЕСКОМ СТИЛЕ

Корпуса «Гамма» и «Дельта» туристского гостиничного комплекса «Измайлово» были открыты к Олимпиаде 1980 года и принимали как гостей, так и участников спортивных игр. В этом году исполнилось ровно 50 лет, как началось их проектирование. Сегодня гостиничные комплексы «Измайлово» являются одними из крупнейших в мире. Отели предлагают широкий спектр услуг для туристов: конгресс-залы для проведения деловых мероприятий, рестораны и бары с разнообразным меню, спа-комплекс, фитнес-зал для полноценного отдыха и многое другое.



Бизнес- и конференц-отель Измайлово «Дельта» 4* известен как один из крупнейших четырехзвездочных отелей в Евразии. В нем более 1 000 номеров от категории «стандарт» до категории «люкс».

Бизнес- и конференц-отель Измайлово «Гамма» 3* признан одним из крупнейших в Евразии трехзвездочным отелем с общим номерным фондом в 1 046 номеров от класса «стандарт» до класса «люкс».

Для проведения масштабных мероприятий и деловых встреч отели «Гамма» и «Дельта» предлагают свои конгресс-услуги. Это 19 многофункциональных кондиционированных конференц-залов вместимостью от 20 до 500 мест. Все залы выполнены в лаконичных тонах и оснащены по последнему слову техники — от кондиционеров и аудиовизуального оборудования до современных мультимедийных систем с бесплатным доступом wi-fi и выделенной линией интернета. Есть просторная welcome-зона с вместительным гардеробом и отдельные зоны для кофе-брейков, где участники мероприятий могут вкусно перекусить и пообщаться в неформальной обстановке.

РЕДИЗАЙН КОНГРЕСС-ПРОСТРАНСТВ

В рамках начавшейся реновации конференц-залов отелей «Гамма» и «Дельта» будет реализована идея о редизайне конгресс-пространств в современном стиле. Также предстоит смена названий конференц-залов в честь планет Солнечной системы, что будет отражаться в атмосфере самого пространства.

В ходе воплощения этой идеи команда отеля хочет создать место вдохновения, связывая залы с астрономическими объектами, которые ассоциируются с исследованием и стремлением к новым достижениям. Это особенно подчеркивает масштаб и важность мероприятий, проводимых в таких залах.

Концепция «Выхода в космос» поможет создать нужный заряд для вашей команды, чтобы вы смогли покорять новые высоты!

Ресторанные возможности комплекса представлены более чем 10 ресторанами с различными национальными кухнями,



предлагающими своим гостям высокий уровень обслуживания, а также круглосуточной службой room-service. Основные рестораны — «Московский» и «Михаил Светлов» — расположены на втором этаже общего холла отелей «Гамма» и «Дельта», здесь предлагают гостям завтраки, обеды и ужины по системе «шведский стол».

РЕСТОРАН «МИХАИЛ СВЕТЛОВ» — красивое место для проведения значимых мероприятий и банкетов: свадеб, корпоративов, именин. Вместительный зал площадью 629 м² готов принять до 440 человек. Светлый интерьер ресторана, украшенный стильными деталями, создает особую праздничную атмосферу. Гости оценят высокое качество блюд европейской и русской кухни, приготовленных опытными шеф-поварами, а команда профессионалов с удовольствием поможет в организации незабываемого праздника. Банкетное меню порадует самых искушенных гостей.

РЕСТОРАН «МОСКОВСКИЙ» — это уютное заведение, которое предлагает своим гостям широкий выбор блюд русской и европейской кухни. Ресторан отличается элегантным интерьером, создающим атмосферу комфорта. Это пространство подходит для проведения мероприятий разных форматов. Опытная клиентоориентированная команда с большим удовольствием организует торжество в соответствии с требованиями заказчика. Вместимость зала с банкетной рассадкой до 200 человек.



Дизайн-проект новых залов



Телефон: +7 (495) 737-70-46
Телефон/факс: +7 (495) 737-71-23
E-mail: sale@izmailovo.ru
www.izmailovo.ru

«СЛОЕНЫЙ ПИРОГ» ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ

День Когалыма в Москве мы делали вместе с Дмитрием Ануровым и его компанией STEP production. Дмитрий — известный человек в ивенте. Многие обращаются к нему с заказами, но не только... У него большой опыт и свой взгляд на нашу индустрию, поэтому коллеги часто интересуются его экспертным мнением.

Компания STEP production выполняет разные виды работ. В том числе, делает мероприятия «под ключ». В рамках Дня Когалыма в Москве Дмитрий обеспечил оформление и техническую поддержку, однако тему для статьи мы выбрали шире — попросили Дмитрия Анурова рассказать о форматах, которые сейчас наиболее востребованы. Оказалось, речь пойдет об ивентах, повышающих лояльность сотрудников и партнеров.

Сегодня многие компании уделяют внимание заботе о сотрудниках и их семьях. Организация семейных праздников, Дней открытых дверей для детей сотрудников или тематические подарки к различным праздникам повышают лояльность коллектива, помогают продемонстрировать заботу о каждом сотруднике и членах его семьи, и в итоге усиливают мотивацию персонала. А что же означают эти события и акции для нас, для организаторов?

За последние годы компания STEP production неоднократно организовывала для различных компаний мероприятия подобного рода, у каждого из них есть свои особенности, на них я бы и хотел остановиться.

FAMILY DAY

При создании креативной концепции корпоративного Дня семьи важно учесть потребности и желания всех возрастных групп гостей. Это наиболее сложный и при этом наиболее интересный момент. Мы должны, объединив участников общей идеей, предложить им такие развлечения или интерактивы, которые будут доступны, понятны и интересны именно их возрасту, при этом часть заданий надо продумать так, чтобы взрослые и дети выполняли их вместе, особенно консолидирующие, финальные.

