

MICE & more

10 лет

Лето 2025



Масштаб личности
Елены Мельниковой,
ее проектов и идей

Гигантомания ивента:
тренды в России
и за рубежом

Зеленые ценности
MICE&more в новом
семейном проекте

ПЕРВЫЙ ДЕНЬ ПЕТЕРБУРГА В МОСКВЕ

15 октября 2025
«Хилтон Москва Ленинградская»

Партнеры события



КОНЦЕРТМЕЙСТЕР



Подробная информация
и новости события



на правах рекламы

СЛОВО РЕДАКТОРА



Порой я чувствую себя Дюймовочкой с моим ростом 160 см и миниатюрной комплекцией, думаю о том, что есть более значимые профессии в жизни и никаких особых талантов у меня нет. Но стоит мне нырнуть с головой в нашу индустрию и мое мироощущение меняется мгновенно. Я вижу масштабные идеи, которые реализуются на моих глазах, я участвую в знаковых и очень мощных событиях, наполняющих энергией, я регулярно инспектирую невероятные по оснащению и размеру площадки для мероприятий по всему миру, каждая из которых уже вдохновляет на проект. А какие личности! Достаточно сказать, что за 10 лет мы ни разу не размещали людей на обложке журнала и впервые нарушили это правило не только в связи с юбилеем, но и в связи с тем, что увидели вокруг себя реальных героев индустрии. Они прошли кризисы и пандемию, они строят и развивают креативный бизнес, они фонтанируют идеями и энергией, они бесконечно вдохновляют! Героиня нашей обложки — Елена Мельникова, яркий пример такой личности, на которую мне посчастливилось посмотреть с разных сторон во время работы в MAXIMICE, во время многих совместных проектов и событий, а сегодня совершенно иначе — пример профессионала без границ, профессионала космического масштаба.

Вместе с нашей героиней мы хотим вдохновить вас на великие дела. Читайте наш летний номер и масштабируйте свое сознание! Все начинается с идеи.

Образ для Лины Москвиной
предоставлен партнерами:
блузка — бутик «Анна Славутина»,
украшения — Magic Pearls by Anna
Slavutina & Anna Grekova.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Слово редактора	3
Оглавление	4
ТЕМА НОМЕРА. Гигантомания в MICE: люди, идеи, площадки, проекты	12



ВРЕМЯ БОЛЬШИХ СОБЫТИЙ.
Сергей Воронков. От первой промышленной выставки в мире до ПМЭФ и Газового форума

32

MICE-СОБЫТИЕ. Весна и лето в премиальном сегменте стартуют на BEST RUSSIA	40
MICE-ОТЕЛЬ. Алтайское чудо — курорт «Манжерок»	46
MICE-ОТЕЛЬ. Riviera Wellness Resort 5*: никаких рамок для вашего мероприятия	50



MICE-ИНТЕРВЬЮ.
Елена Мельникова:
масштаб проектов, идей и личности

6

В КАБИНЕТЕ ПСИХОЛОГА. Шаг к себе или разговор о масштабировании личности: Лина Москвина и Александра Богдан	20
MICE-ПЛОЩАДКА. Крупнейшие площадки мира и России	26
MICE-СОБЫТИЕ. 13 — счастливое число для премии «Событие года»	34
ИЗ РОССИИ С ЛЮБОВЬЮ. Владимир Пожидаев. И маленькие станут большими!	38



ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ.
СберОфис: разговор о масштабных идеях
на конкретном примере

42

Журнал MICE&more. Выпуск № 39 — Лето 2025 года. Тираж — 5000 экземпляров.
Регистрационное свидетельство № ПИ № ФС 77 — 62901.

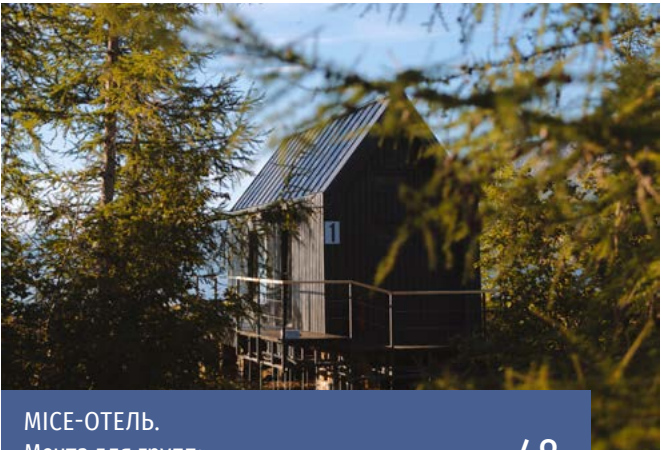
MICE-ОТЕЛЬ. Soluxe Hotel Moscow: все для самого масштабного события	58
MICE-ОТЕЛЬ. Villa Park: курорт, который удивляет на каждом шагу	60
MICE-ОТЕЛЬ. PALMIRA ART HOTEL: бесконечная гармония искусства	62



MICE-СОБЫТИЕ.
Весенний вайб: тема «ОТДЫХ&more»
затронула каждого!

52

СТИЛЬНЫЕ ЛЮДИ ИНДУСТРИИ. Где искать вдохновение для выбора наряда на мероприятие	80
Календарь событий MICE&more	82
Community в лицах	88



MICE-ОТЕЛЬ.
Мечта для групп:
отель «Нералах» вдали от цивилизации

48

Е -EVENT. Игорь Лютенко. Тимбилдинг и MICE	64
MICE-СОБЫТИЕ. Зеленый день MICE&more: новая дата в нашем календаре	70
MICE-ОТЕЛЬ. Cosmos Collection Altay Resort: новое место на карте MICE-локаций	76
MICE-ОТЕЛЬ. Курорт «Завидово»: новые места MICE-силы	78



MICE-ОТЕЛЬ.
«Теплеево Резорт» — место,
где начинается новая история

66

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

ЕЛЕНА МЕЛЬНИКОВА: МАСШТАБ ПРОЕКТОВ, ИДЕЙ И ЛИЧНОСТИ

На MICE-небосклоне сияет немало звезд, но есть среди них гиганты, на которые ориентируется вся индустрия. В номере, посвященном масштабу, мы, конечно, захотели пообщаться с человеком, который на протяжении многих лет вдохновляет своим примером огромное количество людей на большие проекты и идеи. Это Елена Мельникова, основатель компании MAXIMICE, само название которой предполагает масштаб, успех и грандиозность.

Мы пригласили Елену на встречу в прекрасный отель в историческом здании в самом центре Москвы — The St. Regis Moscow Nikolskaya 5*. Пожалуй, это самая комфортная локация для того, чтобы сделать паузу внутри насыщенного делами дня и поговорить о каких-то важных, даже экзистенциальных, вещах.

ЛИНА МОСКВИНА. Елена, я хочу начать наш разговор с подарка. Это биография Мэй Маск, матери того самого Илона Маска. Она посвящена правилам счастливой жизни. Когда я ее читала, часто вспоминала вас и даже проводила прямые параллели в плане характера, решительной целеустремленности. Это женщина, которая всегда знает, что делает. Книга так и называется — «Женщина, у которой есть план». А у вас он всегда есть?

ЕЛЕНА МЕЛЬНИКОВА. Я не могу сказать, что, когда отматываешь свою жизнь назад, видишь некий заранее придуманный сценарий, который ты реализовал. Не бывает так, что когда-то на старте все хорошо продумал и потом четко следовал этому плану. Более того, ты даже не всегда знаешь, что конкретно хочешь, или знаешь, но не выкладываешься по полной. Жизнь, как известно, весьма непрямолинейная история.

Но я бы сказала, что у женщин на уровне ощущений, действительно, есть какой-то свой собственный образ в будущем.

Это не план движения вперед, а, скорее, интуиция, видение себя через несколько лет в другой точке, в другой ипостаси. Некая идеальная картина, в которой есть ты, твоя семья, твое дело. Ты двигаешься к ней, адаптируясь ко всему, что встречаешь по пути, сталкиваясь с какими-то проблемами, принимаешь решения, идешь дальше... А потом оборачиваешься на пройденный путь и слышишь от других: «У Мельниковой всегда все по плану». Да уж, как бы не так...

ЛИНА МОСКВИНА. Это еще история про силу, про смелость, про внутренний вызов, который сам себе бросаешь. У меня эти качества очень ассоциируются с вами. Это именно про вашу личность, про ваш профессиональный путь. Я хочу спросить, когда вы выбирали название MAXIMICE, вы уже предвосхищали успех, и всегда ли он сопровождал компанию?

ЕЛЕНА МЕЛЬНИКОВА. Чтобы случился успех, нужно, чтобы время от времени его не было. Есть такая взаимосвязь. Проверено мною неоднократно. Почти 20 лет назад я задумала создать не просто «свою компанию», а идеальное сервисное агентство. Уникальное, масштабное. **Я не умею работать без размаха, у меня этот максимализм идет изнутри, подсознательно.**

Я пригласила крупных специалистов для разработки бренда. Меня спросили: «Название какого плана ты бы хотела для своей компании?». Я ответила: «Например, Джонсон и Джонсон». Мне ответили: «Масштаб понятен. Поскольку ты первой на рынке заявляешь MICE как индустрию и фокусируешь на ней свою компанию, мы эту аббревиатуру возьмем для названия и возведем ее в максимальную степень». MAXIMICE. MICE по максимуму. «Вау, это прямо то, что мне надо!» — такой была моя реакция.

Я доверяю профессионалам, название легко считывалось, оно было простое, запоминающееся и на тот момент, наверное, самое актуальное. Далее мы добавили к нему слоган «Управляй событиями», который со временем заменили на другой, поскольку каждый период дает новые импульсы, и мы на них реагируем. Сейчас наш слоган звучит так: «Делаем официальное интересным, сложное — понятным».

ЛИНА МОСКВИНА. Важно отметить, что это название также прошло проверку временем. Какие события дали наиболее мощный импульс для развития, роста и реализации новых направлений?





ЕЛЕНА МЕЛЬНИКОВА. Масштабный стартап — это огромная энергия людей, соратников и единомышленников. Стартап дает мощный импульс, благодаря которому ты активно двигаешься вперед. Мы впитывали все прогрессивное, что видели в большом мире, ориентируясь на лучшие образцы развитых компаний, которые существовали десятилетиями. Например, мы первыми выделили в структуре креативное отделение с арт-директором и собственными копирайтерами. Считаю, что структуризация компании — это один из залогов нашего успеха. Мы сразу сложились как крупная компания, в которой разные отделы выполняют свои задачи.

Вторым стартапом, по сути, стала пандемия. Казалось, что она нанесла страшный удар по ивент-индустрии, от которого мы не сможем оправиться. Но смогли, потому что самый большой стимул мне, как руководителю, дали люди. Сидя на онлайн-совещаниях, я наблюдала, как мои сотрудники теряют надежду, и тогда я сказала себе: **«Если ты умеешь быть лидером, когда хорошо, ты должна быть лидером, когда плохо».**

В нашей миссии написано: «MAXIMICE видит свое предназначение в содействии развитию бизнеса наших клиентов». Я поняла, что мы в любых ситуациях должны помогать клиентам развивать их дело, поэтому уже в июне 2020-го года создали новый продукт — онлайн-ивент, с которым опередили многих на рынке.

Этот «второй стартап» вновь дал огромную энергию. Мы много фантазировали, экспериментировали, набирали обороты. Оглядываясь назад, я вижу наш полный восторг от процессов, даже несмотря на все внешние трудности. Я помню вдохновение от созидания нового.

После пандемии масштабы вернулись и выросли: пришли интересные проекты, связанные с форумами, конгрессами, выставками. На этих этапах я поняла, как важно оставаться лидером, идти, не сворачивая с пути, быть вместе со своими людьми, поскольку ты для них становишься опорой.

ЛИНА МОСКВИНА. В таких ситуациях проявляется диапазон личности. В ответ на изменения в индустрии у нас даже появилась рубрика «Время больших событий». Хочу узнать ваше мнение, в чем специфика именно крупных мероприятий?

ЕЛЕНА МЕЛЬНИКОВА. На нашу деятельность большое влияние оказывают внешние факторы. Поэтому на смену локальным мероприятиям, которые заказывали крупные предприятия, сейчас пришли масштабные, совершенно потрясающие проекты федерального значения. Там могут быть разные бюджеты, необязательно большие, но это социально направленные мероприятия, значимые для страны, что для меня лично и для нашей команды имеет огромное значение.

Конечно, отмечу международную выставку-форум «Россия» и наш проект внутри нее — один из ключевых павильонов «Умные финансы». Это был колоссальный вызов, для которого мы привлекали все доступные нам технологии. Мы все придумывали с нуля и в самые сжатые сроки. Зато результат удивил всех: мы смогли увлекательно показать мощный рывок, который сделала наша страна в области финансов и платежных систем за последние 20 лет. Я счастлива, что мы максимально широко популяризировали наши российские достижения.

Россия — это флагман в финансовых технологиях мира. С ними у нас связан и другой крупнейший проект — форум FINOPOLIS, который привлек внимание огромного количества людей. У нас в портфолио представлены разнообразные деловые проекты, связанные с популяризацией достижений российской науки и медицины на мировом уровне (например, постоянная мультимедийная экспозиция Сеченовского Университета наук о жизни). Работая над ними, мы особенно остро чувствуем свою значимость.

В общем, большой проект — это всегда вызов и развитие. Причем в последние годы значительно выросла роль визуализации и творческой составляющей, что особенно вдохновляет.

ЛИНА МОСКВИНА. Я думаю, что дальше вы будете делать проекты межгалактического масштаба, и сейчас это уже не звучит как утопия, поскольку в наше время футуристичные темы быстро становятся реальностью. Я хочу поговорить о том, насколько получается держать руку на пульсе времени, взаимодействовать с новыми поколениями.

ЕЛЕНА МЕЛЬНИКОВА. Современность никогда не зависит от возраста. **Современность — это состояние души, состояние духа, наша внутренняя энергия. Это как дыхание ветра, который надо поймать.** Бывают очень молодые люди, которых трудно назвать современными.

Я с интересом уступаю молодым дорогу — давайте, придумывайте, действуйте. Я многое могу сделать сама, но мне хочется, чтобы они меня дополнили, внесли свое творчество, свою молодую фантазию. Мне нравится учиться и нравится заниматься обучением. Это обоюдный процесс.

На одной из конференций в Российском государственном университете туризма и сервиса много говорили о выпускниках, об их трудоустройстве. Я взяла слово и рассказала аудитории о деловом туризме, о деловых мероприятиях, о том, какая высокая квалификация у людей, которые работают на этом направлении. Наши сотрудники должны обладать знаниями во многих областях. Чтобы работать с клиентами из различных компаний, нужно иметь компетенции и в экономике, и в политике, и в технических дисциплинах, и в гуманитарных. Для оперативного

принятия решений в нашей деятельности необходимо обладать не только кругозором, но и особым видением. Это огромный багаж, разностороннее мышление и, конечно, специальное образование.

После той конференции я поговорила с деканом, и знаете результат? Совместно с университетом мы разрабатываем курс Магистратуры Менеджмента «Управление проектами в MICE индустрии» и уже открыли платные курсы. Очные и онлайн, стоимость адекватная, сейчас идет набор на следующий год. Мы взяли на себя обязательство по трудоустройству выпускников. Благодаря таким курсам отрасль будет получать кадры, которые изначально хотели работать в этом бизнесе и которые уже приобрели определенный сет компетенций. **Мы хотим, чтобы к корпоративным клиентам приходили профессионалы, которые на должном уровне готовы выполнить их заказ.**

Я считаю, что MICE-менеджеры в процессе подготовки и проведения мероприятия должны быть на шаг впереди корпоративного заказчика. И я с большим удовольствием участвую в подготовке таких специалистов широкого профиля.

ЛИНА МОСКВИНА. Уверена, что у вас это получится. Для меня потребность делиться экспертизой, опытом, это тоже одна из характеристик масштабной личности и мышления. Но эти курсы — коллаборация с университетом. А будет ли авторский образовательный проект?

ЕЛЕНА МЕЛЬНИКОВА. Мы уже сделали такой пробный теоретический курс для повышения квалификации сотрудников MAXIMICE в соавторстве с бизнес-тренером Константином Попковым. Сейчас анализирую его результаты.

Мне кажется, что авторство состоит в самой идее созидания, в генерации притяжения вокруг себя, а ценность обучения получаешь именно в коллаборации с другими специалистами, которые делятся своими знаниями. Теоретический раздел обучения у нас готов и протестирован, теперь я нахожусь в поиске тех профи высокого уровня, которые откликнутся на мое предложение и будут готовы поделиться своими практическими знаниями.

ЛИГА МОСКВИНА. Елена, помимо решения кадрового вопроса, чего нам еще не хватает для быстрого восстановления отрасли и дальнейшего развития?

ЕЛЕНА МЕЛЬНИКОВА. Мне кажется, надо масштабировать информационное поле, делать его более открытым для обмена опытом и знаниями, создавать сообщества и ассоциации, которые будут объединять разные структуры, проводить для них мероприятия новых форматов. Примером тому может быть открытый проект FINOPOLIS, который дал новые пути развития

не только финансовой отрасли. Мне очень хочется, чтобы официальные и статусные мероприятия становились более публичными, яркими, интересными, более эмоциональными, тогда и люди будут иначе воспринимать их значимость, пропускать через себя. Нужен выход на международный уровень, привлекающий новых партнеров, создающий новые связи.

ЛИНА МОСКВИНА. Ну, и в завершении вернемся к личному: кто ваш герой или героиня, кто вас вдохновляет, на кого вы ориентируетесь в своем движении вперед?

ЕЛЕНА МЕЛЬНИКОВА. У меня дочь спросила: «Твоя жизнь сложилась так, как ты мечтала?» Я говорю: «Знаешь, вообще не так, — в тысячу раз лучше!» Я бы даже не поверила, что она так сложится. Вдохновляет меня собирательный образ, я бы назвала его внутренним героем, который намного успешнее, удачливее, смекалистей. Если бы я могла выбирать себе сверхспособность, то захотела бы летать или транспортироваться. Мне очень важна скорость. Раз — и оказался в нужном месте. Раз — и нашел нужный ответ. Когда я смотрю на себя восьмилетнюю (на фотографии), то говорю этой девочке: «Пробьемся! Сделаем!» Конечно, это стремление побеждать идет из детских сказок. Про Герду, которая боролась за Кая. Про Золушку, которая стала принцессой. Про Гадкого утенка, который превратился в лебедя. Мои любимые книги «Три мушкетера», «Сага о Форсайтах» и, конечно, «Унесенные ветром». Скарлетт О'Хара — любимейшая героиня, потому что после каждого падения она встает и преодолевает все трудности.

В детстве я искала образцы для подражания, но уже давно поняла, что нужно быть всего лишь собой. Но, желательно, лучшей версией себя! Всегда есть, к чему стремиться.

ЛИНА МОСКВИНА. Да, Елена, главное, не останавливайтесь со всеми своими идеями, проектами, мечтами и помните, что вы личность, которая вдохновляет своим галактическим масштабом!

ЕЛЕНА МЕЛЬНИКОВА. Спасибо, Лина, за эти слова. Я буду стараться! Буду соответствовать!

Мы благодарим отель The St. Regis Moscow Nikolskaya 5 за возможность организации и проведения фотосессии для обложки, слова редактора и интервью.*

Образ героини в интервью (брюки и блуза) предоставлен партнерами Шоурум на Новой Puz Studio Leysyan.

Украшения на обложке и в интервью — Magic Pearls by Anna Slavutina & Anna Grekova.



ГИГАНТОМАНИЯ В MICE: ЛЮДИ, ИДЕИ, ПЛОЩАДКИ, ПРОЕКТЫ

Мы считаем, что после турбулентных лет, прошедших в нашу жизнь вместе с пандемией, настало время поговорить о масштабах в MICE-индустрии, потому что рост наблюдается повсюду.

Масштабные события, масштабные площадки, масштабные идеи. Гигантомания ивента — как вам такое определение? Сегодня для восстановления отрасли нужны большие проекты и начать надо с нашего сознания. Мы хотим говорить о масштабировании мышления всей индустрии мероприятий. Для этого есть разные решения. Делимся с вами своим видением трендов, которые наблюдаем и в которых участвуем.

- Что важно для восстановления целой индустрии в самой большой по площади стране мира? Возвращение масштаба: мышления, идей и возможностей. Мы следим за статистикой и видим рост по многим показателям. По некоторым из них он лавинообразный. Вот пункты, которые мы отмечаем, оглядываясь на первую пятилетку 20-ых годов нашего века. Давайте коротко поговорим о каждом из них.
- » Увеличение участников / зрителей за счет онлайн-форматов мероприятия.
 - » Увеличение продолжительности событий за счет использования онлайн-форматов.
 - » Тиражирование и многократное проведение одного и того же мероприятия в разных местах за счет продажи франшизы, использования филиалов или собственных ресурсов.
 - » Более активное использование новых медиаформатов для проведения маркетинговых кампаний и мероприятий.
 - » Развитие сообществ вокруг ивентов.
 - » Вовлечение новых категорий участников в мероприятия — развитие волонтерства.
 - » Увеличение разнообразия форматов, использованных для организации мероприятия.
 - » Расширение географии мероприятий, несмотря на то, что многие страны до сих пор труднодоступны.