Некоторые компании предпочитают более активные, составительные форматы, кому-то ближе диджитал-развлечения, а кто-то получает удовольствие от неспешной беседы с коллегами, пока дети развлекаются в фестивальном формате с аттракционами, мастер-классами, музыкой и стрит-фудом. Главное, четко продумать навигацию, обязательно ввести награды и поощрительные призы, предложить эффектные фотозоны с брендингом и придумать оригинальные активности (как всерьез, так и с юмором).

Несмотря на разнообразие форм проведения Дня семьи, очень важно найти возможность в доступной форме донести до всех участников — и сотрудников, и членов их семей — основные ценности компании. А высший пилотаж — это не просто объявить о ценностях, как о неких лозунгах, но и вписать их в концепцию праздника так, чтобы это не выглядело

как некие менторские наставления или занудная риторика. Все же праздник — это прежде всего праздник, и пусть то, что хотят донести до своих сотрудников HR-ы и маркетологи, станет одним из слоев нашего «пирога», о котором мы говорили в названии статьи.

Но для того, чтобы праздник оставил у гостей только позитивные эмоции и желание посетить его еще и еще раз, необходимо четкое планирование мероприятия, обязательное снятие потребностей заказчика, чтобы не обмануть его ожидания, грамотное управление потоками гостей и постоянное поддержание атмосферы праздника (в этот день позитивные эмоции царят повсюду).

Family day может быть как indoors, так и outdoors. Опыт подсказывает, что для сплочения коллектива наиболее эффективны выездные форматы и масштабные площадки, которые дают возможность сделать разнообразное зонирование, позволяющее развлечь и активных гостей, и тех, кто предпочитает более спокойный отдых. Наиболее подходят для этих целей спортивные стадионы, загородные отели или парки. При этом логистика не должна быть сложной, а трансферы долгими.

Сегодня у всех нас есть прекрасная перспектива — один из самых любимых праздников, который ждут и дети, и взрослые — Новый год. Исходя из нашего опыта, сотрудники, у которых есть дети, радуются формату Family Day в рамках новогоднего праздника даже больше, чем стандартному новогоднему корпоративу, ведь почувствовать себя ребенком, ждущим чуда от Деда Мороза, втайне хочет каждый. И наша задача — помочь волшебнику это чудо сотворить. Особенно нравятся нашим заказчикам специально написанные под их компанию (или адаптированные) сценарии, в которых сказка переплетается с реалиями их жизни, которые они узнают, и это добавляет празднику радости и веселья.

Делать мероприятия для сотрудников и их семей сложно, но очень интересно. Это похоже на фестиваль, только для конкретного заказчика. Незнакомые друг с другом люди объединяются общей атмосферой, общими идеями и общим действием, начинают действительно чувствовать себя большой семьей. И в этой семье есть дети — самый суровый зритель и критик. Дети не выносят фальши и неискренности. Но они же и самый благодарный зритель. Их эмоции, их смех и горящие глаза заряжают нас энергией на следующие проекты, а их родителям дают лишний повод гордиться своей работой.

ДОД (ДЕНЬ ОТКРЫТЫХ ДВЕРЕЙ) В ОФИСЕ ИЛИ НА ПРОИЗВОДСТВЕ

Вы используете термин ДОД в своей работе? Мы — да. Это еще один популярный формат, позволяющий наглядно познакомиться членов семьи с работой сотрудника. В отличие от Family day, который больше похож на корпоративный фестиваль, ДОД ближе к промышленному туризму. При планировании такого мероприятия важно понять, как выйти на единый язык общения профессионалов своего дела и детей разных возрастов. Нужно придумать, как простым доступным языком объяснить суть рабочих процессов, а также понять, как их геймифицировать. Зачастую это тоже очень непростая задача, но если получается найти эффектные и эффективные способы ее решения, то восторг абсолютный — и у заказчиков, и у самих организаторов. При подготовке ДОД мы, как правило, работаем в тесной связке с HR-отделом, и они нас погружают в бизнес-процессы организации. Зачастую фильм, снятый по следам ДОД, хорошо работает в конкретных бизнес-целях — например, как игровая презентация офиса или производства.

ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПОДАРКИ

Праздник без подарков — это не совсем праздник, особенно если в нем участвуют дети. Вот уже несколько лет компания STEP production занимается разработкой и производством подарков для детей и семей сотрудников различных компаний к Новому году. Мы стараемся разрабатывать игры, игрушки и сувениры из дерева, так как этот материал вызывает приятные тактильные ощущения у детей. Для разных возрастов мы предлагаем разные варианты. От детских бизи-кубов для самых маленьких до настольных игр, в которые можно играть всей семьей.

Как говорит один мой знакомый режиссер: «То, что мы делаем, должно быть начинено смыслами, как слоеный пирог. Каждый участник проглотит столько слоев, сколько сможет. А кто-то, возможно, найдет слой, о котором мы и сами не подозревали. Главное, не делать плоский блин!»

www.step-production.ru
8 (903) 125 84 18 Дмитрий Ануров

«КОНЕЧНО, КОГАЛЫМ!»: ХРОНИКА ДНЯ КОГАЛЫМА В МОСКВЕ

Если в мае 2023-го мы задавали вопрос: «Когалым, а где это?», то год спустя можем себя назвать полноценными амбассадорами нового направления. Мы рады открывать для MICE-отрасли этот молодой современный город на Крайнем Севере и мечтаем о тех днях, когда запрос на мероприятие в Когалыме станет таким же привычным как, например, в Казани или Екатеринбурге.