МАСШТАБИРОВАНИЕ ПО ОХВАТУ

Каких-то 10 лет назад сложно было представить, что можно участвовать в мероприятии, не вставая с любимого кресла. Все заранее регистрировались, получали визы, бронировали отели, покупали билеты, собирали чемоданы. Страшный сон организатора мероприятия, если кто-то из спикеров в последний момент срывался: найти замену (да еще в другой стране) — несколько седых волос гарантированы. И что мы видим сейчас? Нет возможности купить дешевые билеты без пересадок, чтобы полететь на конференцию? Можно пройти по ссылке и, не отрываясь от работы, послушать интересующих тебя умных людей через беспроводной наушник. Заболел спикер и не может физически доехать до площадки? Да не проблема! Генерируется ссылка на удобный сервис видеоконференции, заранее проверяется работа видеокамеры и микрофона — и никаких срывов мероприятия.

Когда в 2015 компания «ВК» (тогда еще «ВКонтакте») задумывала свой первый фестиваль «VK Fest», основная идея была — перенести соцсеть в реальность. Конечно, они делали трансляции своих форматов и в сети. Но в 2019-ом допандемийном году при 95 тыс. посетителей офлайн было чуть более шести миллионов просмотров. Да, в 2020 году, когда фестиваль проходил только в онлайн-формате, просмотров было уже 41 миллион. И когда в 2022 году снова появилась возможность проведения «живых» мероприятий, фестиваль не про-



сто вернулся на сцену, а заполнил собой сцены в трех городах, оставив и онлайн-форматы для тех, кто не смог доехать. К 2024 году география фестиваля выросла до пяти городов, включая Уфу, Красноярск, Сочи, Санкт-Петербург и Москву, на площадки фестиваля пришли уже 205 тысяч человек, а трансляции посмотрели более 22,5 миллионов. Если сравнить с 2019 годом, то увеличение онлайн-участников — многократное.

Премии «Событие года» и beta! демонстрируют растущий интерес к созданию Метавселенных. Мы в MICE&more не остались в стороне и познакомились с фантастической командой SBER AR / VR LAB & SM EVENT LAB. Особенно впечатлил их проект — первая музыкальная премия в Метавселенной — премия радиостанции «Новое радио». Команда создала интерактивную модель, где проходила трансляция церемонии в режиме реального времени, а также разработала XR-сцены для проведения музыкальных номеров артистов в собственной XR-студии. Также для volumetric-шоу певицы Anna Asti был создан цифровой аватар. Сценарий состоял из трех ключевых событий: концерта с XR-технологией, награждения победителей и виртуального шоу Anna Asti. Дизайн-концепции всех виртуальных студий, в которых выступали реальные артисты, были сгенерированы при помощи нейросетей. В результате коллаборации получился симбиоз современных технологий и зрелищного шоу. Церемонию в социальных сетях посмотрели около четырех миллионов зрителей. Метавселенную посетили более 80 тыс. человек.

МАСШТАБИРОВАНИЕ ПО ДЛИТЕЛЬНОСТИ

Благодаря онлайн-форматам можно увеличить также и продолжительность мероприятия. Например, провести предварительные встречи и часть теоретического обучения по видеосвязи, а на площадке реализовать ту часть мероприятия, которая предполагает именно физическое присутствие. В финале, вернувшись в режим онлайн, сделать подведение итогов, собрать обратную связь и т.п. Такой гибридный формат позволяет сократить расходы на проживание, питание, аренду локаций, и перенаправить их на что-то другое.

Еще один цифровой инструмент для масштабирования охватов, который давно оценили организаторы мероприятий, — приложения. В зависимости от целей и задач приложение можно сделать универсальным для всех или с возможностью кастомизации заточить под каждого участника. Наполнение и оформление приложения зависит только от вашей фантазии и финансовых возможностей: начиная от списка спикеров с их регалиями и общего расписания до возможности формировать личное расписание каждому участнику, регистрироваться на те встречи и мероприятия, где это необходимо, создавать чаты и «беседы» участников, организаторов, спикеров или всех вместе взятых, запускать ситуационный центр, куда можно сообщать о всех нестандартных ситуациях на площадке, загружать презентации и онлайн-трансляции и многое другое.

МАСШТАБИРОВАНИЕ
ЗА СЧЕТ ТИРАЖИРОВАНИЯ

Здесь снова можно вспомнить фестиваль VK Fest или привести в пример «День молодежи», организовываемый Федеральным агентством по делам молодежи сразу в нескольких городах и даже между городами. Так в 2023-ем году, помимо стационарных площадок, был задействован теплоход, идущий по Волге и собирающий творческую молодежь, которая не только «зажигала» под модные хиты, но и устроила креативную сессию для создания гимна предстоящего Всемирного фестиваля молодежи в Сочи.

Еще одним примером тиражирования формата может стать «Тотальный диктант», придуманный в 2004 году как локальный формат на Днях гуманитарного факультета в Новосибирском государственном университете. В тот первый раз в нем приняли участие 120 человек. Постепенно формат стали использовать на нескольких площадках Новосибирска, а потом он вышел не только за пределы области, но и страны. И сейчас такое мероприятие проводят в более чем 70 странах, в том числе, для иностранцев, любящих и знающих русский язык. Тексты для диктанта пишут самые продаваемые современные авторы, а диктовать вызываются известные артисты и общественные деятели. При этом данная история является некоммерческой, и координаторы диктанта в городах заключают с организаторами лишь соглашение о соблюдении принципов акции и обеспечении всем необходимым для проведения. В 2024 году в написании диктанта приняли участие более 1 300 000 человек в 55 странах офлайн и в 117 странах онлайн.

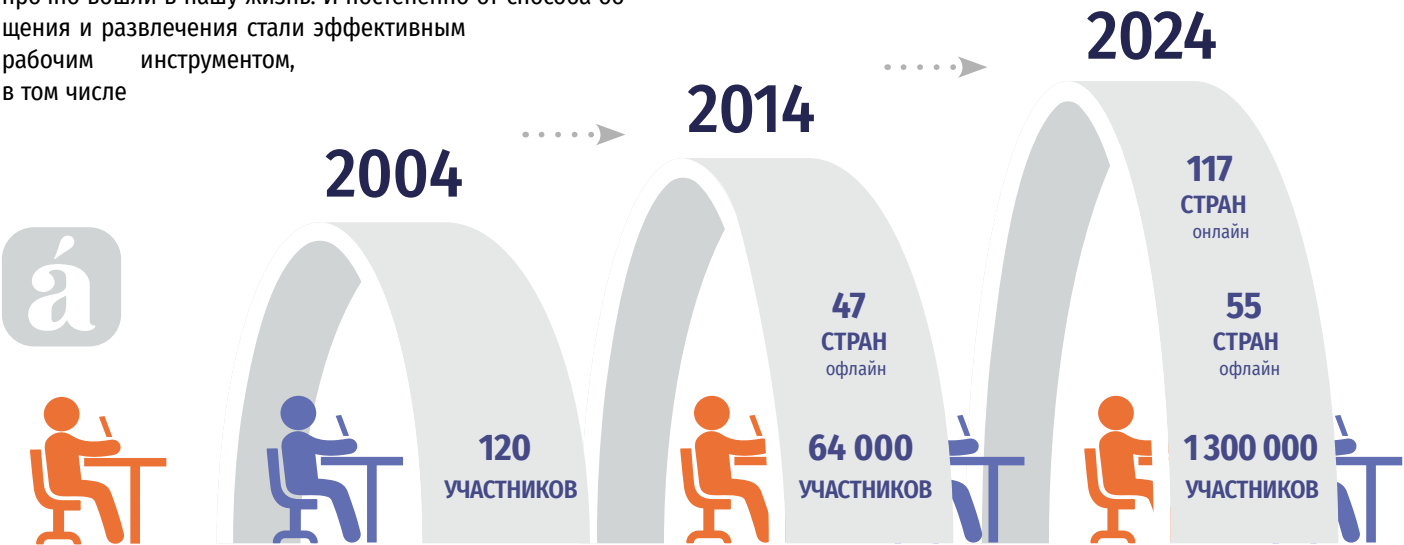
МАСШТАБИРОВАНИЕ ЗА СЧЕТ НОВЫХ МЕДИА

Новые медиа или проще говоря соцсети и мессенджеры прочно вошли в нашу жизнь. И постепенно от способа общения и развлечения стали эффективным рабочим инструментом, в том числе

и для проведения мероприятий. Ни одна полноценная рекламная кампания не обходится без их использования, а если целевая аудитория молодежь, то мессенджеры становятся основным инструментом. С их помощью информируют о предстоящем событии, запускают акции, собирают сообщества вокруг мероприятия, используют базу данных соцсетей для мониторинга и исследований, сбора обратной связи и постсопровождения мероприятия (особенно, если это не разовая акция, а регулярное событие).

МАСШТАБИРОВАНИЕ ЗА СЧЕТ СООБЩЕСТВ

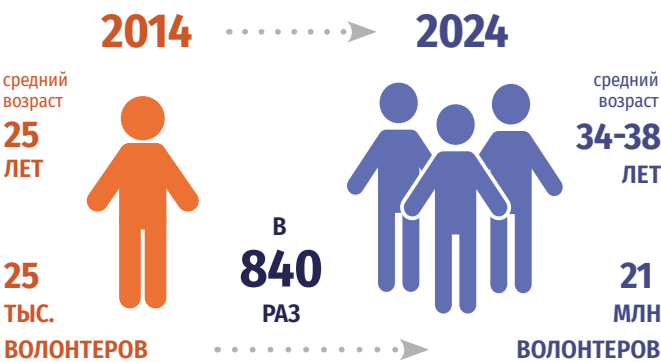
Остановимся на этом чуть подробнее. Так называемая big data — это современное золото. Кто владеет информацией, тот владеет миром. Обладать информацией о потребителях услуг или товаров, их предпочтениях, уровне покупательской способности и пр. — сегодня хотят все. Рынок услуг и товаров слишком многообразен, количество поставщиков и производителей огромно, выигрывает тот, кто в максимально короткие сроки найдет и заинтересует своим товаром потребителя. Мероприятия — это тот же товар. Поэтому организаторы стараются еще на этапе подготовки создать группы и сообщества участников, в которых происходит «разогрев» перед событием, информирование о важных моментах в процессе и подогревание интереса после. Особенно это важно для регулярных мероприятий. В зависимости от формата методы подогрева могут быть разными: от размещения презентаций топовых спикеров и ссылок на статьи потенциально полезных аудитории до создания группы в Телеграме, куда можно выкладывать мемы. Естественно, эта лояльная аудитория станет основным костяком участников при создании следующего мероприятия. Более того, из наиболее лояльных



участников можно отобрать так называемых амбассадоров, носителей «идеологии» того или иного события, которые станут добровольными помощниками в продвижении информации о нем и создании положительного образа мероприятия.

МАСШТАБИРОВАНИЕ ЗА СЧЕТ ВОВЛЕЧЕНИЯ

Еще одна точка роста масштабов мероприятия — вовлечение волонтеров. Эту категорию участников было принято во всем мире привлекать для подготовки и проведения грандиозных событий типа Олимпийских игр или Чемпионатов мира по футболу. В 2010 году при подготовке сочинской Олимпиады 2014 движение стало масштабно развиваться и в России. Причем отечественное волонтерство имеет свои отличия от международного. Если в западных странах средний возраст добровольцев был около 44-45 лет, то в России изначально среднестатистический волонтер был в 70% случаев женщиной в возрасте примерно 25 лет. За прошедшие 10 лет средний возраст вырос до 34-38 лет, а география участия волонтеров значительно увеличилась: от помощи бездомным животным, эковолонтерства, помощи медикам, до участия в подготовке мероприятий и крупных событий.



Ни один крупный фестиваль или спортивное мероприятие невозможно провести без помощи добровольцев, которые не только экономят финансы организатора, работая без оплаты, но и существенно разгружают сотрудников, выполняя широкий спектр задач, начиная от встречи гостей и заполнения документов и табличек до выполнения вполне квалифицированной работы по координации аккредитационной группы, подготовки медиаматериалов и помощи в координации работы сайтов. Со временем волонтеров стали использовать и при организации менее масштабных мероприятий. В большинстве городов есть представительства добровольческих организаций и различные НКО, многие из них входят в Ассоциацию волонтерских центров. На сегодняшний день количество добровольцев по разным направлениям превышает 21 миллион человек. Зачастую

волонтеры также становятся носителями «идеологии» мероприятия, начиная с того, что они продолжают в обычной жизни носить мерч, полученный от организатора на мероприятии, и заканчивая тем, что они служат, по сути, сарафанным радио, от которого люди узнают о событии.

МАСШТАБИРОВАНИЕ ЗА СЧЕТ РАЗНООБРАЗИЯ

Сегодня уже многие «клиенты» (участники, зрители) достаточно искушены в различного рода мероприятиях. Сегодня мало просто забронировать отель, снять конференц-зал, поставить оборудование и довезти туда участников, не забывая их регулярно кормить. Клиенты становятся все более осознанными и требовательными и хотят разнообразия, причем во всем. Поэтому при составлении меню нужно не просто убедиться в достаточном количестве, качестве и вкусовых характеристиках блюд, но и продумать наличие блюд для людей с различными этническими, религиозными, идеологическими убеждениями и особенностями здоровья. Наличие халяльных, безглютеновых и веганских блюд уже не диковинка, а норма.

Мировой тренд на осознанное потребление тоже диктует свои правила: от минимизации отходов и отказа от использования бумаги на мероприятиях до стремления к уменьшению карбонового (углеродного) следа. Последнее, кстати, ведет к поиску новых локаций для проведения мероприятий, расположенных ближе к месту постоянного нахождения клиента либо группы клиентов, чтобы сократить выброс газов при длительных перелетах. Так начинают развиваться новые места на карте, к которым раньше не было интереса.

Мировой тренд на здоровый образ жизни влияет не только на состав блюд, подаваемых на мероприятии, но и на добавление различных спортивных форматов: от утренней йоги до проведения турниров по групповым видам спорта (футбол, волейбол, троеборье или водные битвы). Большинство мероприятий для топ-менеджмента сопровождаются не просто спортивными активностями, но и своего рода экстремальными необычными соревнованиями, которые с одной стороны разгружают мозг от интенсивного умственного труда, а с другой способствуют улучшению взаимодействия и понимания в команде, раскрывают коллег с новой стороны.

Как интереснейший и масштабный пример инновационной работы с форматами мы можем привести объединяющий «Т-Банк квест» в горах. Из одного события внутри фестивальной недели он вырос в полноценный сезонный квест сразу на двух курортах — на Розе Хутор и в Шерегеше. Квест предлагает неожиданную геймификацию горнолыжного отдыха и тем самым охватывает более 100 тыс. игроков. Есть планы на расширение!

МАСШТАБИРОВАНИЕ ЗА СЧЕТ ГЕОГРАФИИ

Здесь можно выделить несколько основных трендов.

- » Общемировой тренд на развитие локального туризма в регионах.
- » Выход на лидирующие позиции рынка стран, которые ранее не пользовались большой популярностью именно в сегменте MICE.
- » Необычные места проведения мероприятий.

Тренд на развитие малых городов и поселков уже давно наметился в туризме. Погуляв по столицам и крупным городам с музеями, дворцами и памятниками, путешественникам захотелось новых впечатлений и мест, возможно, — менее помпезных и ухоженных, но более нативных и экологичных. Мест, где есть возможность пообщаться с природой, помочь ей, поделаться что-то своими руками, «перенестись во времени».

После пандемии, когда пошла тенденция на уменьшение групп и сокращение расходов на мероприятия, бизнес-сегмент также стал более внимательно рассматривать подобные места для проведения своих мероприятий. Свое влияние оказала и экоповестка, из-за которой крупные компании стараются минимизировать путешествия для уменьшения выработки углерода.

Изменение климата перестает быть абстракцией, оно переписывает карту. Как вам такая фраза — «Переосмыслить не только Крайний Север, но и Арктику, как туристическую территорию будущего»? А ведь эти процессы уже идут, и мы про них регулярно рассказываем.

В нашей стране в силу ограниченности международных перелетов невероятно активно развивается внутренний туризм. От давно известных регионов-лидеров в сфере MICE до новых центров экотуризма, например, Алтая, который в 2024 году принял рекордное количество как индивидуальных туристов, так и корпоративных групп. Горнолыжные курорты типа «Розы Хутор» и «Красной Поляны» из года в год совершенствуют условия для проведения высококачественных деловых мероприятий, которые можно совместить с активным отдыхом, — так набирает обороты тренд bleisure.

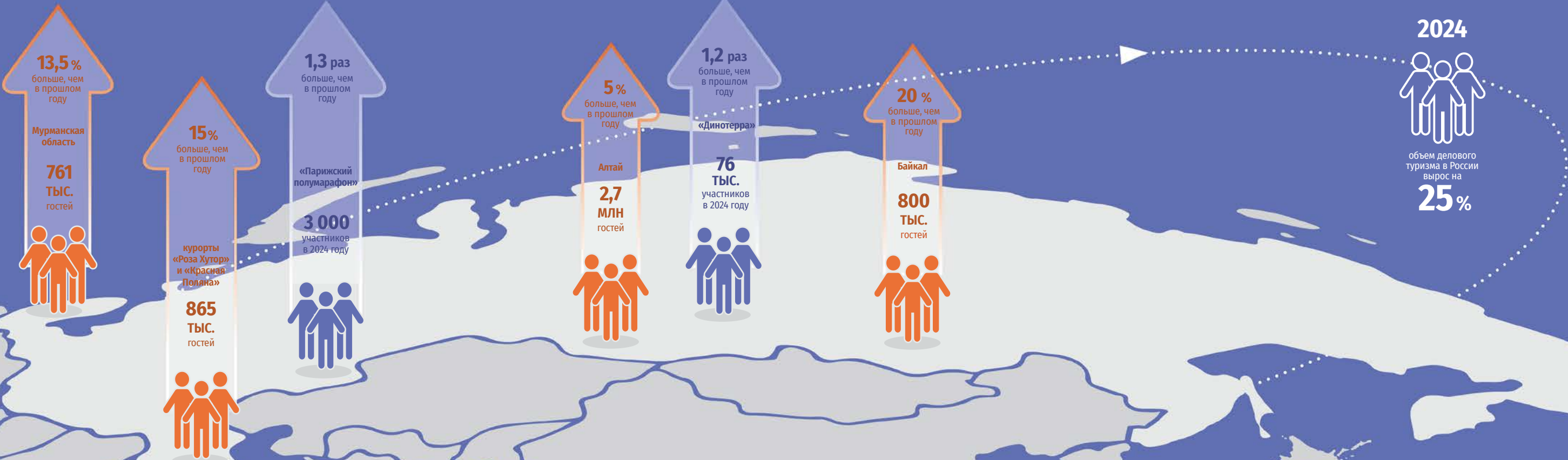
С развитием деятельности различных государственных и меценатских фондов, в которых можно получить финансы на реконструкцию и развитие старых зданий, многие жители крупных городов стали уезжать в глубинку и заниматься там восстановлением старых особняков, в которых обустраивают мини-отели или площадки для проведения мероприятий. Об этом направлении вы можете прочитать в авторской колонке Владимира Пожидаева.

Немаловажным фактором развития локального туризма также является развитие интереса к относительно новому направлению — промышленному туризму. В последние три-пять лет в зону повышенного внимания корпорантов попадают предприятия из области металлургии, горнодобывающего дела, машиностроения, атомной энергетики, судостроения, легкой промышленности и многих других. В огромных цехах и на территориях предприятий, помимо экскурсий, устраивают концерты, выставки, перформансы, делают невероятные застройки под ивенты, которые поражают своим размахом.

Еще одним важным фактором развития локального туризма становится создание событийного календаря в регионах. И это не только фестивали, которые расширяют свое присутствие в городах России, но и спортивные (Универсиада в Красноярске), научные (Форум молодых ученых в Сочи) мероприятия, а также события, созданные энтузиастами в небольших населенных пунктах и превратившиеся в узнаваемый бренд. Ярчайшим примером может служить «Парижский полумарафон», который проводится с 2016 года в ... селе Париж на Урале. В первый раз он собрал 240 участников, а в 2024 году туда приехали поучаствовать уже более 3 000 участников и более 7 000 зрителей. Кстати, в самом селе живет всего лишь чуть больше 1 700 жителей.

В этом контексте мы уже неоднократно рассказывали о международном научно-популярном фестивале «Динотерра», который получил гран-при «Событие года 2023». Предыстория его такая: однажды в деревне Шестаково Чебулинского округа Кемеровской области был обнаружен скелет сибирского пситтакозавра — гигантского ящера-попугая. Казалось бы, какое мероприятие можно сделать на этом научном факте? Самый гигантский день рождения — 125 миллионов лет! Который уже третий год отмечают с невиданным размахом. В 2024-ом фестиваль за неделю посетило 76 тысяч человек, а годом ранее он собрал 64 тысячи участников. По итогам прошлого года Кузбасс стал лидером туристической привлекательности среди всех сибирских регионов, и большой вклад в этом именно «Динотерры».

Корпоративные группы VIP-уровня, побывавшие уже во всех экзотических местах планеты и отметившиеся в самых люксовых отелях, способствуют развитию необычных мест для организации мероприятий. Например, командообразующий круиз на научном судне с заходом на Курильские острова или поездка в легендарном «Транссибирском экспрессе» (поезд «Золотой Орел») от Москвы до Улан-Удэ — почему бы не провести в таком необычном формате встречу топ-менеджеров или стратегическую сессию?



МАСШТАБИРОВАНИЕ НА ВЕСЬ МИР

Кроме локального развивается и глобальный туризм. Мы не будем останавливаться на этом пункте подробно (для этого нужна отдельная статья), но поделимся некоторыми наблюдениями, привезенными MICE&more из поездок за последние полтора года.

Дубай и Абу-Даби стали настоящей меккой делового туризма. Эмираты и ранее пользовались большим спросом, но сейчас широта, глубина, новизна предложений и связанных с ними возможностей просто зашкаливает. Немалый вклад в развитие MICE&event этой страны вносят именно профессионалы из России (начиная от открытия местных офисов до оказания нишевых услуг), что делает организацию разнообразных мероприятий там значительно удобнее для нас.

Много россиян из сферы MICE работают в странах СНГ — в Средней Азии и Закавказье. Они привносят вместе с собой не только определенный уровень сервиса, качественно иной

подход к делу, но и новые форматы, те, которые местные специалисты еще не предлагали. Особенно это касается направления инсентива, поскольку взгляд со стороны открывает множество нереализованных ранее возможностей.

Немало профессионалов из России находятся в дальнем зарубежье. Практически в каждой стране мира можно найти наших спецов с объявлением об услугах. Наблюдается рост коллабораций, когда на проект собирается международный состав команды.

Идет диверсификация направлений внутри страны. Например, во время недавнего пресс-тура в Израиль мы увидели готовый к открытию Dead Sea Expo Dome — гигантский купол для проведения деловых и музыкальных мероприятий. Это огромный комплекс вместимостью до 5 000 человек на побережье Мертвого моря, который должен изменить облик развлекательной и деловой индустрии региона, тра-

диционно известного в направлении медицинского туризма. Соответственно находятся на этапе строительства 14 новых отелей, в которых будут останавливаться деловые путешественники, трансформируя имидж курорта.

Мы неоднократно писали о MICE-возможностях Мальдив, которые у большинства людей ассоциируются с райским отдыхом на берегу океана. Рай есть (не спорим!), но в нем теперь проводят мероприятия самых разных форматов, в том числе, деловые. Причем мы говорим не только об оригинальных сетапах под пальмами для брейнсторминга или стратегических сессиях на яхтах, но и о конференц-залах с самым качественным оборудованием. Обратите внимание на CROSSROADS Event Hall — это многофункциональная площадка площадью 463 м² с высокими потолками и тремя конференц-залами, идеально подходящими для проведения совещаний или семинаров. Максимальное количество участников мероприятия — 300 человек, но стандартные группы от 30 до 60 гостей.

Холл находится на пересечении трех отелей (всего в 15 минутах езды на катере от международного аэропорта).

Мы еще не добрались до Саудовской Аравии, но проект NEOM нас крайне впечатляет, и мы уже рассказали о нем в нашем издании на английском языке MICE&more International. NEOM — настоящий проект будущего! Он должен состоять из трех кластеров: Охагон — инновационный порт на воде, Троjena — туристический курорт в горной местности, The Line — умный город протяженностью 170 км, под поверхностью которого расположены скоростная магистраль и практически все коммуникации, а на поверхности сохранена живая природа и созданы условия, при которых все объекты инфраструктуры находятся в пешей доступности. На данный момент очевидно, что проект испытывает серьезные трудности с финансированием, ибо он по сути своей глобален, но будем надеяться, что эти масштабнейшие идеи найдут свое воплощение.



Коллеги, мы с вами — творцы мероприятий. Поэтому давайте мыслить как демиурги: свободно, масштабно, далеко, высоко. Освобождаясь от клише и стереотипов. Как говорится, thinking out of the box и open-minded. Как это делают участники уже упомянутой премии «Событие года». О победителях этой премии за проекты 2024-го года читайте отдельную статью в этом номере.

ШАГ К СЕБЕ ИЛИ РАЗГОВОР О МАСШТАБИРОВАНИИ ЛИЧНОСТИ

В этом году у нас появилась новая рубрика — мы беседуем с психологом на актуальные для нашей отрасли темы. Если в весеннем номере это был трудоголизм, то в летнем — масштабирование личности на фоне глобальных изменений в индустрии MICE и делового туризма. В кабинете психолога — основатель MICE&more Лина Москвина. Ее собеседник — Александра Богдан, клинический психолог, супервизор.

Лина и Александра встретились в премиальных апартаментах пятизвездочного отеля «Звезды Арбата», потому что они создают красивую, комфортную и расслабляющую атмосферу для откровенного диалога даже в эпицентре динамичной жизни столицы.

ЛИНА МОСКВИНА. Александра, события последних лет способствуют появлению личностей, которые умеют справляться с нестандартными задачами, находить решения в сложных (даже экстремальных) обстоятельствах, и при этом двигаться вперед, увлекая за собой команду. Неслучайно в этом году у нас появилась идея размещения на обложке журнала MICE&more портрета личности. Мы никогда этого не делали, но само время подсказало, что такие люди в индустрии есть и они притягивают к себе внимание.

Александра, в качестве кейса для разговора я хочу предложить свою кандидатуру и сейчас поясню почему. Я миниатюрная девушка, метр шестьдесят, и в подростковом возрасте у меня был комплекс. Я чувствовала себя некомфортно, потому что очень хотела вырасти, хотя максимум, на который могла рассчитывать, — это плюс 10-12 сантиметров на каблучках. Прошли годы, сейчас мне 42, в индустрии работаю 25 лет. Чаще всего я слышу комментарии в свой адрес — «как ты выросла». И, конечно же, речь не про рост. Я даже каблук только в особых случаях.

Со временем ко мне пришло осознание, что мое желание вырасти, стать большой, масштабной, действительно, реализовалось, и произошло это совершенно другим образом, не таким, как я могла себе представить.

Поэтому я часто говорю своим детям, что все определяет именно масштаб нашей личности, наших мыслей, а не нашего тела, и я очень хочу поделиться этим выводом с теми, кто переживает из-за своего несоответствия каким-то общественным стандартам. Вы можете убрать все эти сомнения, просто работая над собой и двигаясь вперед.

Прежде чем перейти к теме разговора, предлагаю начать с основополагающих понятий — что такое личность, как она формируется, и как мы определяем ее масштаб.

АЛЕКСАНДРА БОГДАН. Спасибо, Лина, за приглашение к разговору. К вашему личному примеру — как не просто вырасти, а масштабироваться — я вернусь дальше, а сейчас немного базовых определений и понятий про личность.

Личность — это сложная совокупность черт, установок и моделей поведения, которая формируется под воздействием генетических факторов, окружения и жизненного опыта. Принято считать, что личность человека формируется с момента зачатия и на протяжении всей его жизни, однако основные ее черты закладываются, конечно же, в детстве.

Во-первых, существуют врожденные структуры личности, как, например, темперамент. То есть мы от природы либо активные, либо пассивные, либо быстрые, либо медленные, жизнерадостные или более задумчивые — и это то, что фактически невозможно изменить. Наш характер формируется уже на основе наших природных качеств и влияния окружающей среды. То, как мы относимся к себе и другим, наши реакции на внешние обстоятельства и поведение — то, чему мы учимся в раннем детстве. Например, человек рождается с так называемым базовым набором эмоций (радость, удивление, грусть, страх, злость), которые ближе к трем годам довольно хорошо встраиваются в жизнь маленького человека. Ближе к четырем годам появляется (или не появляется) эмпатия — на уровне ребенка — сопереживание другому. К пяти-шести годам появляется новый спектр сложносочиненных эмоций и переживаний, как, например, зависть, ревность, скука. То, как ребенок учится обращаться со своими переживаниями





и состояниями, оказывает существенное влияние на развитие всей личности. В частности, если эмпатия не «выросла» к положенному возрасту, то искусственно «отрастить» ее уже не получится никогда.

При этом современная нейробиология говорит о том, что мозг человека окончательно развивается к 23-25 годам. Речь идет о лобных долях, которые отвечают за причинно-следственные связи, принятие решений и ответственность.

Синдром самозванца — психологическое явление, при котором человек не способен приписать свои достижения собственным качествам, способностям и усилиям.

ЛИНА МОСКВИНА. Какие есть особенности проявления личности, связанные с масштабом? Я имею в виду такие понятия, как синдром самозванца или комплекс Наполеона.

АЛЕКСАНДРА БОГДАН. Их много. Комплекс неполноценности (синдром самозванца) и комплекс превосходства (синдром Наполеона), комплекс низкой самооценки (синдром Золушки) и комплекс инфантильного самосознания (синдром Питера Пэна). Список можно продолжать бесконечно. Комплекс по своей сути — это набор установок и представлений о себе, других людях и мире в целом.

Синдром самозванца, о котором вы упомянули, часто встречается в бизнес-среде. С чем это связано? У нас сейчас общество достигаторов. Если человек совершает рывок в какой-то новой для себя сфере, но при этом не привык к глубинному анализу своего пути и с детства научен считать, что ошибки — это его личные недоработки, а успехи — скорее, случайное стечение обстоятельств, то и присвоения этих заслуг самому себе не происходит. Так, например, его может внутренне беспокоить отсутствие у него профильного образования или соответствующего предыдущего опыта. То есть внутри него сидит тот маленький мальчик или девочка, которые как бы участвуют в большой игре, но опасаются, что их разоблачат, осудят или прогонят прочь.

ЛИНА МОСКВИНА. А что же с этим делать? Как это в себе идентифицировать?

АЛЕКСАНДРА БОГДАН. Первый шаг к проработке комплекса (и он же — самый нудный) — саморефлексия, то есть те самые модные сейчас дневники. Почему нудный? Потому что нужно методично и последовательно начать изучать себя, честно отвечая себе на вопросы.

Например, случилась какая-то ситуация, давай я ее разберу внутри себя. Как она вообще сложилась? Что я там чувствовал? А что я подумал? Чего я хотел / ожидал на самом деле? Какая последовала с моей стороны реакция? А какая была реакция других участников ситуации? И так далее. Если детально проанализировать энное количество ситуаций в своей жизни, то становятся понятными паттерны нашего поведения, и мы уже не можем закрывать на них глаза.

Второй обязательный шаг в работе над комплексами — принятие своей сформированной личности. Вы взрослый человек, и ваша личность уже не будет кардинально меняться. Но, принимая и понимая себя, вы будете видеть, что стоит за вашими действиями, почему вы где-то замедляетесь, а где-то, наоборот, совершаете рывок.

Лучшее, что человек может сделать для себя, это познать себя.

Интроверт никогда не станет экстравертом, но он может успешно поработать над развитием своих коммуникативных навыков, не забывая при этом, что ему по темпераменту обязательно нужно периодически уединяться и восстанавливать силы. Если он начнет себя загонять в постоянную гонку за достижениями, не давая права на паузы, в долгосрочной перспективе ни к чему хорошему это не приведет.

То есть с тем или иным симптомом не нужно бороться, его нужно изучить и принять в себе, как свою особенность.

ЛИНА МОСКВИНА. А если это не помогло, и комплекс продолжает меня мучить, что делать?



АЛЕКСАНДРА БОГДАН. После первых двух шагов — самоонализа и принятия — идет работа над собой. Например, тот же синдром самозванца в процессе осознания может стать источником мотивации. Позитивно настроенный человек пройдет множество курсов для того, чтобы поднять свой профессиональный уровень.

Не относитесь к комплексам негативно, как будто это зло, которое вас разрушает, наоборот — используйте их для роста и развития. Если честно ответить, почему это мне мешает в жизни, тут же появится четкий план, куда двигаться дальше, и где добрать то, чего не хватает.

Есть еще важный момент: когда мы начинаем слышать себя, чувствовать свои потребности, это проявляется и в общении с другими людьми. Мы как будто расшифровываем для себя различные эмоции (как свои, так и чужие), что очень облегчает коммуникации.

ЛИНА МОСКВИНА. Мне очень нравится фраза, которую произнесла наш креативный директор Оксана Кнап, и я ее забрала себе. Когда ты видишь, что человек на тебя негативно реагирует (злится или ведет себя эмоционально), первое, что ты себе говоришь: «это не про меня, это про него». То есть он сейчас транслирует свое внутреннее состояние, поэтому не надо его на себя переносить. Такая простая мысль невероятно облегчает коммуникацию с людьми в любых ситуациях.

Александра, хочется еще остановиться на синдроме Наполеона, который, наверное, один из самых известных после комплекса неполноценности в рейтинге. Всегда ли это хорошо или всегда ли это плохо?

.....
• **Комплекс Наполеона** — набор психологических особенностей, который характеризуется агрессивной манерой поведения и стремлением показать окружающим свою значимость любыми способами.
•

АЛЕКСАНДРА БОГДАН. Мы начали сегодняшний диалог с вашего рассказа про желание расти. Мне кажется, ваш случай — это яркий пример здоровой компенсации. Вы не могли больше расти вверх физически, но вы интуитивно стали расти внутренне.

Люди, которые стремятся к превосходству, зачастую строят красивую каноническую корпоративную карьеру, потому что они активны, они всегда на виду. То есть их комплекс работает во благо.

В других вариантах комплекс превосходства может компенсироваться внешними атрибутами — большими машинами, квартирами, чем-то масштабным. Порой доходит до смешного — например, в своем корпоративном прошлом в одном из офисов руководителей стояла гипертрофированно и неуместно огромная мебель, которая как бы «съедала» хозяина этого кабинета.

Комплекс уходит в негативный ключ, когда через внешние проявления человек пытается компенсировать внутреннее. Он не растит себя, а, наоборот, разрушает, потому что аппетит не заканчивается никогда, а постоянное желание еще больше вобрать попадает в бездонную черную дыру.

В деловом сообществе люди, буруемые синдромом Наполеона, сеют вокруг себя конфликты, потому что идут наверх по головам и не уживаются в коллективах, они подвижны комплексом постоянно быть в центре внимания. Им физически становится плохо, если рядом появляется реальная масштабная личность и с ней приходится конкурировать.

Если мы говорим про здоровый эффективный способ масштабирования личности, он всегда связан с масштабированием идей и задач, то есть с реальным внутренним ростом.

Вкладываться в свое образование, в личностное развитие, не всегда легко, но это не должно быть дискомфортно (!). Если вам больно, надо что-то поправить, замедлиться, сделать паузу, временно отстраниться. Рассчитывайте на марафонскую дистанцию. Мы имеем дело с долгосрочной перспективой. Несколько лет целенаправленного движения в сторону развития собственной личности. Другого пути нет. Здоровый, естественный — но не быстрый — способ масштабирования.

ЛИНА МОСКВИНА. Александра, можете ли вы порекомендовать какие-то источники, которые помогут на этом пути с точки зрения познания, изучения, принятия себя и саморазвития.

АЛЕКСАНДРА БОГДАН. Вот книги, которые могут помочь. Я выбирала не профессиональную литературу, а, скорее, популярную и доступную для прочтения.

.....
• » Сьюзен Дэвид «Эмоциональная гибкость»
• » Джордан Питерсон «12 правил жизни: противостояние от хаоса»
• » Даниэль Канеман «Думай медленно ... решай быстро»
• » Рэй Далио «Принципы. Жизнь и работа»
• » Виктор Франкл «Сказать жизни "Да"»
•



Несмотря на то, что каркас личности статичен и неизменен во взрослом возрасте, все же ее отдельные структуры остаются гибкими на протяжении всей жизни человека. Со временем какие-то черты усиливаются, какие-то ослабевают. В любой своей точке развития, в любом возрасте мы можем продолжать работать над собой. Да, мы не изменим свои биологические качества, но можно научиться управлять реакциями и поведением. Если что-то хочешь изменить, надо отбросить стереотипы. Если есть желание над собой работать, его обязательно нужно использовать.

Хочу пожелать всем читателям пройти этот путь к себе, к своему внутреннему миру, к своей личности, — он, в любом случае, самый правильный и важный. Он может быть долгим или непростым, но он всегда будет увлекательным. Далеко не каждый человек должен стать масштабной личностью, но счастливой и здоровой — обязательно.

ЛИНА МОСКВИНА. Действительно, это самое ценное. Пусть каждый сделает такой шаг навстречу себе, прочитав наше интервью.

.....
Мы благодарим комфортабельный гостиничный комплекс международного уровня «Звезды Арбата» Отель и Апартаменты 5 за возможность организации и проведения фотосессии.*

АЛЕКСАНДРА БОГДАН

Клинический психолог, КПТ-терапевт (когнитивно-поведенческая терапия), супервизор.

Образование:
» Московский государственный психолого-педагогический университет, психолог, преподаватель психологии
» НМИЦ ПН им. В.П. Сербского (медицинский), клинический психолог

Дополнительное образование:
» Московский институт психоанализа, психология и навыки консультирования
» ИПМП им. Б.Д. Карвасарского, клиническая супервизия

Направления (модальности):
» Когнитивно-поведенческая терапия, ИПМП им. Б.Д. Карвасарского
» Гештальт-терапия, МИГиП
» Транзактный анализ, МИТА
» Провокативная терапия, МГППУ



Сайт: alexandrabogdan.taplink.ws
ВКонтакте: vk.com/snymatreshki
Дзен: dzen.ru/snymatreshki
Телеграм: t.me/Alexandra_Bogdan

КРУПНЕЙШИЕ ПЛОЩАДКИ МИРА

**GUANGZHOU INTERNATIONAL
CONVENTION & EXHIBITION
CENTER — PAZHOU COMPLEX**
(Kumaū)

Расположен на острове Пачжоу и визуально напоминает облако, парящее над Жемчужной рекой. Его второе неофициальное название комплекс Кантонской ярмарки (Canton Fair Complex). Здесь проходят самые крупные и престижные выставки Гуанчжоу и всего Южного Китая. Комплекс находится недалеко от Международного аэропорта Гуанчжоу и предлагает суперсовременное оборудование для организации выставок и конференций на площади 395 000 м².

Дважды в год здесь проходит знаменитая Кантонская ярмарка — главная



выставка Китая, которая бьет все рекорды по посещаемости. Ярмарка занимает территорию более 1 125 000 м². Количество выставочных стендов достигает 56 915. Ежегодно ярмарку посещают около 204 000 зарубежных покупателей. Более 22 960 экспонентов со всего Китая представляют кластер национальных павильонов и свыше 150 000 видов продукции. 400 экспонентов выставки из примерно 200 стран предлагают зарубежную продукцию. Оборот Кантонской ярмарки приносит более 34 300 000 долларов США в экономику региона.

**КОНГРЕССНО-
ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
РИМА FIERA DI ROMA (Италия)**

- Общая площадь — 900 000 м²
- Выставочная площадь — 390 000 м²
- Конференц-залов: 50
- Павильонов: 14

Один из крупнейших и престижных конгрессно-выставочных центров Европы. Это единственная площадка Рима, где кроме выставок проходят и конгрессы. Центр имеет отличную транспортную доступность. Здание центра является одним из ярчайших проектов архитектора Томмазо Валле, а фирменную эмблему Fiera di Roma создавал художник Маурицио Мокетти. Центр является отправной точкой коммерческого обмена для большинства стран Средиземноморья. Еже-



годно здесь проводится более 50 крупных торговых экспозиций и несколько десятков конференций. В комплексе также проходит множество международных выставок, на которые съезжаются посетители со всех городов мира.

Крупнейшим мероприятием Fiera di Roma является Международная выставка электроиндустрии ZeroEmission, проходящая в октябре. Выставка ориентирована на тех, кто интересуется развитием возобновляемых источников энергии, экологическим состоянием планеты, вопросами климатических изменений и квотами на выброс отходов. Ее посещает более 18 000 человек, а участие в ней принимают 300 экспонентов из 14 стран. В трехдневную программу выставки включены конференции с участием международных экспертов.

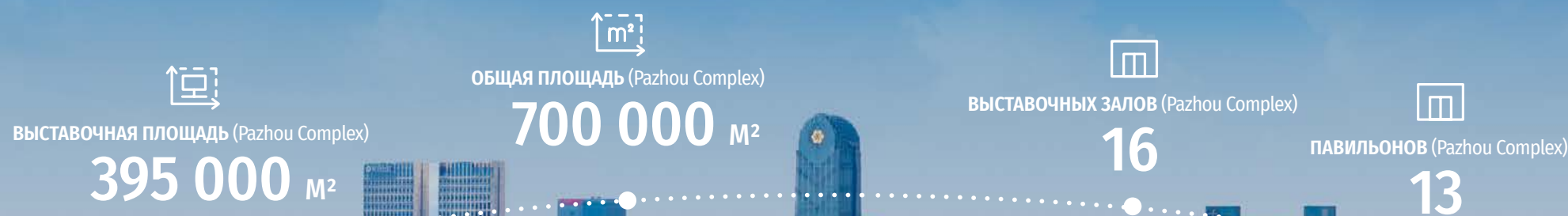
**ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
ГАННОВЕРА DEUTSCHE
MESSE (Германия)**

- Общая площадь — 1 000 000 м²
- Выставочная площадь — 524 100 м²
- Конференц-залов: 35
- Павильонов: 27

Крупнейший выставочный комплекс, который приобрел мировую известность благодаря экспозициям капитальных товаров. В Ганновере традиционно проходят такие мероприятия, как ярмарка промышленных технологий HANNOVER MESSE и главное событие ИКТ-рынка — выставка CeBIT. Среди специалистов выставочной индустрии Deutsche Messe считается ведущей компанией-организатором. В течение года на территории комплекса проходит более 40 выставок, в которых принимают участие более 39 000 экспонентов и 3 000 000 посетителей со всего мира. Среднегодовой доход от выставок на территории Выставочного центра превышает 251 000 000 евро.