ЛИНА МОСКВИНА, ОСНОВАТЕЛЬ MICE&MORE:

«У нас масштабная страна и проекты по развитию внутреннего туризма тоже должны быть масштабными. В формате KOGALYM&more мы не просто презентуем новое направление, а открываем цикл отраслевых мероприятий, направленных на развитие делового туризма внутри России. Быть первыми очень ответственно и волнительно. Мы хотим не только рассказать о Когалыме, но и получить обратную связь. Ваши вопросы, комментарии, рекомендации, идеи, запросы будут очень важны для направления. Партнеры сделали огромный шаг навстречу и приехали в Москву. Чтобы построить эффективное сотрудничество в рамках Дня Когалыма, мы создали уникальную и комфортную атмосферу мероприятия. Именно такой открытый диалог способствует развитию индустрии!»

Когалым приехал в Москву. Причем сделал это «с восклицательным знаком». На всех презентационных материалах бросалась в глаза яркая фраза: «Конечно, в Когалым!» Это было сделано стильно и с юмором. Особенно в ответ на вопрос: «В Дубаи? Или в Питер?» Незабываемое впечатление произвели огромные логотипы мероприятия над футбольным полем «Спартак» — именно они, наряду с дизайнерской фотозоной, стали центром притяжения для всех фотографий.

Туристский Информационный Центр (ТИЦ) не только предоставил подробные презентации и множество видеосюжетов. Прямо из заснеженного в конце мая Когалыма наши коллеги — директор Музейно-выставочного центра Ирина Мансурова

и представитель ТИЦ Екатерина Морозова — привезли артистов и разнообразные сувениры. Надо сказать, что танцевальная группа «Латераль» стала настоящим украшением ивента: девушки в стилизованных национальных костюмах буквально зашаманили весь зал. А гимн города, который задорно исполнили солисты вокальной студии «Созвучие», хотелось напевать еще несколько дней.

Новый отель Cosmos Smart Kogalym, о котором мы уже неоднократно рассказывали на сайте и в печатном журнале, в своем выступлении сделал акцент на гастрономической составляющей, поскольку наряду с Cosmos Collection Altay Resort 5* он является «гастролидером» 2023-го года в сети Cosmos Hotels. Это доказывает и участие отельного ресторана «У камелька» в проекте «География России» с участием именитых шеф-поваров нашей страны. Генеральный менеджер Даниил Смирнов — настоящий энтузиаст в продвижении своего объекта и Югры в целом. Почти два года он живет и работает в Когалыме и готов разрабатывать проекты «под ключ» на основе проживания в отеле с самой разнообразной деловой и развлекательной программой.

Вместе с Даниилом Смирновым в презентации Cosmos Smart Kogalym приняли участие директор департамента по продажам Cosmos Hotels Людмила Галактионова и шеф-повар отеля Нвер Арзумян, который угостил весь зал вкуснейшими рулетами из мяса лося и уникальной кашей «юрсил» (что в переводе с мансийского означает «дружба»). Все подробности торгово-развлекательного центра «Галактика» с презентацией и видеоматериалами представил генеральный директор Павел Любенин.

Промышленному туризму на Дне Когалыма была отведена специальная часть. В зале присутствовал заместитель генерального директора ООО «Лукойл-Западная Сибирь» Андрей Кабатов. С коротким словом об участии когалымского хранилища в проекте «Акселератор. Открытая промышленность» выступил генеральный директор MICE Market Сергей Рыжов.

В качестве призов были разыграны сертификаты на проживание в Cosmos Smart Kogalym Hotel и в отеле «Когалым» (приз лично вручил директор Анатолий Згонников), а также две роскошные бутылки игристого от алкогольного спонсора компании AST, которую представил менеджер по работе с корпоративными клиентами Евгений Врынчану.



В качестве партнеров события (звук, свет, экраны, оформление) выступила компания STEP production Дмитрия Анурова, которая с 2007 года занимается организацией корпоративных и государственных мероприятий.

Отдельных слов заслуживает место проведения — стадион «Лукойл Арена». Нам было концептуально важно выбрать площадку в Москве, связанную с Когалымом. И мы сделали это через участие «Лукойла». Всех гостей удивили возможности клуба-ресторана Platinum: современный стиль, яркий дизайн, новизна, интересное зонирование, отличный кейтеринг, хорошо обученный персонал и (wow-эффект!) лучший вид на футбольное поле с выходом на трибуны. Здесь можно проводить мероприятия самых разных форматов: от сугубо деловых конференций до гала-ужинов. Причем совместить свой корпоратив с посещением матча или с экскурсией по стадиону. Что мы и сделали: закончился День Когалыма подробным знакомством с музеем «Спартак».

В качестве ведущего и модератора Дня Когалыма выступила медиадиректор MICE&more Марина Карасёва, которая также посетила Югру и с тех пор неустанно промотирует это направление, поскольку видит в нем реальный потенциал для MICE.

**КОГАЛЫМ ЖДЕТ ТУРИСТОВ! А МЫ
УЖЕ ГОТОВИМ KOGALYM&MORE 2025.**

ИРИНА МАНСУРОВА, ДИРЕКТОР МУЗЕЙНО-ВЫСТАВОЧНОГО ЦЕНТРА КОГАЛЫМА

— Когалым — удивительное место на карте. Именно здесь утром вы можете ловить рыбу, знакомиться с бытом, традициями и обрядами народа ханты, а вечером смотреть спектакль на сцене филиала столичного Малого театра или гулять по оранжерее с тропическими растениями, выращенными в условиях Крайнего Севера. Я очень надеюсь, что многие из участников Дня Когалыма приедут к нам в Югру после того, что они узнали о регионе. Мы впечатлены масштабом мероприятия, которое вместе с MICE&more готовили больше месяца. Главное впечатление от него — это живое общение и большое количество контактов.



Подробная информация о Дне Когалыма 2024, обзор ознакомительных туров, отзывы участников и новости направления читайте на нашем сайте.



КОГАЛЫМ ДЛЯ MICE

Одним из ключевых моментов в сценарии Дня Когалыма в Москве стала панельная дискуссия с участием подписчиков MICE&more, побывавших летом 2023 года в Югре.

В панельной дискуссии приняли участие автор постоянной рубрики о безопасности мероприятий Ирина Боева, Community менеджер MICE&more Анастасия Медведева, представитель фармсектора Светлана Брескина и генеральный директор компании «Квалитэйдж» Кирилл Марченко. Все они поделились своими впечатлениями от знакомства с Когалымом и своим видением дальнейшего развития региона с точки зрения MICE. Модерировала процесс обсуждения главный редактор MICE&more Лина Москвина. Делимся с вами наиболее емкими тезисами из выступления Кирилла Марченко, который финализировал выводы коллег.

Кирилл Марченко, агентство «Квалитэйдж»: «Когалым — это новая возможность и отличное место для корпоративных мероприятий в России. Не будем голословными и проанализируем это направление с точки зрения трендов нашей индустрии.

За последние годы корпоративные мероприятия, а точнее, цикловые, квартальные совещания и, в широком смысле, мотивационные (инсентив) поездки претерпели изменения.

- » Заказчики стали обращать внимание не только на стоимость и логистику, но и на уникальность направления, на его комплексные возможности, на полезность поездки для развития команды (партнеров или сотрудников).
- » Мотивационная составляющая стала важным и неотъемлемым элементом мероприятий, стало важно предлагать именно новые места и интересные возможности для эмоционального развития.
- » Эмоциональный интеллект и витальность стали рабочими терминами современных лидеров бизнеса и менеджеров высокоэффективных команд.

Соответственно, необходимо закладывать эти условия в наши проекты и программы. На тендерных брифингах постоянно звучат вопросы: «Как вы можете нам поднять энергию команды?... Какие новые знания и навыки получают наши сотрудники?... Мы хотим получить больше ярких эмоций...» и так далее.

А теперь посмотрим, какими преимуществами обладает Когалым, чтобы ответить на эти запросы.

- » Когалым — это новое и уникальное место на карте корпоративных мероприятий России в зоне Крайнего Севера всего в трех часах лета от Москвы.
- » Здесь новизна направления сочетается с эмоциональной привлекательностью, что уже является залогом успеха.

- » Отель Cosmos Smart Kogalym предлагает размещение, согласно самым строгим корпоративным требованиям на уровне 4*.

Все участники нашей ознакомительной поездки в июле 2023-го года остались крайне довольны не только отличным сервисом и качеством отеля, но и высокой степенью готовности руководства отеля принимать группы и развивать внутренний туризм. Считаю, что для нас, как организаторов мероприятий, это самый важный (можно сказать, ключевой) фактор.

Когалым — это разнообразная программа. Поездка в тайгу на закрытую территорию компании «Лукойл», посещение семьи оленеводов на самом настоящем стойбище, мастер-класс по ловле рыбы и кормлению оленей, дегустация местных специалитетов, можно посетить лукойловский центр исследования керна, прекрасно оснащенный музей Когалыма, познакомиться там с историей региона. И все это в комфортных условиях делового отеля с прекрасной кухней. Идеально для формата небольшого «квартального совещания» на + / - 30 человек либо мотивационного семинара.

Питание в прекрасном ресторане отеля, где хорошо проработана кухня. Но не буду скрывать, что других достойных ресторанов с сопоставимым уровнем качества мы не видели. Слышали про ресторан «Старый Томас», где зал на 200 м², сцена и возможность организации «активного ужина», но его инспекции у нас не было. То есть разнообразие в питании на территории Когалыма для групп пока отметить не можем.

Конференц-возможности в Cosmos Smart Kogalym — это два современных и прекрасно оснащенных для мероприятий зала вместимостью до 90 человек. В них можно проводить как деловые мероприятия, так и банкеты.

ХОЧУ ВНЕСТИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО РАЗВИТИЮ НАПРАВЛЕНИЯ

Частый вопрос заказчиков корпоративных мероприятий: «А что еще мы там можем делать, какая будет наша программа в рамках задач проекта?» Я вижу этот так:

- » необходимо предлагать готовые программы и опции для разных интересов и потребностей заказчиков, а зачастую надо ориентироваться на интересы конкретных руководителей;
- » рекомендуемая программа на три-четыре дня для групп до 30-40 человек. Из этих четырех дней активная часть это один-два дня деловой программы, сам семинар и один день активной программы с поездкой к семье оленеводов и посещением кернохранилища;
- » хотелось бы больше опций для наших клиентов. Люди раз-

ные, интересы тоже разные и, соответственно, для качественной проработки программы нам просто необходимо предлагать выбор;

- » хотелось бы больше опций для разного статусного уровня и возраста заказчиков. Организация актуальных спортивных мероприятий, мастер-классов, «панда-парк или полоса препятствий», зиплайн, аренда квадроциклов, багги, вездеходов, организация рыбалки или охоты в тайге, спа, термальные источники и прочие организованные и готовые для посещения корпоративных групп спортивные, природные и культурные объекты позволят существенно разнообразить предложение и, как следствие, туристический и деловой поток в Когалым;
- » развитие эмоционального интеллекта и витальности сотрудников через новые знания, навыки, впечатления — актуальная повестка деловых мероприятий, и все это вполне возможно реализовать на территории Когалыма».

ИГОРЬ ЛЮТЕНКО, УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР АГЕНТСТВО «ШАРМОЛ»

— Нестерпимо захотелось в Когалым. Глаза расширились от удивления с выступлением каждого спикера. Что вам сказать, кроме подозреваемых вами этнографических ноток, ожидания северных красот и логичного выхода на промышленный туризм? В городе на Крайнем Севере с населением 60 000 человек есть Океанариум! В стране их всего около сотни, при этом возможность погружения есть только в двух — в Москве и в Когалыме. В заключение и в удивление: посмотрите в поисковике развлекательный центр «Галактика» (не спойлерю больше). Я уже посмотрел. Билет на самолет стоит ... 4 000 рублей в один конец. Кажется, я открыл прекрасное место, куда можно съездить на выходные. Иногда в Москву по пробкам — дольше.