Крупнейшее мероприятие, которое проводится на территории Выставочного центра — Hannover Messe. Это самая крупная в мире индустриальная выставка, на которой представлены новейшие технологии со всего мира. Ежегодно в апреле в Ганновер съезжаются лидеры отрасли, разработчики, исследователи и ученые, чтобы ознакомиться с передовыми достижениями и установить важные деловые контакты. В среднем мероприятие собирает на одной площадке в 240 000 м² около 6 500 экспонентов и 250 000 посетителей из 62 стран-участников. Центральным событием Ганноверской ярмарки считается выставка Global Business & Markets: бизнес-саммит, который организуют компании частного сектора. Высокопоставленные политики и представители бизнеса считают за честь выступить с презентацией.



КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР БРНО (Чехия)

- Общая площадь — 650 000 м²
- Выставочная площадь — 130 000 м²
- Выставочных залов: 12
- Конференц-залов: 16
- Павильонов: 15

Этот крупнейший выставочный комплекс в центральной Европе может похвастаться уникальной модернистской архитектурой и авангардным стилем. Город Брно имеет давние выставочные традиции, ведь само его название переводится с чешского, как «ярмарка». Ежегодно здесь проводится около 50 ярмарок или выставок, которые посещают более миллиона человек. Помимо ярмарок в центре проходят конгрессы, конференции, важные встречи, гала-вечера, концерты и спортивные мероприятия. Так, например в 2007 году британская рок-группа The Rolling Stones выступала в Конгрессно-выставочном центре Брно в рамках грандиозного турне по Европе.

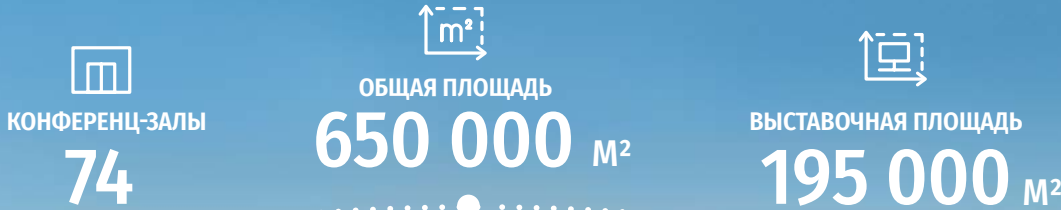


КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР В ОРЛАНДО (США)

Orange County Convention Center — второй по величине конгрессно-выставочный центр в Соединенных Штатах, но первый по площади. Его второе неофициальное имя — «Центр гостеприимства» за высший уровень сервиса, а его персонал считается образцовым.

Конгрессно-выставочный центр в Орландо состоит из двух зданий, которые объединены между собой крытым переходным мостом на высоте нескольких этажей. С момента открытия в 1983 году более 26 000 000 человек побывали хотя бы на одном из мероприятий, из которых 19 300 000 посетителей пришлось на выставки и съезды.

Крупнейшим мероприятием комплекса является Национальная выставка пластмассы. Она является крупнейшей в мире в этой сфере индустрии и проводится в конце марта. Выставка направлена на демонстрацию новых технологий, материалов и оборудования для каждого этапа изготовления пластмассы. Она разворачивается на территории в 93 000 м², привлекая более 60 000 профессионалов. Прибыль от выставки для городского бюджета — более 105 000 000 долларов.



КРУПНЕЙШИЕ ПЛОЩАДКИ РОССИИ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР «КРОКУС ЭКСПО» (г. Москва)

- Общая площадь — 911 300 м²
- Выставочная площадь — 569 000 м²
- Выставочных залов: 19
- Конференц-залов: 49
- Павильонов: 3

Один из крупнейших по площади выставочных центров в мире, он является частью многофункционального комплекса «Крокус Сити». На территории трех павильонов «Крокус Экспо» ежегодно проходит более 300 выставок. В целом, с момента основания комплекса в 2004 году, на его территории прошло более 1 000 экспозиций. В «Крокус Экспо» проходит около 50% всех выставок Москвы, а средняя загрузка экспозиционных площадей составляет 85%. В комплексе ежегодно проходит большое количество выставок, ярмарок, конференций, корпоративные праздники и спортивные соревнования.

Крупнейшим из мероприятий «Крокус Экспо» является Московский международный автомобильный салон (ММАС). Традиционно он проходит в августе-сентябре. В рамках выставки проходят мировые и российские премьеры, концепт-кары, тест-драйвы, необыкновенные презентации, актуальная деловая программа. В 2012 году Московский автосалон стал крупнейшим и самым впечатляющим за всю историю проекта в России: его площадь превысила 100 000 м², участниками стали более 100 компаний, а общее количество посетителей превысило миллион человек.



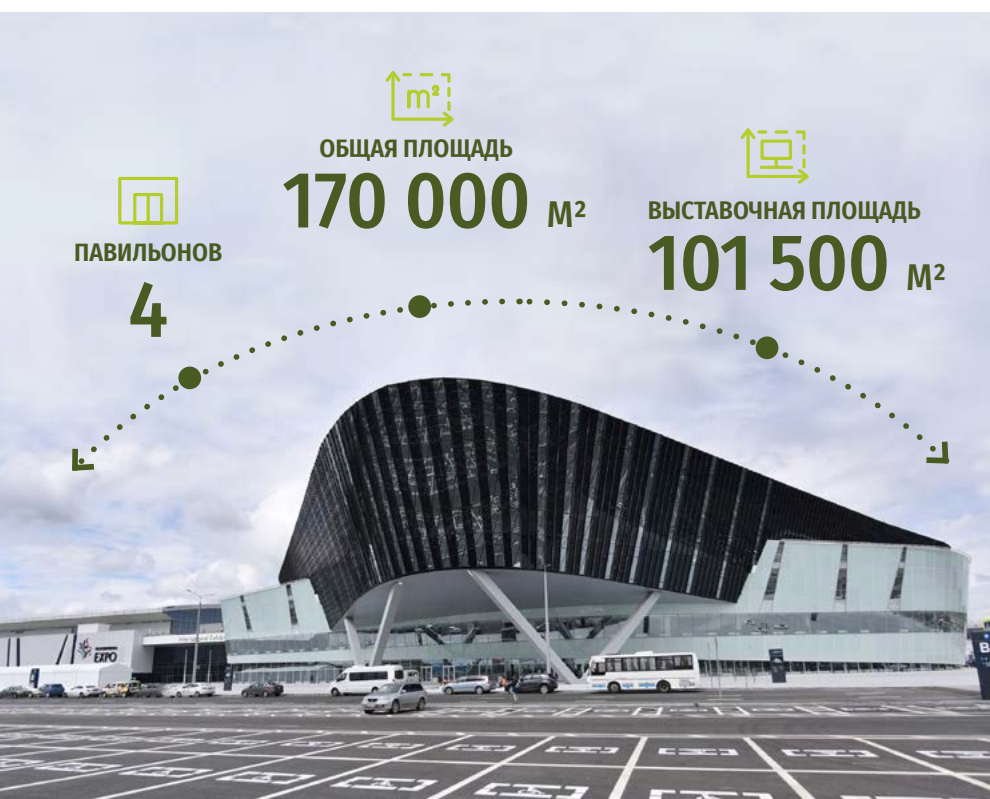
«ЭКСПОЦЕНТР» (г. Москва)

- Общая площадь > 200 000 м²
- Выставочная площадь — 135 000 м²
- Конференц-залов: 16
- Павильонов: 10

Эта всемирно известная российская выставочная компания, в течение 65 лет неизменно сохраняющая статус ведущего организатора крупнейших в России, СНГ и Восточной Европе международных отраслевых выставок, а также национальных экспозиций нашей страны на выставках EXPO. Общая выставочная площадь — 135 000 м²: закрытая — 85 000 м², открытая — 50 000 м². В 2024 году в Центральном выставочном комплексе «ЭКСПО-ЦЕНТР» состоялось 99 международных выставок с участием 35 374 компаний со всего мира, а также 841 конгрессное мероприятие. Число посетителей выставок — около 1,5 млн человек. А всего за свою 65-летнюю историю компания провела более шести тысяч выставочных мероприятий.

Именно здесь на протяжении многих лет проходит выставка МИТТ — профессиональная площадка для решения бизнес-задач в сфере туризма и индустрии гостеприимства. Ежегодно на МИТТ собирается крупнейшее b2b-сообщество экспертов турбизнеса и индустрии гостеприимства из регионов России и различных стран мира.





 ПAVИЛЬОНОВ
4
 ОБЩАЯ ПЛОЩАДЬ
170 000 м²
 ВЫСТАВОЧНАЯ ПЛОЩАДЬ
101 500 м²

«КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР «ПАТРИОТ»

(Московская область)

- Общая площадь — 660 000 м²
- Выставочная площадь — 183 389 м²
- Конференц-залов: 20
- Павильонов: 4

Основными задачами центра «Патриот» (бренд «Патриот Экспо») являются проведение выставок, конгрессов, конференций и иных мероприятий, помогающих собирать и обобщать информацию о тенденциях развития науки, техники и технологий во всех отраслях экономики России и за ее пределами, а также о восприятии общественным мнением образа Вооруженных сил Российской Федерации. Центр основан в 2015 году на месте, где изначально находился «Танковый музей». Закрытая площадь: 75 074 м². Открытая площадь: 108 315 м².



МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР «ЕКАТЕРИНБУРГ-ЭКСПО»

(г. Екатеринбург)

Международный выставочный центр «Екатеринбург-ЭКСПО» построен в 2011 году под патронажем правительства Свердловской области. На сегодняшний день — это самый масштабный выставочный комплекс Урала и один из самых крупных и современных выставочных комплексов в России. Площадка позволяет кроме выставок реализовывать и другие масштабные проекты — форумы и конференции, концерты, спортивные и развлекательные мероприятия с многотысячной аудиторией. Четыре павильона общей площадью 50 000 м² могут вместить до 20 000 зрителей.

Новый конгресс-центр MTC Live Холл — единственный в округе конгресс-центр с концертной площадкой на 5 000 мест, конференц-залами, VIP-комнатами и ресторанной зоной с панорамным видом. Наличие собственного светового и звукового оборудования дает возможность делать лучшие шоу. Фойе каждого этажа конгресс-центра может быть использовано для презентационных и корпоративных мероприятий — это более 4 000 м² площадей. Просторная ресторанная зона с панорамными окнами площадью 2 900 м² подойдет для банкетов и фуршетов. А светодиодный медиафасад площадью 2 970 м² позволяет транслировать изображения с высоким разрешением и динамическими визуальными эффектами. 60 тыс. м² уличного пространства позволяют проводить мероприятия на открытом воздухе: тестдрайвы, выставки, концерты и автокинотеатры.

Изначально площадка создавалась под главную промышленную выставку России — «Иннопром». В 2024 году ее посетили 47 000 человек, свою инновационную продукцию представили

900 компаний из России и других стран мира. На выставке побывали представители 60 государств, среди гостей были 16 глав профильных министерств разных стран. На выставке работали стенды 26 регионов России и 11 стран. Деловая программа включала в себя более 100 мероприятий.



КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР «ЭКСПОФОРУМ»

(г. Санкт-Петербург)

«Экспофорум» — относительно молодая площадка, ее открыли только в 2014 году. Комплекс европейского уровня занимает более 56 га недалеко от международного аэропорта Пулково. На его территории максимально сконцентрирована вся необходимая инфраструктура для проведения мероприятий абсолютно любой специфики: выставок, конгрессов, спортивных соревнований, концертов, шоу и кинофестивалей. Максимальная вместимость под конгрессы — 12 114 человек. Ежегодно «Экспофорум» принимает более миллиона посетителей и порядка 150 мероприятий различного формата. Комплекс также распола-

гает конгресс-центром вместимостью до 10 тыс. человек с основным залом на 4 000 мест и залом для гала-мероприятий на 2 000 мест, бизнес-центром, таможенным терминалом, кафе, ресторанами и парковкой.

Самым значимым событием, которое проходит на площадке центра, является Петербургский международный экономический форум (ПМЭФ). В 2024 году участниками ПМЭФ стали 21 800 человек из 139 стран мира. В дни проведения форума было заключено 1 073 соглашения на общую сумму более 6,5 млрд рублей.



 ПAVИЛЬОНОВ
3
 КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛЫ
73
 ОБЩАЯ ПЛОЩАДЬ
>560 000 м²
 ВЫСТАВОЧНАЯ ПЛОЩАДЬ
92 841 м²

ОТ ПЕРВОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ ВЫСТАВКИ В МИРЕ ДО ПМЭФ И ГАЗОВОГО ФОРУМА

В новой авторской колонке генеральный директор компании «ЭкспоФорум-Интернэшнл», президент Российского союза выставок и ярмарок, председатель комиссии Российского союза промышленников и предпринимателей по выставочной и конгрессной деятельности Сергей Воронков рассказал, как связаны древнерусские ярмарки и современная конгрессно-выставочная индустрия, почему Россия считается родиной промышленных выставок и какие большие события сегодня — флагманы отрасли.

Сегодня конгрессы, выставки, форумы стали зеркалом, двигателем и уникальным инструментом пересборки экономики, а также — новым институтом социализации и формирования гражданского общества. Эти роли и смыслы были исторически присущи отрасли на всем пути эволюции от момента зарождения до наших дней.

Современная конгрессно-выставочная индустрия России выросла из древнерусских ярмарок. Они были важным инструментом экономической деятельности, способствовали росту торговли и культурному обмену. Ярмарки были единственной возможностью найти новые рынки сбыта, приобрести уникальный товар или получить новые компетенции, обменяться новостями и информацией. Ярмарки известны с IX века, когда русское государство только зарождалось и формировалось. Изначально это были локальные события, но со временем некоторые выросли до глобальных масштабов. Например, знаменитая Нижегородская ярмарка собирала торговцев из Европы, Китая, Индии и других стран.

Следующая важная веха в истории развития ярмарок в России связана с именем Петра I. При нем учреждена московская Главная ярмарка. По указу императора было предписано «стараться об умножении ярмарок», так как через них «растут торги, казенные сборы, развиваются торговля и промыслы».

Как конгрессы и выставки сегодня, ярмарки были не только двигателем торговли, но и важнейшим институтом социализации. Один из ключевых культурных аспектов русских ярмарок — сохранение народных ремесел и традиций.

Промышленная революция привела к трансформации ярмарок в мануфактурные выставки. Первая в мировой истории промышленная выставка прошла 15 мая 1829 года в Санкт-Петербурге в здании нынешнего Зоологического музея. Выставка промышленных и мануфактурных изделий за три недели работы собрала 107 тысяч человек. В дальнейшем подобные мероприятия проводились практически каждые два года в разных городах империи: Санкт-Петербурге, Москве, Варшаве, Нижнем Новгороде, Тифлисе, Ташкенте, Екатеринбурге, Одессе, Киеве, Казани, Омске.

Отдельным направлением развития стали сельскохозяйственные выставки. Первая из них прошла в Одессе в 1843 году при личном участии Императора Николая I. В 1872 году в Москве прошла Политехническая выставка, которая объединила промышленное и сельскохозяйственное направления. Выставка была приурочена к 200-летию Петра I. За два месяца ее посетили 750 тысяч человек.

История выставочной индустрии в Советской России началась с Всероссийской сельскохозяйственной и кустарно-промышленной выставки 1923 года в Москве на территории нынешнего парка им. Горького. Выставка перезапустила экономику страны после революции и гражданской войны. Площадь экспозиции составила 100 га. Ее посетили 1,5 млн человек, а участие приняли свыше 600 зарубежных фирм. Выставка открыла Советскую Россию для иностранцев. Благодаря чему СССР два года спустя впервые был представлен на ЭКСПО в Париже.

Наконец, в 1937 году к 20-летию Октябрьской революции начинает работать Всесоюзная сельскохозяйственная выставка (ВСХВ) нынешняя ВДНХ (Выставка достижений народного хозяйства). Площадка и по сей день остается одной из главных в стране. С 2023 по 2024 год на ней успешно прошла выставка «Россия» (более 18 млн посетителей).

ВРЕМЯ БОЛЬШИХ СОБЫТИЙ

Новейшая история конгрессно-выставочной индустрии в России ведется от распада СССР и образования Российского союза выставок и ярмарок в 1991 году. Новый импульс отрасль получила благодаря строительству новых современных конгрессно-выставочных центров: «Экспофорум», «Крокус Экспо», «Казань Экспо», «Екатеринбург Экспо» и т.д.

В наши дни в России за год проходит свыше 1,5 тысяч промышленных выставок. На них проводится более 55 миллионов встреч и переговоров. А ежегодная сумма контрактов переваливает за 17 трлн рублей — это 10% ВВП страны.

Новая конгрессно-выставочная инфраструктура позволила проводить в стране крупнейшие события мирового уровня по всем международным стандартам — саммит «Россия — Африка», саммит БРИКС, «ИННОПРОМ», Международный форум-выставку «Российский промышленник», Международную судостроительную выставку «Нева» и, конечно же, флагманы отечественного конгрессно-выставочного рынка — Петербургский международный экономический форум и Петербургский международный газовый форум (ПМГФ). Оба проекта в 2024 году продемонстрировали рекордные показатели в истории. ПМЭФ-2024 посетили свыше 20 тысяч гостей из 120 стран. На форуме подписали соглашения на сумму почти в семь трлн рублей. ПМЭФ стал событием, которое формирует контуры нового многополярного мирового порядка.

ПМГФ — это 34 тысячи посетителей из 54 стран, 600 экспонентов на площади в 50 тысяч м², 800 спикеров и 110 мероприятий деловой программы. Газовый форум сегодня — одно из трех крупнейших ежегодных событий отрасли в мире. На полях ПМГФ в «Экспофоруме» принимаются стратегические решения, которые определяют облик индустрии и ее развитие во всем мире.



Социальное крыло конгрессно-выставочной отрасли тоже насыщено крупнейшими событиями. Про 18 млн посетителей на выставке «Россия» уже сказали. Важно, что среди них были и иностранцы, которые увидели реальную картину своими глазами и навсегда перестали верить западным фейкам. Конгрессы и выставки стали еще и инструментом народной дипломатии и мягкой силы.

А такие мероприятия, как чемпионат «Профессионалы», не только способствуют популяризации рабочих профессий, но и содействуют воспитанию новых высококвалифицированных кадров для отечественной экономики. В отборочных этапах принимают участие свыше 120 тысяч человек, лучшие из лучших выходят в финал в «Экспофоруме», где прямо на площадке получают предложения от ведущих работодателей страны.

Работа с молодежью, воспитание подрастающего поколения в духе наших традиционных ценностей — также одна из важнейших стратегических задач государства. А, значит, нужны молодежные фестивали с мастер-классами, конкурсами, лекциями, выступлениями лидеров мнений, кинопоказами. В «Экспофоруме» это — молодежный форум «Петербург — территория национального согласия» или культурно-патриотический фестиваль «Русские меняют мир».

Востребованными остаются и ярмарки, с которых все начиналось. Сегодня они — важный инструмент развития малого предпринимательства. Например, в «Экспофоруме» проходит сельскохозяйственная ярмарка «АГРОРУСЬ». Ее посещают почти 70 тысяч человек. А свыше 200 фермеров со всей страны получают площадку для распространения и популяризации своей продукции.

13 — СЧАСТЛИВОЕ ЧИСЛО ДЛЯ ПРЕМИИ «СОБЫТИЕ ГОДА»

Национальная премия событийной индустрии была основана в 2011-ом году, соответственно, в 2025-ом она прошла в 13-ый раз. За предыдущие 12 лет 4 492 события приняли участие в конкурсе на звание «лучшего», из них 348 получили награды. Более 50 млн просмотров — таков медиаохват этого мероприятия (уверены, что сейчас эта цифра значительно увеличилась). Поддерживают проект 27 отраслевых партнеров, более 40 информационных партнеров и 60 амбассадоров — MICE&more неизменно в их числе, а также в составе жюри. В этой статье мы хотим дать обзор ключевых моментов Премии-2025 и вместе с нашими читателями еще раз порадоваться за победителей. Впрочем, радоваться можно за каждого участника, потому что подача заявки на конкурс — это серьезный шаг, который достоин уважения и внимания. В условиях такой мощной отраслевой конкуренции, участие в премии — уже победа. Можно сказать, что каждый проект — это вклад в развитие индустрии, а еще — это огромная благодарность людей, для которых мы все вместе создаем события.

В жюри «Событие года» входят руководители, ответственные за HR, маркетинг, корпоративную культуру, внешние и внутренние коммуникации крупнейших брендов. Также в составе жюри представлены инфлюенсеры событийной индустрии, главные редакторы отраслевых СМИ, руководители общественных объединений и ассоциаций в области коммуникаций. В 2025-ом состав жюри был обновлен по сравнению с прошлым годом, чтобы участники премии, которые регулярно подают на нее свои проекты, смогли установить новые деловые связи и расширить пул заказчиков.