Смирнов Даниил Валерьевич, генеральный менеджер Cosmos Smart Kogalym Hotel
тел.: +7 (910) 477-62-03
dvsmirnov@cosmosmart.ru
ул. Береговая, д. 101, ХМАО – Югра,
г. Когалым 628483
cosmoshotels.ru



Мансурова Ирина Ивановна, директор Музейно-выставочного центра и ТИЦ Когалыма
turizmkogalym@mail.ru
www.museumkogalym.ru



ДАНИИЛ СМЕРНОВ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖЕР COSMOS SMART KOGALYM

— На данном этапе город Когалым переживает этап становления туристического продукта. Этностойбище переедет в городскую черту, многие возможности кернохранилища станут доступны на филиале Пермского политехнического университета. Гостиница «Космос» готова стать не только местом размещения, но и проводником по неведомой и загадочной Югре. Впереди — открытие новых объектов, в том числе — возможно появление новых объектов под брендом Космос в ХМАО. Регион способен стать отдушиной для тех, кто устал от городской суеты и пробок — но не готов терять в комфорте и доступности окружающей среды. Мы готовы стать первым в регионе life-style отелем, способным не только организовывать проживание и мероприятия, но и досуг наших дорогих гостей.



ЛИНА МОСКВИНА, ОСНОВАТЕЛЬ MICE&MORE:

— Я часто сегодня слышу «Мы ищем новые впечатления и новые места в России для ярких впечатлений, делового мероприятия и особенного события!» Когалым — пример направления, которое за год сделало большой шаг навстречу этому запросу и сегодня достойно представляет очень многогранный туристический продукт. Для меня это не просто слова, а проверенная на личном опыте готовая программа, которую можно сразу взять в работу и реализовать в своих проектах. Здесь есть все, что ищет искушенный корпоративный заказчик — удобная логистика, комфортное размещение, сервис на уровне, разнообразные впечатления, этническая и культурная составляющая, пространства для мероприятий, гастрономия, а какие люди! А еще у вас есть уникальная возможность — первыми провести свое выездное мероприятие в Когалыме и войти в историю города!

«ПСБ ПАТРИОТ» ДЛЯ НЕЗАБЫВАЕМЫХ КАМЕРНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Отель «ПСБ Патриот» Cosmos Hotels 4* расположен на просторной территории парка «Патриот». Мы уже неоднократно рассказывали о широких MICE-возможностях этой современной и удобной площадки в 50 км от Москвы. В данной статье мы предлагаем нашим читателям информацию для проведения камерных мероприятий в роскошных и частных локациях отеля и обратим ваше внимание на разнообразные объекты — от аутентичных банных комплексов до крытой Ледовой арены, что делает «ПСБ Патриот» Cosmos Hotels замечательным местом для любого формата событий.

Для начала повторим информацию, что к услугам гостей отеля «ПСБ Патриот» Cosmos Hotels 248 уютных номеров различных категорий. Оформлены они в современном стиле. В каждом из них есть все необходимое для хорошего отдыха: кровати с ортопедическими матрасами, система зонального освещения, шторы «total black», чайная станция, мини-холодильник и душевая или ванная комната.

КОМФОРТНЫЕ КОТТЕДЖИ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНЫХ ВЫЕЗДНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Для расселения компаний до шести человек мы рекомендуем использовать отдельно стоящие коттеджи. Эти деревянные просторные дома (136 м²) в скандинавском экостиле позволяют и отдохнуть, и провести неформальные совещания в общей гостевой зоне, и сохранить приватность. К услугам гостей три спальни с отдельными санузлами и душевыми кабинами, гостиная с кухней и обеденной зоной, сауна с раздевалкой и душевой, а также уютная терраса с мебелью из ротанга и барбекю-зона.

В бронирование коттеджа включены: питание «шведская линия» на завтрак, отдых в спа-комплексе (посещение бассейна,

сауны, соляной комнаты, кардио-тренажеров), wi-fi, парковка, а также услуги для детей — игровая комната и анимация.

Если вы задумали выездную стратегическую сессию или брейнсторминг для лонча нового продукта, вы можете снять для вашей небольшой рабочей группы несколько коттеджей, и в этом импровизированном «мини-городке», в совершенно особенной атмосфере загородного пребывания, провести два-три невероятно эффективных дня.

БАННЫЕ КОМПЛЕКСЫ — МЕРОПРИЯТИЯ С АКЦЕНТОМ НА ЗОЖ

Как ни странно, особого внимания организаторов мероприятий заслуживают банные комплексы, в которых сочетаются традиции, комфорт и тренд на здоровый образ жизни.

Классические русские бани с панорамными окнами в зоне отдыха и верандами расположены на живописной территории около небольшого озера. Их отличительные характеристики: просторные парные и правильные купели, дизайнерский интерьер, комфортные комнаты отдыха, опытные банщики и авторские обряды парения, веники из различных пород деревьев и благоприятная фито-атмосфера. Любители хорошего пара однозначно оценят все достоинства этих банных домов.

Одноэтажный банный комплекс «Алтайский» (вместимость до 12 гостей, 188 м²). Выполнен из атмосферного сруба алтайского дуба, который создает особенно душевную и уютную атмосферу.

Двухэтажные банные комплексы «Кедровый» (до 15 гостей, 393 м²) и «Сибирский» (до 20 гостей, 477 м²) предоставляют обширные зоны отдыха и бильярдные на втором этаже. Также здесь есть отдельная комната с двумя массажными столами. Эти бани идеально подходят для небольших встреч и мероприятий в кругу близких.

Если вы задумали выездное мероприятие с размещением в отеле «ПСБ Патриот» Cosmos Hotels или в коттеджах, мы настоятельно рекомендуем использовать банные комплексы для восстанавливающего отдыха после насыщенной деловой программы. Это хороший вариант, если ваша группа небольшая (до 20 человек максимум), или для руководящего состава вашей большой группы. Также отметим, что банный комплекс можно

снять на один день без проживания в отеле — такой формат позволит объединить неформальное общение даже по рабочим вопросам и качественный отдых. Посещение банного комплекса можно комбинировать и с тимбилдингом: сделать его объединяющим финалом активностей на свежем воздухе.

МЕРОПРИЯТИЕ В БИЛЬЯРДНОМ ЗАЛЕ? ЭТО ТОЖЕ ВОЗМОЖНО!

Не менее привлекательны для камерных встреч бильярдные залы (до 10 человек, 79 м² и 60 м²), расположенные на седьмом этаже отеля. Эти залы не только оснащены всем необходимым для отдыха, развлечений и неофициальных разговоров, но и открывают захватывающие панорамные виды на парк «Патриот» и Главный храм Вооруженных сил России.

Здесь же на седьмом этаже особую атмосферу приватности и уюта создает гостиная «Багратион» (до 40 человек, 140 м²). С просторной панорамной террасой и элегантной барной стойкой эта локация предлагает респектабельное пространство для камерных встреч. Здесь создается особая атмосфера, которую так ценят гости, где каждая деталь продумана до мелочей.

ШАТРЫ С ПАНОРАМНЫМИ ОКНАМИ ДЛЯ ТЕХ, КТО ЦЕНИТ МЕРОПРИЯТИЯ НА СВЕЖЕМ ВОЗДУХЕ

Как мы уже сказали выше, одно из главных достоинств отеля «ПСБ Патриот» Cosmos Hotels — прилегающая территория площадью более девяти гектаров, ухоженная, с ландшафтным дизайном, различными дорожками, зонами отдыха. Для деловых гостей отель предлагает три одинаковых шатра, в которых можно комфортно проводить мероприятия на свежем воздухе в теплое время года,



не опасаясь капризов погоды. Элегантный дизайн и уникальное расположение позволяют провести эксклюзивные события с видом на парк и живописные пейзажи.

Площадь шатра — 155 м². Вместимость в формате «фуршет» — до 100 гостей. В формате «театр» — 95. В формате «банкет» — 80. В формате «кабаре» — 64. В формате «общий стол» — 32. В формате «п-стол» — 30.

Подведем итог. Каждая из описанных локаций отеля «ПСБ Патриот» Cosmos Hotels подходит для проведения разного рода камерных мероприятий, будь то деловая встреча, дружеский ужин или приватное торжество. Здесь можно гармонично сочетать стиль, комфорт и уединение, создавая идеальные условия для незабываемых событий.

ПРЕИМУЩЕСТВА

УДОБНОЕ РАСПОЛОЖЕНИЕ: отель находится на территории парка «Патриот» в 40 минутах от МКАД, что делает его легко доступным и привлекательным местом для проведения мероприятий.

ИЗЫСКАННОЕ КУЛИНАРНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ: несколько вариантов авторского банкетного и фуршетного меню от шеф-повара станут прекрасным дополнением мероприятия.

ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ СЕРВИСА: индивидуальный подход к каждому гостю и наличие персонального менеджера, который обеспечит безупречное проведение мероприятия.



Тел: +7 (495) 995-10-84
E-mail: sales.patriot@cosmoshotels.ru
Сайт: psbpatriot.cosmosgroup.ru

АНАЛИТИЧЕСКИЕ ПРОДАЖИ В ИВЕНТЕ: СМОТРИМ В ПОСЛЕЗАВТРА

Как говорит автор нашей постоянной рубрики ивентор Игорь Лютенко: «Для того, чтобы остаться на плаву в событийной сфере, есть хорошее средство: придумывать и делать события самим». Размышления на эту тему ниже в его статье.

Меня всегда интересовали и интриговали примеры того, как ивенторам удавалось выходить за рамки традиционной для них клиентской оппозиции. Когда они, например, приходили к крупному ритейлеру и говорили: мы проведем вам фестиваль поставщиков без вложений с вашей стороны, да еще и сами себе заработаем гонорар. И ведь проводили, и ведь зарабатывали!

Или как, поняв, что кризис не несет ничего, кроме отмены проектов, они сами себе сочиняли проекты — знаю несколько фестивалей и выставок, выросших из такой вот необходимости расширить сферу деятельности.

Однако же есть и средство прямо противоположное: опережать, предугадывать желания и намерения клиента. Принести ему на подносе решения, концепты, проекты, которые будут востребованы им послезавтра. Для этого надо просто оторваться от сегодняшних тендеров и заняться аналитикой в широком смысле.

В наше время совсем уже не секрет и не новость, что, зная конкретного человека, принимающего решения в конкретной компании, можно обрушить на него / нее всю мощь своего креатива. Искусный таргет сродни внушению: как в голливудских фильмах, где мошенники ведут свою жертву, на всем пути показывая ей треугольники, трети, тройки, и в итоге объект делает ставку на цифру «три». Знаю историю о том, как виртуозы внедряли благостно-хвалебные материалы в свою пользу в электронную версию «Коммерсанта», которые их цель — человек, принимавший ключевое решение по тендеру — просматривал каждое утро за завтраком в своих апартаментах.

Опытный ньюбиз расскажет вам, как тщательно изучил все выступления и интервью объекта своей «охоты» и при первом контакте (по телефону или лично) разговаривал с во-

жделенным клиентом его (объекта) любимыми фразами и максимами.

Ну, и вообще уж элементарное, на уровне бизнес-гигиены: предлагая свои услуги потенциальному клиенту, опытный продавец отправляет презентацию, на 100% адаптированную под запросы, опыт, историю и элементы корпоративной культуры обрабатываемой компании.