380 заявок, поданных на конкурс, — рекорд для «События года». Каждому члену жюри на отборочном этапе было необходимо посмотреть около 50 заявок, а это большой труд и высокая ответственность. Ведь так тревожно поторопиться и не пропустить в финал кого-то из самых достойных.

Хотим сказать, что концентрация крутых проектов, поданных на Премию-2025, зашкаливала. Отбирать проекты в шорт-лист было очень сложно. Приходилось сравнивать лучшее с лучшим. Качество реализации это уже из разряда must. Можно сказать, что все номинанты работают на высоком профессиональном уровне. Поэтому в каждом проекте члены жюри старались найти не только что-то отличное, но и «отличное от других». Отметить тех, кто в чем-то оказался на шаг впереди тех, кто задает тренды. Причем неважно — с бюджетом на пять или на 55 миллионов. Удивить можно в любом формате.



ОФЛАЙН-МЕРОПРИЯТИЕ «СОБЫТИЕ ГОДА» 2025: ТРИ В ОДНОМ

Премия «Событие года» 2025 объединила три формата за три дня: открытые защиты, день практикумов и торжественную церемонию.

29 марта. День защиты проектов на новой площадке «Дворец Культур» на Дубровке: три параллельных потока, 127 проектов, 254 номинанта, 45 судей. Слаженная работа, четкость, координация и поддержка.

31 марта. День практикумов также во «Дворце Культур» — не только новые знания, но и новые знакомства. Продуманное пространство, интереснейшая программа, внимание к каждому спикеру и гостю. Менеджеры команды обеспечили ту самую атмосферу, когда хочется остаться подольше и вернуться снова.

1 апреля. Торжественная церемония в Театре им. Маяковского: день, когда каждый смог почувствовать себя звездой. Статусность и престиж в сочетании с креативом — основа этого праздничного вечера. Более 500 человек за сценой: самый изобретательный кейтеринг, роскошный декор, свет, звук, трансляции, артисты, фотографы. Для 600 номинантов и гостей был создан незабываемый wow-эффект.

Ведущая — обворожительная актриса театра и кино Саша Ребенок, проект PERFORMA art festival в лице креативного продюсера Евгении Лассарь, Opensound Orchestra под управлением дирижера Станислава Малышева, режиссер Юрий Квятковский и продюсер / президент НАОМ Юлия Жоля — вот создатели этого фееричного действа.

Среди гостей были замечены такие селебрити как продюсер Андрей Фомин, телеведущий Дмитрий Дибров, актриса кино и дизайнер одежды Марика Кравцова, fashion-диджей Катя Гусева, шоумен Эдик Якут.

Награждение победителей прошло на театральной сцене и стерло границы между церемонией и искусством. Мы все стали свидетелями перформанса — смелого, тонкого, наполненного яркими эмоциями, в своей легкости изящно перекликающегося с веселой атмосферой Дня шутки и смеха. Нет смысла пересказывать все нюансы сценария, там надо было БыТЬ.

ЮЛИЯ ЖОЛЯ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПРОДЮСЕР ПРЕМИИ «СОБЫТИЕ ГОДА», ПРЕЗИДЕНТ НАЦИОНАЛЬНОЙ АССОЦИАЦИИ ОРГАНИЗАТОРОВ МЕРОПРИЯТИЙ (НАОМ):

— Это задача со звездочкой — создавать «Событие года». Во-первых — это ответственно: выбрать событие, которое меняет инфраструктуру, экономику и жизнь людей в целом. Порядка 200 экспертов индустрии оценивают деловые, частные,



корпоративные и социокультурные проекты со всей России. Во-вторых, мы хотим впечатлить самых насмотренных и искусственных профессионалов. И задавать стандарты индустрии. В-третьих, мы делаем представление, которое интересно любому человеку. У нас получилась легкая, гламурная и очень красивая церемония награждения, на которой люди наполнились чувством прекрасного и нашим душевным креативом.

ЕГОР ДОБРОГОРСКИЙ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ COMMUNICATOR CREATIVE EVENTS

— Мы как организационный партнер премии «Событие года» высоко ценим, что в широких рамках этого выдающегося проекта у нас есть возможность объять, казалось бы, необъятное, собрать воедино многие параллельные и пересекающиеся, синхронизировать самые непростые процессы, а фантазии создателей превратить в реальность, которая их самих удивит и порадует. Как руководитель, я горжусь работой моей команды — кураторов Communicator, которые обеспечивают бесперебойный ход всех составляющих. Считаю, что на удивительной церемонии награждения этого года мы каждую деталь воплотили так, что каждый гость ощутил себя частью важного и красивого события.

ПОБЕДИТЕЛИ ПРЕМИИ
«СОБЫТИЕ ГОДА» 2025

«ДЕЛОВОЕ СОБЫТИЕ ГОДА» —
FUTUREMED 2024, ЗАКАЗЧИК И ОРГАНИ-
ЗАТОР — «ИНВИТРО»

«Что будет, если медицина не справит-
ся с четырьмя всадниками Апокалип-
сиса? Добро пожаловать в будущее без
достижений в медицине!» Такая про-
вокационная концепция научно-прак-
тической конференции FutureMed 2024
удивила всех членов жюри. В каче-
стве места проведения организаторы
выбрали нестандартную площадку —
Российский этнографический музей
в Санкт-Петербурге. Деловая програм-
ма FutureMed 2024 — это цельное пове-
ствование, которое движется согласно
основным законам художественного
произведения: от завязки к развитию,
кульминации, развязке и выводам.
Концепция и креативная идея полно-
стью разработана на стороне команды
«ИНВИТРО».



«СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ СОБЫТИЕ ГОДА» —
ПЕРВЫЙ ОТКРЫТЫЙ УЛИЧНЫЙ
ФЕСТИВАЛЬ «ТЕАТРАЛЬНЫЙ БУЛЬВАР»,
ОРГАНИЗАТОР — КОМПАНИЯ «БРАЙТ
ПИПЛ» («ЯРКИЕ ЛЮДИ»), ЗАКАЗЧИК —
ДЕПАРТАМЕНТ КУЛЬТУРЫ МОСКВЫ

На 48 дней жители и гости столицы
погрузились в мир искусства и по-
знакомились со всем многообразием
театральных жанров прямо на улице.
Концепция: у каждого бульвара своя
тема, свои театральные резиденты,
своя театральная программа. Переходя
с бульвара на бульвар, человек гуляет,
наполняется впечатлениями, погру-
жается в творческие процессы и теа-
тральное закулисье. На фестивале зри-
телям была представлена максимально

обширная театральная палитра: от ма-
лых форм до масштабных историй в са-
мых разных жанрах — от классических
до максимально экспериментальных.

«КОРПОРАТИВНОЕ КОММУНИКАЦИОН-
НОЕ СОБЫТИЕ ГОДА» — «РОДИТЕЛЬСКОЕ
НЕ СОБРАНИЕ», ОРГАНИЗАТОР — КРЕА-
ТИВНОЕ АГЕНТСТВО «МЕЛ», КЛИЕНТ —
«ЯНДЕКС ЕКОМ» И «РАЙДТЕХ»

Family Day в самом неожиданном фор-
мате. «Родителей срочно в Яндекс!
Будем разбираться, что натворили тут
ваши дети» — с этой фразы начина-
лось приглашение в офис на специаль-
ное событие для родителей и старших
родственников. Гостями первого «Ро-
дительского НЕ собрания» команды
«Екома» и «Райдтех» Яндекса (Go, Еда,
Маркет, Лавка, Доставка и другие сер-
висы) стали 750 человек, а сам ивент
побил все рекорды вовлеченности
благодаря нестандартному прочтению
формата и креативной идее, которая
подарила гостям яркие эмоции и чув-
ство гордости за своих детей.



«ВЫСТАВОЧНОЕ СОБЫТИЕ ГОДА» —
ВЫСТАВКА «МОСКВА ПРОМЫШЛЕННАЯ.
ГОРОД БУДУЩЕГО», ОРГАНИЗАТОР —
ДЕПАРТАМЕНТ ИНВЕСТИЦИОННОЙ
И ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ ГОРОДА
МОСКВЫ

Выставка проходила в ЦВК «Экспо-
центр» и являлась частью масштабного
форума-фестиваля «Территория буду-
щего. Москва 2030». На 6 000 м² экспо-
зиции были представлены 10 ключевых
направлений столичной промышлен-
ности. В мероприятии принимали уча-
стие более 60 столичных производи-
телей высокотехнологичных отраслей,
которые представили около 120 экспо-
натов. Масштаб аудитории более 65 000

посетителей. Выставка стала не про-
сто местом привлечения туристов,
но и представителем бизнеса (потенци-
альных инвесторов, производителей)
и потребителей товаров.



«ЧАСТНОЕ СОБЫТИЕ ГОДА» — КИНО-
ИВЕНТ «МУЗА», АГЕНТСТВО «БИГ ДЖЕК»

Задача: подарить семейной паре луч-
шую неделю в их жизни. Концепция:
съемка кино на вилле Арверди в Ита-
лии, где главная героиня (супруга кли-
ента) становится музой на съемочной
площадке. Подготовительная работа
длилась четыре месяца, съемка — во-
семь дней. На проект пригласили из-
вестного сценариста Александра Котта
и режиссера-постановщика Анну Цука-
нову-Котт. На главную мужскую роль ут-
вердили Сергея Бурунова. Над фильмом
трудилась команда кинематографистов
из пяти стран. Это позволило создать
атмосферу настоящего кинематографа
и сделать мероприятие незабываемым.



«КОНЦЕРТНО-ТЕАТРАЛЬНОЕ СОБЫТИЕ
ГОДА» — WEDDING AWARDS RUSSIA, ОР-
ГАНИЗАТОР — «ДЛЯ ДВОИХ»&DD-CLUB

Как известно, WEDDING AWARDS — самая
авторитетная премия для свадебных
профессионалов в России, организо-
ванная журналом Wedding, она суще-
ствует с 2013 года. В 2025 году многое
было впервые: новый организатор (ко-
торый стремился создать неожиданное
действие), креативный дресс-код с атмо-
сферой таинственности, выездной фор-
мат в Санкт-Петербурге (в Мраморном

зале Российского этнографического му-
зея, где еще никогда не бывало событий
такого масштаба), фантастическое ди-
зайнерское решение с огромным зерка-
лом и экраном-подиумом и многие дру-
гие впечатляющие моменты. Главным
лейтмотивом шоу стало ОТРАЖЕНИЕ.



«СПОРТИВНОЕ СОБЫТИЕ ГОДА» —
ЦЕРЕМОНИЯ ОТКРЫТИЯ И ЗАКРЫТИЯ
«ИГРЫ БУДУЩЕГО» В КАЗАНИ, «ДИ-
РЕКЦИЯ СПОРТИВНЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ
ПРОЕКТОВ» ГОРОД КАЗАНЬ И «АГЕНТ-
СТВО РАЗВИТИЯ КОМПЬЮТЕРНОГО
И ИНЫХ ВИДОВ СПОРТА»

«Игры Будущего» — новое международ-
ное мультиспортивное событие на сты-

ке спорта, науки и технологий, синергия
классических и цифровых видов спорта.
Международные соревнования прохо-
дят по 21 инновационной дисциплине.
Каждая из них олицетворяет концеп-
цию «фиджитал» (physical+digital),
то есть объединяет физическую куль-
туру и киберспорт или VR-/AR-техноло-
гию, а значит, проверяет навыки атлетов
в двух до сих пор никак не связанных
измерениях.

Первые «Игры Будущего» прошли в Ка-
зани с 21 февраля по 3 марта 2024 года.
Церемония открытия — главное торже-
ственное и самое масштабное меро-
приятие в формате прямой трансляции
с интеграцией технологий AR, которое
знаменовало собой старт «Игр Будуще-
го». Оно включало в себя как офици-
альную часть, так и развлекательную
программу. Церемония закрытия —
торжественное мероприятие, посвя-
щенное окончанию проведения «Игр

Будущего», также включающее в себя
как символическое подведение итогов,
так и шоу. Прямая трансляция Церемо-
нии открытия «Игр Будущего» прошла
на Первом канале в РФ, а также на спор-
тивных каналах в 30 странах мира. Пря-
мая трансляция Церемонии закрытия
прошла на канале «Россия 1».

Гран-При «Событие года» 2025 по-
лучили авторы церемонии открытия
и закрытия «Игры Будущего» в Казани.
Организатор: LYM. Клиент: Дирекция
спортивных и социальных проектов,
г. Казань и Агентство развития компью-
терного и иных видов спорта.



И МАЛЕНЬКИЕ СТАНУТ БОЛЬШИМИ!

Люди! Вы все еще верите, что величие рождается под фанфары и соцсетевые хайпы? Как показывает практика: история пишется не теми, кто ждет озарения в позе лотоса на фоне заката в соцсетях. Ее творят те, кто сегодня, сейчас, с мозолями на ладонях и сомнениями в голове — берет и делает. Даже если шаг кажется ничтожно малым. Особенно — если кажется.



Последние пять лет я, как средневековый паломник с чемоданом вместо посоха, брожу по стране с еретическим лозунгом: «Россия, в которой мы живем, но никогда не были!» Нет, не та, где матрешки плачут от скуки в сувенирных лавках, ряженные цыгане в кокошниках, а к ним резиновые блины и дешевая водка. Моя Россия без пластиковых декораций, но с сырниками из молока коровы, пасущейся за окном, где предприниматель из деревни не просто гонит самогон, а создает крафтовый бренд с QR-кодами на этикетках и разливает его по стеклянным «четвертям» с узким длинным горлышком сине-зеленого перелива, с традиционными костюмами, что шьют руками по восстановленным лекалам прапрабабки, но при этом мастерят сайты на Tilda. Моя Россия про людей, которые, закатав рукава и утирая пот со лба, делают сказку былью, и тех великих дел их внукам хватит.

Стоп. Вы думаете, я расскажу вам про очередной «этно-лофт» с медвежьими шкурами и борщевым фуд-трэшем?

Ошибаетесь. Забудьте про лубочную Русь. В глубинке сегодня рождается новая реальность — без пафоса, но с пассионарностью. Где гостиница — это не покосившаяся изба с мышами, пыльными занавесками и туалетом на улице, а дизайнерский бутик-терем с панорамными окнами и камином, который проектировал выпускник «Стрелки».

Вопрос на засыпку: как превратить заброшенный рыбзавод XIX века в отель с оперными вечерами? Ответ прост — надо просто начать. Не ждать субсидий, не бояться, что соседи назовут дураком. Просто взять и сделать. Как те самые столичные и провинциальные упрямцы, чьи проекты я берегу в галерее своего смартфона, словно своими руками добытые алмазы: пятиэтажный сруб на берегу ледникового озера в медвеьем углу Тверской области, сыроварня в некогда заброшенном колхозе Владимирской области, где камамбер зреет под аккомпанемент рассказов о «золотом веке» колхозной славы, арктическая баня с пармейстером-крымчанином, который парит дубовыми вениками и ими же гонит в очищающие воды Северного Ледовитого океана.

Секрет в деталях. Гул вековых елей, перекликающихся с тиктоком дятла, вместо трескотни слабого wi-fi сигнала. Запах свежеспиленной сосны в номере, который перебивает даже аромат кофе от итальянской кофемашины. Хозяйка, что встречает гостей не словами «ваш паспорт», а пирогом с моршкой. Белокурая шаманка, которая гадает на оленьей шкуре, но предупреждает — только на доброе, чистое, светлое.

А главное — тишина. Та, что звенит в ушах горожанина, привыкшего к вою автосигнализаций и визгу шин. Тишина, которую не нарушаешь, а носишь как унты из оленьей шкуры — бережно, почти благоговейно. И именно в ней рождается мысль:

а что, если? И тут же бьете себя по рукам и задаетесь вопросом: «зачем это мне?» Ответьте лучше: а почему бы и нет, если там, среди лесов и полей уже завтра может родиться ваша личная Россия? Нет, не утопия, — страна, в которой вы живете!

И вот уже бизнес-планы пахнут иначе — не презентациями в PowerPoint, а смолой и дрожжами. Знакомьтесь: Сергей, бывший программист из Питера, бросил офис ради гончарного круга. Его «фишка» — кружки с гравировкой цитат Достоевского. «Зачем? Да чтобы с утра кофе пить с мыслью о вечном!» — хохочет он. А в углу мастерской, под образами, заряжается iPhone 15 — ловит сигнал из спутника, запущенного, между прочим, тоже где-то здесь, на русской земле.

Россия сегодня — не заповедник архаики. Это лаборатория, где смешивают лапотную мудрость с нейросетями, а вместо «закрыто навсегда» пишут «на реконструкции». Эти странные гибриды: экоферма + коворкинг, гастроакадемия в бывшем ДК, сырная лавка с лекторием про философию Ницше. И каждый такой проект — как та самая сосновая щепка в костре: малая, но дающая столько тепла, что хватит обжечь душу даже самому закоренелому скептику.

Парадокс: именно здесь, в глубинке, где до райцентра три часа по бездорожью, рождается та самая «новая искренность». Без фильтров, без пиара, зато с потрясающей верой в то, что твой кусочек России может стать центром вселенной. Пусть и для 10-ти гостей в месяц.

Я было хотел назвать адреса. Но не стану. Потому что настоящая магия — не в геолокации, а в том, чтобы, как эти безумцы, однажды проснуться и решить: «А почему, собственно, не я?»

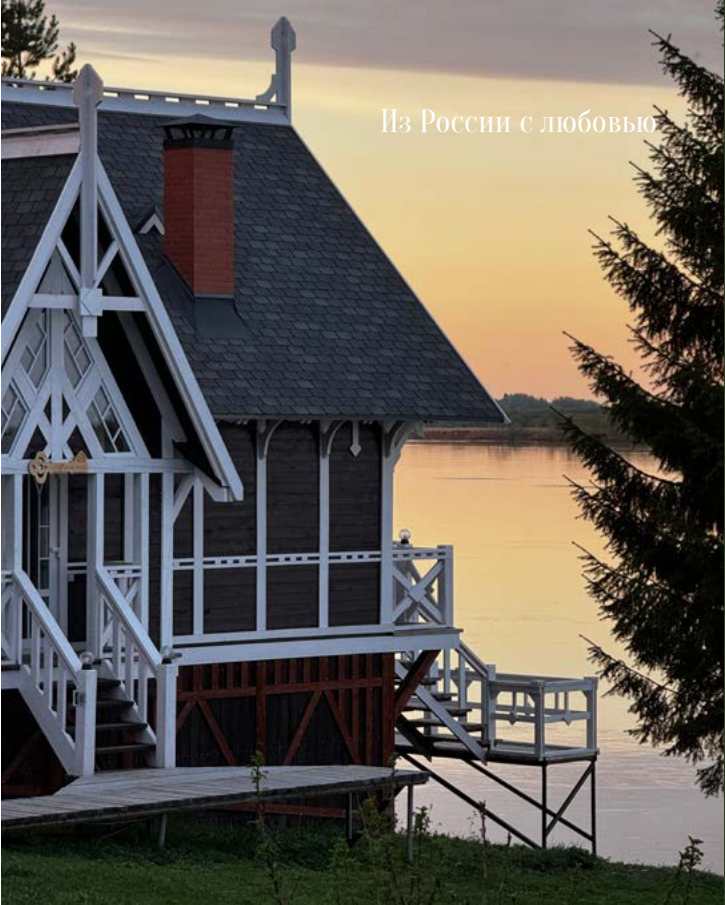
И да, тот пирог с моршкой. Он был настолько хорош, что я спросил рецепт. Хозяйка подмигнула: «Секрет — в ягодах, которые собирают под Полярной звездой». А потом добавила: «И в том, чтобы верить, что гостям это важно».

.....

P.S. А тем временем в Москве креативные директора за миллионы в месяц ломают голову: как создать аутентичный русский бренд. «Съездите в Торопец!» — кричу я им, — «Там вам и аутентичность, и бренд, и — главное — душа. Бесплатно».

ВЛАДИМИР ПОЖИДАЕВ, СОАВТОР ПРОЕКТА BEST RUSSIA, СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ MICE&MORE И С ЛЮБОВЬЮ К ТЕМ, КТО НЕ ЖДЕТ ПЕРМИТОВ ОТ СУДЬБЫ.

P.P.S. На дорожку: да, те самые «титанические проекты» — не в методичках Минэкономразвития. Они там, где предприниматель с пятном от солянки на куртке объясняет инвестору из Москвы, что экотропа важнее SMM-стратегии. И — побеждает.



MICE&more является информационным партнером проекта BEST RUSSIA. Два раза в год мы подробно освещаем эту выставку, знакомимся с экспонентами, рассказываем о них. И хотя в своей статье Владимир Пожидаев не называет имена чудо-локаций, о которых он так поэтически пишет, мы позволили себе дать названия пяти объектов, которые точно входят в его список.

- Топ-5 маленьких отелей с грандиозным воплощением идеи:
- » отель-усадьба «Времена года», д. Наговье, Тверская область;
 - » бутик-отель «Рыбзавод», дельта Волги, с. Самосделка, Астраханская область;
 - » «Точка на карте. Видлица», Республика Карелия;
 - » арт-резиденция «Доминанта», д. Ивановка, Тамбовская область;
 - » «Усадьба Ушмор» и «Усадьба на Пре», Мещёрский национальный парк, Рязанская область.

Чтобы открыть для себя эти и другие туристические хозяйства России лакшери-сегмента, которые вызывают искреннее восхищение, рекомендуем посетить VII выставку BEST RUSSIA сезона осень — зима 2025/2026, которая состоится в Москве 3 октября. Регистрация здесь:



bestrussia.org/ru/exhibition/about

ВЕСНА И ЛЕТО В ПРЕМИАЛЬНОМ СЕГМЕНТЕ СТАРТУЮТ НА BEST RUSSIA

21 марта в Москве, в отеле «САФМАР Аврора Люкс» состоялась VI выставка B2B-проекта BEST RUSSIA, посвященная лучшему, что есть в отечественной индустрии туризма. В двухдневной программе приняли участие порядка 350 профессионалов туриндустрии из 35 регионов России.

Тема этой весенней выставки была обозначена как «Расцветай!». Весна в России — время возрождения, новых свершений и возможностей, что подчеркивает важность применения новых каналов продаж, расширения географических горизонтов, обновления профессиональных знаний и деловых

контактов. Весна — это время роста объемов, повышения узнаваемости и укрепления имиджа премиального поставщика туристических услуг.

Мы рады, что в формате выставки, в нашей уже традиционной медиазоне, был презентован новый номер MICE&more с ярко-желтой «мимозной» обложкой, который прекрасно вписался в тему весны и премиального туризма, в том числе, и тематически, потому что он посвящен отдыху, физической и духовной перезагрузке, ментальному обновлению и, конечно, тем прекрасным объектам на карте России, которые способствуют восстановлению сил.

Организаторы проекта отмечают стремительное развитие внутреннего туризма и продолжающийся рост интереса к премиальному отечественному турпродукту со стороны профессиональных покупателей, это подтверждают цифры выставки.

В статусе профессиональных покупателей на выставку были зарегистрированы порядка 270 посетителей, из них более 30% — новые участники — туристические агентства, консьерж-службы, персональные ассистенты частных лиц, MICE-агентства, корпоративные клиенты, организаторы мероприятий.

Из 18 регионов России прибыли в Москву в составе региональной делегации 33 представителя VIP-агентств. Для них накануне выставки был организован прием в формате «Кавказский вечер» совместно с туроператором по Северному Кавказу «Лига-Тур».

Весной 2025 года на 70% увеличилось количество экспонентов, принявших участие в выставке BEST RUSSIA впервые. Десять экспонентов участвовали в выставке в шестой раз и не пропустили ни одного мероприятия, начиная с 2022 года. Всего выставка собрала 55 поставщиков туристических услуг из 20 регионов России.

Широко был представлен Дальний Восток: Приморье во главе с ТИЦ Приморского края, Камчатка, остров Сахалин и Курильские острова. Заявились достаточно известные и уже популярные направления: Черноморское побережье от Крыма до Сочи, регион озера Байкал, Алтайский край и Республика Алтай, Карелия и Дагестан, а также Московская, Тверская, Мурманская, Калининградская, Астраханская, Новгородская и Ленинградская области. Впервые участвовали представители принимающей компании из Нижегородской области и уникальный объект размещения в Тамбовской области. Были представлены Центр энологии, бизнес-авиация, круизная компания, инновационный курорт превентивной медицины. Неизменно присутствовали лидеры роскошного отдыха и VIP-путешествий — Москва и Санкт-Петербург.

Выставка проходит в формате заранее согласованных встреч: у каждого экспонента в распоряжении 22 слота по 15 минут для проведения индивидуальных переговоров с посетителями — потенциальными покупателями.

Параллельно встречам поставщиков с покупателями, в рамках выставки состоялась деловая программа. Прежде всего хотим отметить панельную дискуссию «Культура отдыха в России», подготовленную с MICE&more как с информационным партнером. Модерировал разговор один из основателей проекта BEST RUSSIA **Владимир Пожидаев** — по совместительству автор колонки «С любовью из России». Главным спикером стала основательница MICE&more **Лина Москвина**, которая искусством work-life-balance владеет практически безупречно. Ее собеседницей выступила героиня обложки весеннего номера **Анастасия Молочкова**, исполнительный директор Дирекции по управлению туристическим бизнесом СБЕР.

Также в деловой программе были представлены правовой семинар «Персональные данные 2025» от юридического агентства, мастер-классы от экспертов индустрии по организации премиальных путешествий на Камчатке, в регионе озера Байкал, в Арктике, заповедной дельте Волги, в Тамбовской области и выступления по актуальным вопросам отечественного премиального туризма — о речных круизах класса люкс, о формате аутентичных бутик-отелей в особняках (которые являются объектами культурного наследия), об инновационных методиках оздоровления.

В завершении выставки состоялся торжественный гала-вечер в стенах гостиницы «Сафмар Аврора Люкс» с розыгрышем призов и подарков от экспонентов. Гостей удивили оформление зала и культурная программа, демонстрирующие концепцию всего мероприятия.

ВЫСТАВКА BEST RUSSIA СЕЗОНА ОСЕНЬ / ЗИМА 2025-26 СОСТОИТСЯ 3 ОКТЯБРЯ В МОСКВЕ.

ЦИФРЫ ВЫСТАВКИ BEST RUSSIA СЕЗОНА ВЕСНА / ЛЕТО 2025

- » 350 профессионалов туриндустрии из 35 регионов России
- » 55 экспонентов из 20 регионов России
- » 270 профессиональных посетителей, в том числе, 33 делегата из 18 регионов России
- » 1 200 слотов для проведения B2B-переговоров лицом к лицу
- » 1 панельная дискуссия, 1 юридический семинар, 8 мастер-классов от экспертов индустрии по организации премиальных путешествий

ОСНОВАТЕЛИ ПРОЕКТА BEST RUSSIA: Светлана Устьян, Эллина Акиншина, Владимир Пожидаев

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР ВЫСТАВКИ: сеть отелей Safmar Plaza

ОТЕЛИ-ПАРТНЕРЫ: «Националь», «Аврора Люкс», «Палас Москва», «Гранд Москва»

ПАРТНЕР: Центр энологии Chateau Tamagne



По вопросам участия в выставке:
Эллина Акиншина, соавтор проекта
телефон: +7 (918) 202-81-81,
почта: akinshina@bestrussia.org

По вопросам информационного
партнерства: pr@bestrussia.org

РАЗГОВОР О МАСШТАБНЫХ ИДЕЯХ НА КОНКРЕТНОМ ПРИМЕРЕ

21 мая в СберОфисе состоялся Экспертный совет MICE&more на тему масштаба проектов, идей и кластеров России. В центре нашего внимания был курорт «Манжерок» с глобальными планами, возможностями для мероприятий и уникальной инфраструктурой. «Манжерок» — пример очень масштабного и современного туристического кластера, в котором будет конгресс-центр на 4 000 человек.

кина (директор проектов, дирекция по управлению тур.бизнесом СБЕР). Модерировала обсуждение — основатель маркетинговой экосистемы MICE&more Лина Москвина. Главным спикером выступила Анастасия Молочкова, исполнительный директор Дирекции по управлению туристическим бизнесом СБЕР.



АНАСТАСИЯ МОЛОЧКОВА

СБЕР — очень амбициозная компания, которая создает масштабные проекты. «Манжерок» можно назвать мегаамбициозным. Изначально Герман Оскарович Греф поставил задачу создать один из лучших курортов мира. Ее реализация стала возможной благодаря нескольким факторам: большим финансовым инвестициям, осознанному и грамотному подходу к их использованию, а также вовлеченности топ-менеджмента. Такой подход руководства, безусловно, очень вдохновляет всю команду. В контексте масштабности хочу отметить, что в перспективе готовятся к открытию парк семейных развлечений, большой конгресс-центр на 4 000 человек, два пятизвездочных отеля и комплекс апартаментов.

Одна из главных текущих задач в плане роста — сделать курорт круглогодичным. Сейчас на «Манжероке» два ярко выраженных сезона — лето и зима, хотя весной и осенью на курорте также очень красиво, цены ощутимо ниже, а для групп есть различные спецпредложения.

Для индивидуальных путешественников также готовим специальное предложение, которое наполнено всевозможными активностями для детей и взрослых.



УЛЬЯНА ДОРОЖКИНА

На курорте постоянно работает анимация для гостей. Помимо развлекательной программы на нашей территории, мы организовываем для гостей активности за его пределами. Например, можно принять участие в местных праздниках — в фестивале «Алтайская весна» или в уникальном Празднике цветения маральника. Много активностей и для групп: сплавы по горным рекам, рыбалка на горном озере, конные прогулки. Для особо искушенных гостей можем предложить вертолетные прогулки,



а для любителей спокойного летнего отдыха готовим пляж на берегу озера Манжерок. Вокруг озера проложены экотропы, чтобы можно было прогуляться пешком или проехать на велосипедах, подышать горным воздухом.

Для погружения в культуру Алтая можно организовать выездные мероприятия в места, где живут коренные алтайцы: познакомиться с местным бытом, организовать культурную программу с танцами и горловым пением, мастер-классами по местным ремеслам или устроить встречу с шаманом.



АННА ТАРАТУТИНА

В прошлом году в августе мы организовали на курорте «Манжерок» короткий инсентив на 55 одноместных номеров, две ночи / три дня. В силу высокой за-

грузки локации это не самое удобное время для корпоративных групп, тем более что запрос мы прислали в июне. На этапе подготовки были определенные сложности с коммуникациями и не сразу получилось настроить оперативное общение площадкой, но ближе к мероприятию получилось синхронизироваться с коллегами и совместно подготовить отличное мероприятие. К организации на месте не было никаких вопросов. Обратная связь по курорту только хорошая. В программе у нас были джиппинг и моторафтинг, посещали пещеры. Группа вернулась очень заряженная! Для дальнейшего развития рекомендую укреплять и развивать департамент, который внутри курорта будет отвечать именно за MICE.



ПАВЕЛ ШВЫДКОВ

Для развития и роста в регионе хотелось бы привлекать на Алтай туристов не только из России, однако длинный перелет с пересадками многих останавливает. Хорошим аргументом для принятия решения могут быть рейсы FlyDubai в Новосибирск, откуда можно долететь до Горно-Алтайска всего за один час. Если со временем появятся допуски и других иностранных авиакомпаний, это очень поспособствует росту спроса и привлекательности среды иностранцев.



ОЛЬГА МИХНЕВИЧ

Для меня, как представителя индустрии делового туризма, важно понимать позиционирование курортов, насколько они, действительно, хотят развивать конгрессную инфраструктуру. В своей работе я неоднократно сталкивалась с объектами, где, несмотря на наличие площадок для деловых мероприятий, руководство было ориентировано на индивидуальный туризм, и тогда инфраструктура простаивала. Исходя из того, что я слышала о «Манжероке», и лично зная долгое время Анастасию

Молочкову как крепкого профессионала, уверена, что у места с таким огромным потенциалом будет сбалансированный подход к позиционированию. Также внушает позитив тот факт, что отсутствует спешка в запуске комплекса, все работы ведутся в плановом режиме, руководители прислушиваются к обратной связи. Подобные продуманные проекты — это визитные карточки нашей страны, которые повышают ее статус и привлекательность не только внутри России, но и на весь мир.

АНАСТАСИЯ МОЛОЧКОВА

Деятельность СБЕРа не ограничивается только территорией курорта. В настоящий момент строится скоростная дорога от аэропорта Горно-Алтайска, что позволит гостям добираться сюда всего за 15 минут. Да и сам аэропорт уже сильно изменился благодаря СБЕРу, а к 2028 году мы существенно увеличим пассажиропоток за счет строительства нового международного терминала. Кроме того, приходя в новый регион СБЕР всегда активно вкладывается в его инфраструктуру и социальную сферу. Помимо 3 000 рабочих мест, которые обеспечивает курорт для региона, руководство СБЕРа оценивает общую нехватку кадров в детских садах, школах, прочей инфраструктуры, и работает над этим — планирует построить городок для сотрудников с социальной инфраструктурой.

Интерес к Горному Алтаю всегда был высоким среди соседних регионов, в последние годы он активно растет среди гостей со всей России. «Манжерок», как проект, станет воротами в это место силы и якорем для его исследования. Сюда, точно, надо приезжать не на один день. Алтай затягивает, очень много красивых мест, которые можно и нужно посмотреть. Уже сейчас строятся другие гостиничные комплексы, мы приветствуем конкуренцию, потому что она является мощным драйвером раз-

вития. Чем больше качественных туристических комплексов здесь появится, тем выше будет уровень развития региона. Уверена, что уже через пару лет Алтай станет точкой притяжения для всей России, а «Манжерок» яркой звездой на MICE-карте нашей страны.



СЕРГЕЙ РЫЖОВ

«Манжерок» — это даже не курорт, это кластер. Подобные объекты должны становиться точкой притяжения, визитными карточками региона на мировой арене. Сейчас можно сосредоточиться на странах БРИКС и СНГ. Но здесь важно участие правительства региона, потому что отдельные ДМС вряд ли справятся с такой задачей. Алтайское Министерство экономического развития уже занимается этим. Указатели, надписи, названия — все это приводится в единый стиль, дублируется на английский язык, то есть адаптируется под международный туризм. Курорту необходимо привлекать к себе ежегодные отраслевые события и небольшие фестивали, слеты, сессии, встречи бизнес-клубов, которые, с одной стороны, будут заполнять номерной фонд в межсезонье, а с другой, увеличивать узнаваемость курорта, способствовать повышению его привлекательности.

Хорошим примером может послужить ежегодный HR-форум в Екатеринбурге. Там собирается порядка 300 профессионалов в сфере работы с персона-

лом со всей страны. Часть из них потом привозит в Екатеринбург свои компании для проведения корпоративных мероприятий. Подобную стратегию как инструмент маркетинга, мне кажется, «Манжероку» необходимо смотреть. Не надо сейчас задумываться о крупных многотысячных фестивалях — людей некуда будет разместить пока. Но регулярные события на 300-500 участников каких-то сообществ — это то, что необходимо закладывать в стратегию развития курорта. Можно изучить форумы, которые проходят в Москве и предложить им сменить место проведения.

ЛИНА МОСКВИНА

Взаимодействие отелей и курортов с разными сообществами — это тренд. Например, мы сотрудничаем с Ассоциацией менеджеров России, это целая вселенная, там свой мир с сегментацией направлений, свои мероприятия и премии. Таких структур, действительно, очень много, их нельзя недооценивать. Сейчас людям недостаточно просто ходить на работу, они хотят расти в профессиональном и личностном плане, развиваться, получать дополнительные знания. Для мероприятий это целая ниша. Нужно подстраиваться под этот спрос, и думать, как его использовать для себя, задавать собственные тренды. Кто-то формирует свои сообщества, кто-то, как участник, использует их возможности для продвижения, кто-то организует для них ивенты — вариантов много. Тем более, что в России насчитывается более 20 000 отраслевых сообществ!

СЕРГЕЙ РЫЖОВ

Нужно обратить свое внимание не только на корпоративные университеты, но и ВШЭ, Президентскую академию (бывший РАНХиГС), вузы, работающие с MBA, бизнес-тренеров, которые формируют стратегии. Под такие межотраслевые события всегда разрабатывается

дополнительная программа активностей, являющаяся частью программы обучения, способствующая развитию навыков командной работы и разработке стратегий.

Как правило, выбором площадки для проведения мероприятия занимаются не первые лица компании, а маркетологи, HR, специалисты по обучению. Им важно увидеть, что площадка откликается на их запрос, и они на ней смогут решить свою задачу.



ИЛЬЯ БРИЛЕВ

Я рад, что многие объекты в нашей стране, которые были задуманы для использования внутри крупных корпораций, перерастают себя и становятся общедоступными, популярными, притягательными для всех. Мне было приятно услышать, что «Манжерок» готов разворачиваться в сторону MICE-сообщества. Для стабильности развития таких курортов важно, чтобы подтвержденные запросы на мероприятия не отменялись и не переносились по причине внутренних интересов владельца.

Хочу напомнить, что «Красная Поляна», «Роза Хутор» и другие сочинские курорты, появившиеся к конкретному событию, к Олимпиаде, полностью преобразили туристические возможности региона. Так будет и с Алтаем. Уже совсем скоро мы принципиально по-другому будем оценивать это направление.



АЛТАЙСКОЕ ЧУДО — КУРОРТ «МАНЖЕРОК»

В Советском Союзе была популярна песня Эдиты Пьехи про неведомый Манжерок. Тогда это было небольшое село на Алтае. Сегодня «Манжерок» — крутой всесезонный горный курорт, который развивается невероятными темпами и куда многим хочется попасть. Мы начинаем серию публикаций, в которых познакомим вас с подробной информацией о нем.

«Манжерок» — круглогодичный курорт, расположенный в 30 минутах езды от аэропорта Горно-Алтайска у подножия горы Малая Синюха рядом с Манжерокским озером. Для зимнего отдыха подходят месяцы с начала декабря и до середины апреля, потому что на курорте работает самая большая в стране система искусственного оснежения на все 50 км трасс, и любители горнолыжки уже прозвали «Манжерок» лучшим вельветовым курортом в России с широкими и хорошо подготовленными трассами. А еще здесь самая большая в России зона вечернего катания. В отличие от «Красной Поляны» пик сезона начинается в середине декабря и длится до середины марта за счет

сухого климата и отличного состояния трасс, которые не зависят от погодных условий, а только от оснежения. Для теплого отдыха подходит период с мая по октябрь: в это время можно наслаждаться прогулками по экотропам, экскурсиями по живописным уголкам Алтая, активным отдыхом на квадроциклах, катамаранах, пикниками на берегу Катунь и даже пляжным отдыхом на берегу озера Манжерокского. Осень в «Манжероке» — волшебное время года: склоны гор окрашиваются в разные цвета, а воздух особенно чист и прозрачен. В ноябре низкий сезон и по этой причине выгодные цены (хотя, как мы знаем, понятие сезонности становится все более размытым).

Горный курорт «Манжерок» считается самым посещаемым курортом Сибирского Федерального округа и лучшим инвестиционным проектом в России. На огромной развивающейся территории расположены 50 км горнолыжных трасс разной сложности как для начинающих, так и для продвинутых, два отеля — 5* и 3*, комплекс премиальных шале, SPA и уникальные горные бани, прокаты с новым качественным лыжным и сноубордическим оборудованием, мультимедийный каток, панорамные рестораны, конгресс-холл, детский парк развлечений «Лес чудес», тематический парк «Хранитель Большого Алтая» на высоте 1 020 метров, а еще новый байк-парк — комплекс из семи трасс разного уровня сложности для скоростного спуска на горных велосипедах.

ОТЕЛЬ 5* — ВСЕ ДЛЯ ИДЕАЛЬНОГО ПУТЕШЕСТВИЯ

Для путешествия любого формата — семейного, романтического, спортивного, корпоративного. Это 304 номера различных категорий (от делюкса до эксклюзивного сюта) с панорамным видом на горы и озеро. В отеле расположены: один из крупнейших спа-комплексов в России — 4 900 м², просторный конгресс-холл, два этажа интерактивного парка «Лес чудес» и множество гастрономических объектов с разнообразными концепциями.

Формат ski-in / ski-out обеспечивает удобство для лыжников и сноубордистов: подъемники в шаговой доступности, лыжные комнаты с сушилками и прокат оборудования.

Команда ежедневно заботится о программе анимации и досуге: гостей отеля ждут игры, мастер-классы, квизы, спортивные и культурные мероприятия.

СЕМЕЙНЫЕ ШАЛЕ ДЛЯ ПРЕМИАЛЬНОГО ОТДЫХА

Курорт «Манжерок» предлагает уникальный комплекс из девяти премиальных шале из сибирского кедра, privately организованные среди многовековых деревьев с индивидуальными выкатами от горнолыжных трасс к каждому шале (ski-in / ski-out). Шале носят названия «Алматы», «Ашхабад», «Баку», «Бишкек», «Душанбе», «Ереван», «Самарканд», «Тбилиси», «Казань», их изысканные интерьеры художественно осмысляют эти названия. Каждое шале площадью 411 м² с четырьмя спальнями и просторной террасой. Это подлинная роскошь в самом живописном окружении природы.

ПАНОРАМНЫЕ РЕСТОРАНЫ С АУТЕНТИЧНОЙ КУХНЕЙ

На территории курорта «Манжерок» открыто шесть больших ресторанов с разной концепцией для гостей и проведения клиентских мероприятий:

- » ресторан «Панорама 1020» на вершине склона с потрясающими видами (275 мест);
- » ресторан «Тенгри» в отеле 5* с VIP-залом и видовой верандой (124 места);
- » паназиатский бар «Чилим» в отеле 5* с оригинальной коктейльной картой (на 154 места);
- » ресторан «Горный» в отеле 3* с русской кухней, для душевных вечеров есть отдельный VIP-зал (72 места);
- » семейное кафе «Баламут» на территории парка «Лес чудес» (на 46 мест);
- » ресторан «Манжара» в комплексе премиальных шале с видовой террасой и изысканным интерьером (120 мест).