Это когда понятно, где ваш клиент, кто ваш объект. Для подавляющего числа ивент-агентств таковыми являются HR'ы и внутрикомы; реже, но тоже лакомые, маркетологи. Ну, и чем компания крупнее, тем объект вкуснее. Целевая аудитория компаний, работающих в сфере MICE — те же действующие лица, плюс (в силу серьезности трат) еще секретариат и тендерный комитет. В свою очередь, на ивент-агентства ведет охоту армия ивент-пролетариата: декораторы, артисты, технари и прочие сервисные институции. Вот из этой парадигмы, из этой пищевой цепочки, крайне полезно периодически вырываться на волю.

Идеальная стратегия — как в инвестициях: разложить активы по разным корзинам. То есть, продолжая мониторить рынок на предмет актуальных запросов, смотреть по сторонам, видеть возможности и завтрашние тренды, а также создавать самим себе спрос и рынок сбыта. «Аналитические продажи», давайте назовем это так.

Как только было объявлено в прошлом году о проведении грандиозной выставки-форума «Россия», я стал задавать коллегам вопрос: «А как вы готовитесь?» Понятно было, что грядет событие грандиозное и экстраординарное, с привлечением огромного количества ресурсов.

Оказалось, что коллеги либо ждали тендеров и конкурсов, либо были уверены, что все изначально расписано и распределено, исполнители назначены. Никто не искал в регионах ответственность за «проявленность» на выставке, не озадачивался тем, как сделать так, чтобы персонализированное предложение оказалось у него / у них перед глазами. А для кого-то из ответственных людей в тот момент это было бы неимоверно полезной находкой!

Но операторы фотозон не сделали 80+ персонализированных презентаций для каждого региона. Организаторы ма-

стер-классов не показали потенциальным клиентам, как будут выглядеть значки и футболки с символикой региона в ходе мастер-классов «Изготовление значков» и «Печать футболок». Собственники интереснейшего аттракциона «Предсказатель» не написали 10–20 пробников предсказаний с учетом специфики экспонента. Технологичные компании не накреативили эскизы видеопроекций и иных образцов видеоарта. Производители игры «Россия в деталях» не сделали визуализацию «Регион в деталях».

Да, дело это трудоемкое и финансово затратное: отрисовать, сделать, найти. Но вполне может оказаться сопоставимо со стоимостью лида, получаемого нами с использованием привычных инструментов: работы отдела продаж, рекламы, личных презентаций.

Еще один пример. 2024 год был объявлен Годом семьи. Стало очевидно, что крупные компании будут обязательно вписываться в повестку, в том числе, а некоторые и прежде всего, в событийном календаре. Создать концепт на опережение, подготовить презентацию «Спартакиады поколений», внутрикорпоративного семейного челленджа с онлайн- и офлайн-частями, нешаблонного «Дня семьи», цикла творческих или профессиональных конкурсов по образу «Папа, мама, я — спортивная семья» — кто озадачился этим еще в 2023-м, когда было объявлено о содержательных векторах 2024-го?

Повторюсь, зачастую подобные подсказки для людей, принимающих стратегические решения в компании или муниципальном образовании, являются триггером, включающим процесс «нам же точно и обязательно это надо!»

Поскольку не хочется превращаться в исключительно мотивационного спикера, подкреплю практикой. А сделал ли я сам те шаги, которые перечислил здесь? Конечно! На выставке «Россия» удалось дотянуться далеко не до всех регионов, но на нескольких стендах мы удачно и успешно поработали. Презентацию семейного спортивного праздника «Сила спорта» я раздавал всем, с кем довелось пообщаться, начиная с ноября



2023, в результате в активе нашей компании — организация трех крупных спартакиад: одной корпоративной и двух муниципальных, и именно потому, что мое предложение оказалось в нужном месте в очень правильное, нужное время.

Уверенность в том, что все решено — тормоз нашего развития. Умение анализировать ситуацию, находить потенциальных клиентов, убеждать их в том, что ваша услуга решает их задачи, — высший пилотаж продаж.

Просто, как сказано в названии одного кинофильма: «Анализируй это...»



**ПРЕМЬЕРА РУБРИКИ
FOOD TASTING
В РЕСТОРАНЕ MARBLE,
ОТЕЛЬ DOUBLETREE
MOSCOW ARBAT**

27 июня



**ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ КОМПАНИИ
CORTEOS В ОФИСЕ «РОСТЕЛЕКОМ»**

24 мая





ОЗНАКОМИТЕЛЬНЫЙ WORK-LIFE BALANCE ТУР НА «КУРОРТ КРАСНАЯ ПОЛЯНА»

28-30 июня



ОЗНАКОМИТЕЛЬНЫЙ ТУР В АСТРАХАНЬ С COSMOS HOTEL ASTRAKHAN

8-10 июля





Календарь событий

БИЗНЕС-ЗАВТРАК ОТ ALBA GROUP И ЗНАКОМСТВО С РЕСТОРАНОМ «ПАФОС»

5 сентября



**ОЗНАКОМИТЕЛЬНЫЙ ТУР
В МИНСК С ОТЕЛЯМИ СЕТИ
HILTON**

23-25 августа



MICE&more – Осень 2024



ЛИЦА COMMUNITY

Дорогие друзья! Этим летом количество участников бизнес-сообщества MICE&more превысило новую отметку. На данный момент мы объединяем более 400 специалистов индустрии делового туризма и MICE. Вместе мы способствуем развитию бизнеса. В рубрике «Лица Community» мы знакомим вас с его участниками. Давайте узнаем, что они ценят в нашем проекте.