Также на курорте есть фуд-корт с широким выбором блюд, изысканный лобби-бар, бар Apres-ski, гастронаб «Хмель и ели» и ряд точек быстрого питания на горе и променаде.

Про ресторан «Панорама», расположенный на высоте 1 020 метров, хочется рассказать отдельно, потому что из панорамных окон открывается потрясающий вид на долину реки Катунь и алтайские горы. Но и это еще не все! В самом центре зала расположена VIP-комната. Благодаря уникальным стеклам с функцией затемнения, гости могут наслаждаться приватностью и комфортом в любое время. В ресторане подают блюда аутентичной алтайской кухни и эксклюзивные гастрономические сетов от шеф-повара. Кроме того, есть возможность разработки персонализированного меню для мероприятий, включая уникальные иммерсивные ужины, которые превратят любое событие в абсолютно незабываемое.

БАННЫЙ КОМПЛЕКС И SPA — МЕЧТА ГЕДОНИСТА!

Банный комплекс «Манжерока» предлагает три private бани, расположенные среди живописного леса и полностью построенные из многовекового сибирского кедра. Каждая баня располагает собственным подогреваемым озером с кристально чистой водой из реки Катунь, а само озеро выложено шунгитом — камнем, который добывается в Карелии и обладает очищающими свойствами. Температура воды остается постоянной на уровне +7 °C в течение всего года. Гостям доступны услуги профессиональных пармейстеров, разнообразные виды парных и уникальные спа-программы. Великолепные виды на горы и завораживающий интерьер создают идеальные условия для незабываемого отдыха.

Термальные зоны SPA-комплекса очень разнообразны: гости могут посетить панорамную сауну, ощутить благоприятное воздействие алтайской бани, повысить иммунитет в соляной пещере и попробовать множество других процедур, которые целебно воздействуют на организм человека. Крытые бассейны позволяют плавать и релаксировать в воде в любое время года. Гости, проживающие в номерах отеля, могут неограниченное количество раз посещать все термальные зоны SPA-комплекса.

Наше знакомство с курортом «Манжерок» скоро продолжится! Следите за нашими публикациями.



mice@mglk.ru

МЕЧТА ДЛЯ ГРУПП: ОТЕЛЬ ВДАЛИ ОТ ЦИВИЛИЗАЦИИ

Мы продолжаем свой рассказ об объектах, которые находятся в эксклюзивной продаже туроператора «Панарктик Стар». На Крайнем Севере, за Норильском, есть парк-отель «Нералах», который принимает гостей с июля по сентябрь. Проживание там лицом к лицу с абсолютной природной красотой завораживает...



ПРИРОДА КАК В ПЕРВЫЙ ДЕНЬ ТВОРЕНИЯ

Представьте себе: легендарное плато Путорана, бескрайняя горная равнина в заполярной тундре, испещренная каньонами, где скрываются вечнозеленая тайга, тысячи рек, озер и водопадов... И среди этой неимоверной красоты на берегу чистейшего озера Лама — дизайнерский парк-отель «Нералах», готовый принять до 40 гостей.

Отель выполнен в стиле барнхаус, то есть сочетает в себе элементы традиционного сельского дома и самых современных дизайнерских решений. Номерной фонд представлен 18-ю коттеджами: в вашем распоряжении 12 домов категории «стандарт» до трех человек (площадью 17 м²), пять домов категории «сюит» с гостиной и спальней до трех человек (площадью 32 м²) и один просторный дом категории «люкс» на пять человек с двумя спальнями, собственной баней и беседкой. В каждом коттедже предусмотрена зона отдыха, панорамные окна с видом на озеро и горы, отопление, ванная комната и терраса с уличной мебелью.

РЕСТОРАННОЕ ПИТАНИЕ «ВСЕ ВКЛЮЧЕНО»: БОГАТСТВА КРАЯ НА СТОЛЕ

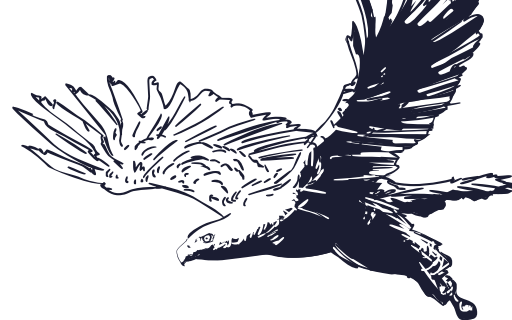
В отеле предусмотрены два бар-тента. В меню шведской линии (помимо хорошо знакомых европейских блюд) представлены местные специалитеты: блюда из оленины, местной рыбы (хариус, голец, налим), собранных в окрестностях грибов и ягод (красноголовики, брусника, голубика, черника).

Также по индивидуальному заказу отель может предложить выездной фуршет в живописном месте на берегу озера Лама. И — внимание! — пригласить для реализации этого запроса именитых шеф-поваров из лучших московских ресторанов.

Ресторан совмещен с лобби, где в любое время можно заварить ароматный чай или сварить чашечку кофе.

ПОЛНОЕ ЕДИНЕНИЕ С ПРИРОДОЙ НА РОССИЙСКОМ ПОЛЮСЕ НЕДОСТУПНОСТИ

Вы слышали такой термин? Его придумали советские геологи из-за труднодоступности территории и удаленности от любых населенных мест.



Программа туров в «Нералах» наполнена аутдор-приключениями, которые точно можно назвать уникальными. Путешественники наблюдают удивительное разнообразие плато Путорана во время трекингов и покорения гор без вершин, они наслаждаются зеркальной гладью изумрудного озера Лама во время водных прогулок на лодках «Зодиак», а самые активные даже осваивают заполярный каякинг и сап-бординг.

Очень рекомендуем, выбирая «Нералах», заказать фантастические вертолетные прогулки к водопадам:

- » Иркиндинский водопад — визитная карточка плато и самый живописный на Таймыре;
- » Кандинский водопад — самый высокий водопад России с прямым падением воды с высоты 108 метров;
- » Оранский водопад — водопад с самой широкой кальдерой в стране (кальдера — это котловина вулкана);
- » Большой Курейский водопад — самый мощный водопад России.

В отеле работает крепкая команда профессионалов. У каждого гида — большой опыт работы в сфере туризма и широкий спектр хобби от спортивного ориентирования до спелеологии. Все гиды ежегодно проходят курсы спасателей и повышения квалификации, а также изучают историю Таймыра и плато Путорана.

ПОЕХАТЬ В «НЕРАЛАХ» И ПЕРЕРОДИТЬСЯ

На территории отеля находятся две бани-бочки с панорамным видом на озеро Лама. В каждой бане есть парная, комната отдыха, терраса и, конечно, отель предоставляет услуги опытного банщика.

КАКОЙ ФОРМАТ МЕРОПРИЯТИЯ ВЫБИРАЕТЕ?

Даже на краю света возможны самые разнообразные форматы выездных мероприятий для группы до 40 человек, если это локация с таким высоким качеством как парк-отель «Нералах».

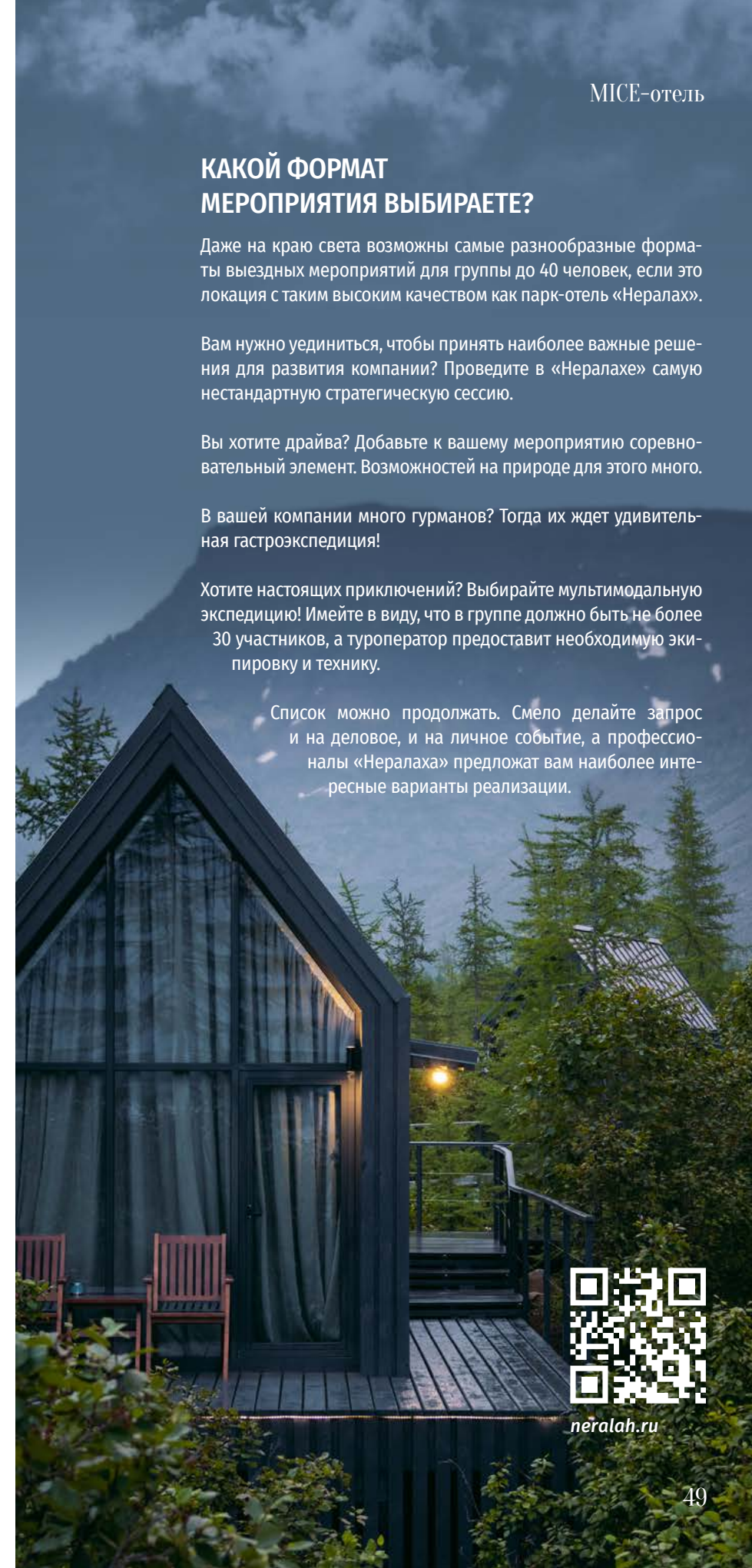
Вам нужно уединиться, чтобы принять наиболее важные решения для развития компании? Проведите в «Нералах» самую нестандартную стратегическую сессию.

Вы хотите драйва? Добавьте к вашему мероприятию соревновательный элемент. Возможностей на природе для этого много.

В вашей компании много гурманов? Тогда их ждет удивительная гастроэкспедиция!

Хотите настоящих приключений? Выбирайте мультимодальную экспедицию! Имейте в виду, что в группе должно быть не более 30 участников, а туроператор предоставит необходимую экипировку и технику.

Список можно продолжать. Смело делайте запрос и на деловое, и на личное событие, а профессионалы «Нералах» предложат вам наиболее интересные варианты реализации.



neralah.ru

RIVIERA WELLNESS RESORT 5*: НИКАКИХ РАМОК ДЛЯ ВАШЕГО МЕРОПРИЯТИЯ!

О Riviera Wellness Resort 5* мы уже неоднократно писали в 2024-ом году. Это исключительное место, которое сочетает в себе элементы роскоши и заботы о здоровье. В 2024 году курорт получил свою коллекцию новой наградой от Национальной гостиничной премии, получив признание «Лучший загородный отель», и уже в 2025 году завоевал первое место в номинации «Лучшая креативная концепция отеля» на международном фестивале событийного маркетинга и коммуникаций ВЕМА. Мы считаем, это отличный повод сделать новую публикацию!

Расположенный на живописном берегу озера, этот бутик-отель предлагает своим гостям не только комфортабельные номера, широкий спектр услуг, направленных на поддержание физического и эмоционального благополучия, но еще является кластером для реализации масштабных событий — корпоративных, частных, региональных. Это место для генерации новых идей.

Готовы удивляться? Пожалуйста! Многофункциональный конгресс-холл Riviera Space, оснащенный современным оборудованием, является площадкой для Студии органной музыки Тимура Халиуллина, где каждый желающий, приехав на курорт, может прикоснуться к королю музыкальных инструментов — органу, и даже взять пробные уроки игры. Предполагаем, что это единственный в мире курорт, имеющий в собственности орган!

МЕСТО МЕЧТЫ ДЛЯ ОТДЫХА И РАБОТЫ НА ЛАЗУРНОМ ОЗЕРЕ

Совмещение возможности для работы и отдыха делает Riviera Wellness Resort привлекательным как для туристов, так и для бизнесменов. Гости могут наслаждаться тишиной и красотой окружающей природы, не забывая о своих рабочих обязательствах. Курорт оснащен тремя пляжами, где даже самый привередливый гость останется доволен безмятежным отдыхом на берегу Лазурного озера. «Белый пляж» располагает инфинити-бассейном с восхитительным панорамным видом: это словно произведение искусства, созданное человеком в союзе с природой. Отдых на «Оливковом пляже» переносит в атмосферу релакса где-то на белоснежном берегу бесконечного океана: спрятаться от знойного солнца можно под пальмовыми крышами. «Южный берег» укроет от суеты: здесь можно помечтать, покачиваясь в гамаке в тени деревьев и вглядываясь в водную рябь, игриво гонимую легким ветром.

КОНГРЕСС-ХОЛЛ МЕЧТЫ RIVIERA SPACE

Riviera Wellness Resort предлагает уникальное пространство для проведения мероприятий. Конгресс-холл с тремя площадками общей площадью до 600 м² идеально подходит для организации свадеб, конференций, семинаров и корпоративных мероприятий (здесь даже возможно провести презентацию автомобиля).

Индивидуальный подход к каждому событию со стороны команды отеля позволит заказчику реализовать самые нестандартные пожелания. Современное оборудование, включая аудиовизуальные технологии, LED-экраны и мониторы с высоким разрешением, гарантируют успех любого мероприятия.

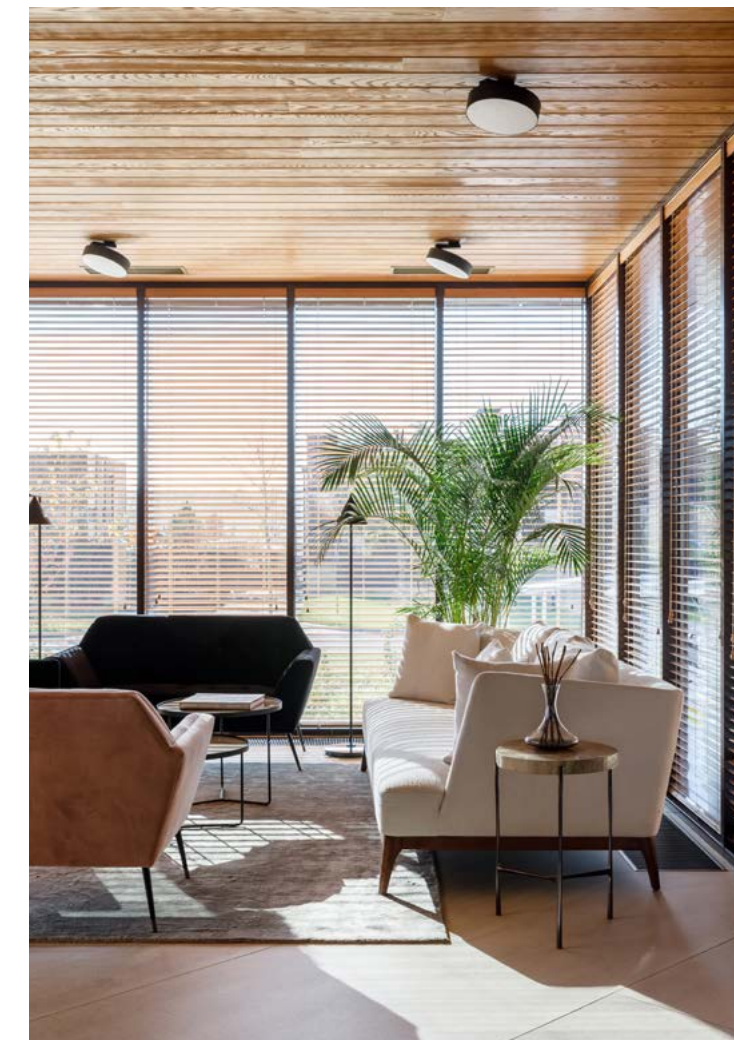
Конгресс-холл предоставляет услуги по организации кофе-брейков, бизнес-ланчей и фуршетов, которые отвечают самым высоким стандартам качества. Квалифицированный персонал готов помочь в проведении мероприятия на всех этапах — от планирования до реализации.

ПРОЖИВАНИЕ МЕЧТЫ

Каждый номер в бутик-отеле оформлен с учетом самых современных тенденций дизайна, гарантируя при этом максимальный комфорт и уют. Просторные помещения, высококачественная мебель и тщательно подобранные детали создают атмосферу спокойствия и расслабления. Гостям доступны различные типы номеров — от стандартов до люксов, которые подойдут как для романтического уикенда, так и для семейного отдыха или корпоративного заезда на высоком уровне.

ГОВОРИТ И ПОКАЗЫВАЕТ РИВЬЕРА

ГИПР — это полномасштабный познавательный проект, в рамках которого представлены глубокие интеллектуальные беседы, насыщенные лекции, театральные постановки, музыкальные вечера и другие культурные и интеллектуальные встречи. Riviera Space является малой сценой Белгородского драматического театра имени М.С. Щепкина.



Россия, Белгородская область,
п. Разумное, ул. Прелестная, 1
Отдел продаж: +7 (4722) 37-61-68
Отдел бронирования: 8-800-300-26-31

hotel.rivierapark.ru

ВЕСЕННИЙ ВАЙБ УДАЛСЯ! ТЕМА «ОТДЫХ&MORE» ЗАТРОНУЛА КАЖДОГО!

12 марта в бизнес-пространстве «Ладога» Конгресс-центра ЦМТ собрались более 100 участников Community MICE&more, чтобы вместе «распаковать» весну, запустить процесс обновления, представить новый весенний номер MICE&more и раскрыть интригу — кто же изображен на его обложке. Нам это удалось! Главное, мы смогли разносторонне, с участием интересных спикеров, представить тему весеннего номера, посвященную восстановлению сил и культуре отдыха, в том числе, на корпоративном уровне.

День начался ... с солнца. Словно по заказу оно выглянуло из-за облаков, и весна вступила в свои права. А вскоре и сам зал «Ладога» заиграл всеми весенними цветами, потому что дресс-код нашей встречи был обозначен как «все цвета тюльпанов». Участники Community MICE&more очень серьезно относятся к таким рекомендациям, поэтому в летнем номере мы представляем фотографии интересных образов этого мероприятия в рубрике «Стильные люди индустрии».

Встреча началась ... с щебета птиц. Именно эти звуки, подобранные диджеем Леваном Майсурадзе (DJ LeGran) сопровождали вкуснейший кофе-брейк, накрытый кейтерингом Конгресс-центра ЦМТ, а в панорамной VIP-переговорной была оформлена дегустационная зона премиальных купажей чая наших партнеров — компании Salon de Thé, которую лично представлял коммерческий директор Дмитрий Коновальчик и его ассистент Марина Скворцова.

Конгресс-центр ЦМТ — это большой гостеприимный дом, который уже в четвертый раз принимает масштабные мероприятия MICE&more. Мы восхищаемся возможностями этой многофункциональной площадки и являемся не только ее резидентами, но и амбассадорами, так как используем каждый повод для ее промотирования. Мы приносим глубокую благодарность всей команде Конгресс-центра, этим сильным профессионалам, за многолетнее сотрудничество, конкретно за это яркое событие — «Весенний вайб», и ждем новых незабываемых событий, которые мы организуем вместе для нашей индустрии.

Отметим, что MICE&more и ЦМТ еще объединяет «международность». Поэтому именно здесь в формате «весеннего вайба» мы представили наш международный номер на английском языке MICE&more International 2025, с которым мы работаем на выставках и форумах по всему земному шару.

На мероприятии в ЦМТ была раскрыта главная интрига весеннего номера: кто же впервые в истории нашего издания стал лицом с обложки MICE&more? Теперь это не секрет! Благодаря нашему журналу многие по-новому открыли для себя уважаемого в MICE-индустрии профессионала Анастасию Молочкову, исполнительного директора Дирекции по управлению туристическим бизнесом СБЕР.



ПАНЕЛЬНАЯ ДИСКУССИЯ ОТДЫХ&MORE

Тема весеннего номера MICE&more — как сохранить себя, свои силы, отдохнуть и восстановиться, чтобы продолжать заниматься любимым делом. В зале было много трудоголиков, поэтому во время панельной дискуссии гости, можно сказать, ловили каждое слово.

Дискуссию ОТДЫХ&more модерировала настоящий специалист в направлении work life balance, основатель экосистемы MICE&more Лина Москвина. Ее собеседниками были наши партнеры и герои публикаций.