Коммьюнити MICE&more — это не только возможность быть в курсе новинок и трендов российского рынка MICE, но и множество полезных контактов. Отдельно хочу отметить высокий уровень организации мероприятий и фамтрипов. В этом году мне повезло посетить целых два — это road show в Таиланде и famtrip в Бахрейне, оба оставили только положительные впечатления, многое из увиденного взяла в работу и уже работаю над предложениями по этим направлениям.



**ОЛЬГА БОРИСОВА, РУКОВОДИТЕЛЬ
MICE-ПРОЕКТОВ, ART-TOUR**

Коммьюнити для меня — это круг единомышленников, людей из моей или смежных областей. Мне нравится видеть специалистов с большим опытом, интересно обмениваться с ними мнением, слушать истории из их профессиональной MICE-жизни. Мне радостен момент встречи: знакомые лица, добрые эмоции. По мероприятиям мне очень повезло: мой первый фамтрип был в Геленджик с фантастической программой и отличной атмосферой. За время знакомства были и другие замечательные поездки, например, в Lujo Vodruet, на «Курорт Красная Поляна». Я с удовольствием могу вспомнить светские вечера в лучших отелях Москвы, завтраки в знаковых ресторанах, а также несколько выигрышей призов в процессе участия в конкурсах в VK (оказалось, у меня есть везение). В общем, коммьюнити — та интересная часть жизни, которая сочетает профессиональную и личную сферу, дарит позитивные эмоции и яркие идеи, контакты и более глубокое понимание отрасли.



**ДАРЬЯ ФЕЛЬДТ, КООРДИНАТОР КОМАНДИРОВОК,
КРУПНАЯ МОЛОЧНАЯ КОМПАНИЯ**

Для меня коммьюнити — это новая сфера знакомств и получение опыта в сфере MICE, events и делового туризма! Черпаю много информации и впечатлений. Самые запоминающиеся моменты на данный момент — это мое личное участие в рубрике «24 часа в отеле» и День Коголыма в Москве. Также я стараюсь регулярно посещать нетворкинги, где знакоюсь со многими людьми. С большинством из них уже списывалась, созванивалась. Пока на работе высокая загрузка, не успеваем встретиться, но обязательно сможем, ведь мероприятий с MICE&more впереди еще много!



**ЮЛИЯ ШУГАЙЛОВА, HR ДИРЕКТОР, TOP
INDUSTRIAL SOLUTIONS**



**ЮЛИЯ ШУПЕНЬКО, ПОМОЩНИК
БОРИСА КИМА, QIWI**

Для меня коммьюнити MICE&more — это место, где можно расширить круг партнеров и профильных знакомств, получить поддержку и вдохновение для новых проектов. Каждое событие в рамках MICE&more запоминается и идет в копилку вариантов и идей мероприятий. Из последних, это семейный фамтрип в Сочи, промышленный Екатеринбург и, конечно, Таиланд, открытый с новой стороны, как MICE-локация. Участие в фамах от MICE&more всегда дает уверенность в уникальном знакомстве с локацией, с профессионалами своего дела в этом регионе и возможностью впоследствии дать клиенту идеальный вариант для мероприятия. Результаты нетворкинга проявляются в новых знакомствах, ценных контактах с коллегами, партнерами, и в возможности сотрудничества.



**СЕРГЕЙ БЕЛЯКОВ, ГЛАВНЫЙ
СПЕЦИАЛИСТ, «РОСАТОМ»**

Очень рада стать частью такого замечательного сообщества, в котором собран кладезь полезных контактов! Моя работа заключается в составлении интересных программ поездок для моего руководителя, его семьи и друзей. Несмотря на то, что они уже много, что успели посмотреть и где побывать, я все равно нахожу немало новых возможностей для них, которые мы обязательно воплотим в жизнь. Полезные встречи, поездки, которые прекрасно организованы сообществом, оставляют только теплые и позитивные воспоминания. Сочетание полезного и приятного. Среди моих фамтрипов — Гель, «Курорт Красная Поляна» и Астрахань. Очень интенсивная и продуманная до мелочей программа, что очень важно для понимания локации и дальнейшей рекомендации моему руководителю. Большая благодарность великолепному MICE&more!



**ЯНА КОЛЬЦОВА, РУКОВОДИТЕЛЬ
ОТДЕЛА НАЗЕМНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ,
MICE-АГЕНТСТВО DA-TRAVEL**

Для меня коммьюнити — это общение и встречи с профессионалами индустрии. Скажу больше, многих из них я считаю своими друзьями, которые всегда готовы помочь контактами, необходимыми не только в работе, но и в различных жизненных ситуациях. Мы вместе в поездках знакомимся с новыми локациями, отелями, людьми и культурой... Поездки в Коголым и Грозный оставили самые яркие впечатления, которыми теперь я делюсь с коллегами. Грозный, да и вся Республика Чечня, меня просто поразили... Красота, чистота, порядок, безопасность, люди... Было здорово! Каждая поездка — это открытие новых направлений, площадок, форматов, отелей и другой полезной информации, необходимой в профессиональной деятельности. А еще, это новые знакомства и яркие незабываемые фотографии!

Команда

КОМАНДА MICE&MORE

Нас называют созвездием профессионалов. У каждой звезды в нашей команде есть свои сильные стороны и таланты. Каждая многого достигла в своем направлении и поэтому теперь со всей душой вкладывает свои знания, умения, навыки в создание Вселенной MICE&more. Мы рады всем, кто попадает в наше притяжение. Давайте светить вместе!



www.miceandmore.org/team



swissôtel Krasnye Holmy
Moscow

Гостеприимство швейцарского качества

Космодамианская наб., 52, стр.6 | Москва 115054
Тел.: +7 (495) 787 98 00 | E-mail: Reservations.Moscow@swissotel.com
swissotel.com/moscow | all.accor.com





ALBA GROUP

— *Catering & Events* —

Alba Group Catering&Events — новый формат праздника
с индивидуальным подходом к каждому заказчику

cater.y.albagroup.ru

+7 925 635 00 61