ДАРЬЯ КУРОЧКИНА, трансперсональный психолог, продюсер личности, автор интегральных программ развития человека (развернутый материал с ней о трудоголизме и разных психотипах в контексте отдыха вы можете прочитать в весеннем номере MICE&more).

Свое выступление на весеннем вайбе Дарья посвятила такому формату мероприятий как ретрит. Она рассказала, в чем его суть, как он дает переход на новый уровень, почему новая архитектура жизни не выстраивается, пока не будет готов психологический проект этого изменения, и, в принципе, о том, почему ретрит — это лучший способ «заново родиться».

— Ретрит — это всегда маленькая смерть и громкое рождение. Любой ретрит в себе содержит модель «пути героя»: 1) мы идем на свой внутренний зов, 2) проходим первое препятствие и попадаем в мир трансформаций, 3) с помощью «мудрецов» расширяем сознание, погружаясь в лабиринты своего подсознания, 4) в подсознании встречаемся со «своим Минотавром» — это главная битва, в которой мы должны на что-то навсегда согласиться или от чего-то навсегда отказаться, именно там случаются сильнейшие инсайты, 5) следующим этапом ретрита является присвоение своей новой силы, знакомство с новым собой (победившим этого «Минотавра»), рождается новый манифест «Я ЕСТЬ ...!», 6) далее «нового себя» необходимо интегрировать в обыденный мир, и для этого есть еще одно испытание — «проверка», 7) когда она успешно пройдена, человек становится «победителем двух миров» и реализуется в мире на новой октаве своего звучания.

Каждый ретрит, который я готовлю, подчиняется этой драматургии. Внутри него каждый участник может посмотреть «кино» про самого себя и увидеть свое изменение «в модели» — в безопасном поддерживающем пространстве. Ретритное путешествие — это лучший способ самопознания, потому что там мы отрываемся от привычных декораций, от надоевших ролей и эмоций. Мы действуем так, как, возможно, никогда раньше не делали, потому что только новый результат, как следствие новых действий, дает нам новые эмоции, которые служат реальным компасом для принятия решений — верить во что-то или нет.

ВАЛЕРИЯ СОКОЛЬНИКОВА, экс-начальник управления продаж «Курорта Красная Поляна», постоянный участник Экспертных советов и организатор особенного фамтрипа MICE&more на Красную Поляну, посвященного work life balance. Валерия на примере кейсов крупных корпораций рассказала о возможностях «Курорта Красная Поляна» в контексте восстановления душевных и физических ресурсов, о продуманной инфраструктуре, которая продолжает совершенствоваться, о том, как можно организовать на курорте «выездной офис» для вашей компании.

— Очень важно создавать «островки» релакса в личной жизни и корпоративной культуре. «Курорт Красная Поляна», даже при высокой загрузке в отелях, дает ощущение уединенности и гармонии с природой. Вы можете отдохнуть в отельных спа или в знаменитых банях «Четыре стихии», пройти по одному из пеших маршрутов или выбрать свой вариант из большого количества других активностей. Из новинок могу отметить лесотерапию. В практическом смысле — это короткая прогулка по лесу. В философском — погружение в природу, в краски, звуки и запахи леса. Вы можете использовать такой формат для своих групп. Не ищите в этой прогулке практической выгоды: не собирайте грибы, не фотографируйте красивые виды, не считайте количество пройденных шагов, отключите мобильный телефон, потому что ничто не должно отвлекать



вас от созерцания природы. Старайтесь задействовать в прогулке все пять органов чувств. Возможно, поначалу вам будет казаться, что вы впустую тратите время. Бесцельное времяпрепровождение и есть ваша цель. Если такие прогулки в парках или в лесу устраивать регулярно, вы увидите, как ваша жизнь наполнится новыми красками и ощущениями.

ЮЛИЯ БОРОВИЧ, директор по маркетингу банного направления холдинга ALBA Group, где в спа-комплексе «Жар-Птица» было организовано одно из самых оригинальных мероприятий Community MICE&more в 2024 году.



Выступление Юлии, посвященное современной банной культуре, вызвало большой интерес в зале. Сначала разговор шел о том, как телесные практики и забота о теле приводят к душевному балансу. А затем случился неожиданный поворот: бизнес и баня — что общего?

— «Жар-Птица» это именно про состояние духа. Про очищение не только тела, но и сознания, мыслей. Про вековые ритуалы. Это одновременно и место отдыха, и место силы. Как известно, бани несут в себе сакральный смысл. В традиционном представлении древних славян баня считалась своеобразным святилищем, расположенным на границе нашего и потустороннего миров. Здесь не просто смывали грязь, но проводили обряды, просили заступничества и успеха в делах, гадали о будущем и даже встречали новую жизнь. Наши предки (не только славяне) считали, что в банях сосредоточена особая энергия, которая позволяет общаться с богами.

Возможно, вы удивитесь, но издавна на Руси было принято ходить в баню не только с членами семьи, но и с бизнес-партнерами (если говорить современным языком). Расслабленная атмосфера бани способствует налаживанию контактов, возникновению новых идей в неформальной обстановке и укреплению деловых связей. В «Жар-Птице» для корпоративных заказ-

чиков возможны самые разные форматы! Вы можете заказать закрытое мероприятие для небольшой компании, можете пригласить сотрудников в общественное отделение, где они замечательно проведут время все вместе (поскольку много общих зон для мужчин и женщин), а можете подарить сертификаты.

АННА ГРЕКОВА, международный стилист, креативный директор украшений Magic Pearls, основатель клуба «КРАСИВО ТАК» (благодаря Анне когда-то появилась наша фирменная рубрика Fashional Geographic).

Анна в своем выступлении говорила о нетривиальных способах отдыха, таких как созерцание и создание красоты. О том, что нельзя ставить счастье на паузу, что надо включать красивые моменты в рутину каждого дня. В частности, акцент был сделан на подборе одежды.

— Думаю, теория многим уже знакома. Важно применять эти знания на практике в контексте заданной темы отдыха и легко менять напряжение на расслабление. Сделайте вдох — выдох и на внутреннем экране запустите свой фильм.

Утро. После привычных ритуалов вы подходите к шкафу и начинаете одеваться. Сначала незаметное бесшовное белье.



Потом вашей кожи касается свежая, хрустящая рубашка. Белая, голубая, розовая — выберите свой цвет. Далее вы надеваете идеально посаженную густого синего цвета юбку-карандаш или брюки с классически зауженной спереди складкой. Сверху пиджак. Нет, не жакет. Именно пиджак с четкой линией плеча. А на ноги кожаные лодочки на каблучке. И вот вы смотрите на себя в зеркало: вы одеты с иголочки и готовы достигнуть всех целей, запланированных на день. Почувствовали? Запомните это состояние!

А теперь смена кадра. Снова утро. И снова после привычных ритуалов вы подходите к шкафу и начинаете одеваться. Только на этот раз надеваете шелковое нижнее белье, а сверху мягчайший кашемировый костюм. Вы чувствуете, как шерсть ласкает вашу кожу, а пастельный оттенок вещей успокаивает взгляд. Пусть на ногах будут удобные меховые тапочки. И если возьмете сумку, то легкую, маленькую, через плечо. И вот вы снова смотрите на себя в зеркало — вы одеты иначе, чем в прошлый раз. Что чувствуете? Запомните это состояние!

Используйте вещи как прекрасный, ежедневно доступный нам инструмент формирования внутреннего состояния. Для каждого момента жизни — свой вид одежды. Сменили образ — трансформировали состояние. Это работает. С отдыхом так же.

В ваших шкафах есть специальные вещи для отдыха? Сколько в процентном соотношении к деловому гардеробу?

Весенний вайб долго не давал нам разойтись по делам. Разговоры за фуршетом показали, что у многих участников случились инсайты и появилось желание что-то изменить в своей жизни. Гости также обсуждали планы MICE&more на 10-й, юбилейный год экосистемы, которые представила в своем выступлении менеджер Community Анастасия Медведева: «Впереди у нас много интересных мероприятий в Москве и Подмосковье, много поездок по России и в другие страны, авторские проекты и, конечно, два флагманских — День Когалыма в Москве, День Санкт-Петербурга в Москве». Такие разговоры были особенно приятны под роскошное меню с морскими грешками и холодное игристое.

Надо отметить, что в финале основной части состоялся розыгрыш весьма ценных призов от партнеров мероприятия. Эти призы создали самое лучшее настроение — особенно у тех, кто их выиграл. Впрочем, без подарка не ушел никто: всех ждал новый номер журнала и подарочный сертификат от флористической мастерской «Следуйте за цветами».

СЛЕДУЙТЕ ЗА MICE&MORE! СЛЕДУЙТЕ ВМЕСТЕ С НАМИ!



КОНГРЕСС
ЦЕНТР
ЦМТ МОСКВА



КОНГРЕСС-ЦЕНТР ЦМТ МОСКВА — КОНГРЕССНАЯ ПЛОЩАДКА МИРОВОГО УРОВНЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ

Конгресс-центр является неотъемлемой частью Центра международной торговли Москвы (ЦМТ), одного из крупнейших многопрофильных бизнес-комплексов России. На территории ЦМТ в центре Москвы собрана вся необходимая инфраструктура для эффективной работы и полноценного отдыха: аренда офисов, гостиницы 4* и 5*, собственная банкетная служба, кафе и рестораны, бизнес-центр, салоны красоты и магазины, фитнес-центр, собственная парковка на 2 000 мест и другие услуги.

КОНГРЕСС-ЦЕНТР ЦМТ сегодня – это:

- 6 000 м² многофункционального пространства
- более 30 конференц-залов и переговорных комнат
- основной зал-трансформер до 1 500 гостей в театральной рассадке
- бизнес-пространство «Ладога» с 9-ю функциональными зонами (до 350 гостей)
- конференц-этаж с 8-ю залами (30–200 гостей)

+7 (495) 258 10 46

Краснопресненская наб., д. 12, подъезд 4

congress@wtcmoscow.ru

на правах рекламы

SOLUXE HOTEL MOSCOW: ВСЕ ДЛЯ САМОГО МАСШТАБНОГО СОБЫТИЯ!

Есть отели, о которых мы начали рассказывать еще на стадии предоткрытия. Один из них — Soluxe Hotel Moscow 5*. Нас связывает давняя дружба. Мы делали репортажи, брали интервью, снимали рубрики, а в этом номере журнала, посвященном масштабным мероприятиям, решили рассказать о впечатляющих конференц-возможностях отеля.

Начнем с того, что пятизвездочный отель премиум-класса Soluxe Hotel Moscow является частью многофункционального комплекса Китайского делового центра «Парк Хуамин». Для сети Soluxe, вышедшей на российский рынок, он является флагманским.

Soluxe Hotel Moscow — первый отель в Москве, спроектированный и построенный с учетом тонкостей дизайна и стилистики философии фэншуй.

Soluxe Hotel Moscow обладает действительно уникальными возможностями по проведению мероприятий любых форматов: от небольших деловых встреч и переговоров до торжественных приемов. Всего в отеле 16 залов, включая небольшой уютный зал на 20-м этаже — «Клубная гостиная». Остальные названия залов поддерживают восточную концепцию отеля: это названия известных городов, рек, озер, гор и цветов Китая.

Soluxe Hotel Moscow — это единственный отель в Москве, где гостям предлагается сразу два бальных зала: зал «Пекин» 890 м² и зал «Шанхай» 433 м².

Конференц-зона отеля расположена на двух уровнях — на втором и третьем этажах. Из лобби отеля гостям удобно подняться в конференц-пространства как по красивой парадной лестнице, так и на лифте или эскалаторе. Все пространство для мероприятий площадью 4 600 м² находится отдельно от номерного фонда, который начинается с шестого этажа, что

позволяет не ограничивать время проведения мероприятий. Роскошное фойе в зоне многофункциональных залов может быть использовано как для проведения приветственных коктейлей так и выставок.

ВПЕЧАТЛЕНИЯ MICE&MORE: «Самое яркое знакомство с возможностями просторного и многоуровневого конференц-пространства состоялось на первом праздновании Китайского Нового года в Soluxe Hotel с участием посла КНР в России и других почетных гостей. Благодаря изобретательной застройке гости перенеслись в ... традиционную китайскую деревню, где по программе были обыграны все характерные составляющие этого праздника, начиная с танца дракона у «городских ворот» и заканчивая самыми разнообразными мастер-классами с вкуснейшими угощениями».

«ПЕКИН» — ОДИН ИЗ САМЫХ БОЛЬШИХ ЗАЛОВ СРЕДИ МОСКОВСКИХ ОТЕЛЕЙ

Основной бальный зал отеля «Пекин» расположен на третьем этаже. Его обоснованно считают лидером столицы на рынке масштабных конференций, форумов и выставок. Просторный зал с высокими потолками и великолепными люстрами (вместимостью до 800 человек) наполнен воздухом и покоряет своим масштабом. Зал уникальной трапециевидной формы, создающей неповторимую запоминающуюся атмосферу. При необходимости его можно разделить на две равные части шумоизолирующими перегородками. Это идеальное место для проведения торжественных приемов, танцевальных турниров, роскошных частных банкетов и свадебных торжеств.

ВПЕЧАТЛЕНИЯ MICE&MORE: «Посещая мероприятия в зале «Пекин», мы каждый раз удивляемся преобразению этого универсального и высокотехнологичного пространства. Самые яркие воспоминания остались после второго форума событийной индустрии «Многогранность», который ежегодно проходит в Soluxe Hotel Moscow. Его организаторы полностью переосмыслили планировку «Пекина» и проложили через него длинный светящийся подиум для спикеров, словно мост, соединяющий две сцены с большими экранами. Зрители сидели по обе стороны от подиума, а по всему периметру зала были расположены экраны, на которые выводили трансляцию мероприятия».

Малый бальный зал отеля «Шанхай» вместимостью до 400 человек имеет шесть входов с разных сторон и отдельную зону



фойе, что удобно для организации кофе-пауз. Зал в деловом стиле с высокими потолками подходит как для проведения конференций и заседаний, так и для праздничного гала-ужина, делового фуршета или торжественного банкета.

Основная часть малых залов имеет естественное освещение, что является одним из ключевых запросов у организаторов мероприятий. Высота потолков в большинстве залов более 3,5 метров, все залы оформлены дизайнерскими люстрами, но в то же время удобны для декорирования пространства под индивидуальные запросы. Малые залы с панорамными окнами и видом на парк превосходно подходят для небольших мероприятий в камерной обстановке.

Все залы по запросу от технического подрядчика отеля могут быть оснащены самым современным аудиовизуальным оборудованием, экранами или отдельными пространствами для технического обеспечения мероприятий. Например, оба бальных зала оснащены кабинками синхронного перевода и в будущем будут введены в эксплуатацию, что подойдет для проведения международных конференций.

Профессиональная команда отеля поможет организовать мероприятие, окажет техническую поддержку и подберет специальное меню в соответствии с пожеланиями и индивидуальными предпочтениями гостей. В предложении от отельного кейтеринга представлены разнообразные форматы кофе-брейков, фуршетов, банкетов и праздничных ужинов (в том числе, с китайскими специалитетами).

На территории Китайского делового центра перед отелем Soluxe Hotel Moscow находится самый большой аутентичный китайский парк за пределами Китая.

Площадь парка составляет 50 000 м². В нем располагаются водоемы, прогулочные зоны, парковые беседки, а также открытые галереи. Постройки спроектированы в лучших традициях китайской парковой архитектуры. Парк является городским и открыт для всех желающих прогуляться или сделать профессиональные фотографии в уникальном месте с восточным колоритом.

СПРАВКА ОБ ОТЕЛЕ

Soluxe Hotel Moscow удобно расположен в одном из самых зеленых районов Москвы в непосредственной близости к ВДНХ, станции метро и МЦК «Ботанический сад». В отеле 340 просторных номеров разных категорий с панорамными видами на город или парк. На территории отеля расположены ресторан NISCOLO (с превосходными завтраками от бренд-шефа Артема Баландина), стильный лаунж-бар MAFFEO, премиальный фитнес-клуб World Class и ресторан традиционной китайской кухни Soluxe Huaming. Большой подземный паркинг доступен для всех гостей и посетителей отеля.

VILLA PARK: КУРОРТ, КОТОРЫЙ УДИВЛЯЕТ НА КАЖДОМ ШАГУ

В 2022 году мы уже рассказывали нашим читателям о мальдивском отеле Sun Island Resort&SPA 5*. В 2023 году он вновь открылся после комплексной реновации под новым именем Villa Park Sun Island. Курорт принадлежит бренду Villa Resorts, отмечен многочисленными наградами и — помимо уединения в безмятежной атмосфере биозаповедника — предоставляет широкий спектр возможностей для активного отдыха (что очень важно для корпоративных путешественников).

Курорт Villa Park расположен на одном из крупнейших мальдивских островов длиной 1 600 метров. В этот тропический мир с домашним коралловым рифом можно добраться за 17 минут на внутреннем рейсе из международного аэропорта Велана. Здесь можно исследовать джунгли, принять участие в наблюдении за китовыми акулами, погрузиться с аквалангом, посетить заповедник для птиц или заказать эксклюзивную экскурсию.

Экокурорт предлагает 462 номера 16-ти категорий от 35 м² (102 виллы категории Beach Villa) до 242 м² (10 вилл категории Two-Bedroom Beach Pool Villa). Отметим, что шесть категорий появились только в период 2022-24 гг, а в 2025-м откроются еще две новые — 16 вилл Sunset Deluxe Family Beach Villa и 39 Sunset

Deluxe Beach Villa. Дизайн всех вилл легкий, светлый, тропический, а выбор категорий радует своим разнообразием.

ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ КУОРТА VILLA PARK

ПАРК ИСКУССТВ

Park Art Villa Park представляет творчество восьми перспективных мальдивских мастеров, чьи скульптуры вы можете увидеть по всему острову. Эти работы чудесным образом вписаны в волшебную атмосферу Мальдив и призывают сохранять природу. Каждую пару лет будет приглашаться новый художник, чтобы разнообразить и обогатить эту коллекцию.

ПАРК НА ДЕРЕВЬЯХ

Villa Park предлагает новый формат развлечений «на высоте». Густые джунгли острова дополнены деревянными платформами и веревочными качелями. Конструкция, вмонтированная в деревья, предлагает бесстрашным гостям совершить захватывающий подъем на высокую платформу. На маршруте, проходящем по верхушкам деревьев, они могут открыть для себя «Страну гамаков» или «Орлиное гнездо», где можно расположиться и полюбоваться на лесную чащу в нескольких метрах внизу.

POT TUB

Под высокими деревьями, среди джунглей, раскинулась поляна, на которой расположены частные купальни Кава, в которых можно насладиться купанием на природе в подлинном уединении. Потайная тропинка, петляющая в зарослях, ведет

гостей из спа-центра к их личной ванне. Ранним утром или под звездным небом они могут здесь понежиться в банях-котлах, подогреваемых на кострах.

РЕЙВ-ТРЕНИРОВКИ

Villa Park поддерживает фитнес-тренд party workout с помощью суперсовременного фитнес-центра Studio Park. Здесь вы найдете расписание высокоинтенсивных тренировок в различных стилях. Залы освещены светодиодами с пульсирующими ритмами, что создает потрясающую атмосферу драйва и энергии.

GREEN FINGERS

Ботанический сад Green Fingers, спроектированный специалистами по садоводству, демонстрирует экзотическую красоту культивируемой мальдивской природы. Здесь гости могут сами сажать растения, ухаживать за почвой и обрабатывать ее, оставляя свой след на этом уникальном зеленом острове. Благодаря изобилию цветущих растений и пышной зелени, сад год за годом превращается в богато возделанное пространство. Урожай кокосов достигает 20 000 штук!

КОКОСОВАЯ ХИЖИНА

Villa Park предлагает гостям проявить творческий подход к использованию кокосовой скорлупы. Вряд ли вы сможете получить более оригинальный мальдивский сувенир, чем этот. Мастер по изготовлению поделок из кокосовых орехов проводит серию мастер-классов, где знакомит гостей с искусством очищения, вырезания и декорирования кокосовых орехов во что угодно — от украшений, таких как серьги и подвески, до мисок для закусок и подсвечников.

LA TROPICANA

В бразильском баре La Tropicana, расположенном на пляже под кокосовыми пальмами, подают асаи, фруктовое мороженое и свежие фрукты. Предлагая альтернативу завтраку «шведский стол», La Tropicana особенно привлекательна после интенсивных тренировок и предлагает широкий выбор прохладительных напитков в течение всего дня на берегу. Бар украшен горками вазочек, сделанных из кокосовой скорлупы.

ГАСТРОНОМИЧЕСКОЕ ПРИКЛЮЧЕНИЕ В РЕСТОРАНЕ ZERO

Разделенный на два уровня, ZERO — это секретная жемчужина, спрятанная в густых джунглях в самом сердце Villa Park. Здесь гости могут насладиться трапезой среди изогнутых корней деревьев под романтическое жужжание насекомых или посидеть за эксклюзивным столиком на верхушках деревьев среди буйства тропической листвы. Вам будет предложено особое меню. Все ингредиенты ресторана выращиваются в экзотических садах Villa Park и сразу подаются к столу. Поскольку Мальдивы на 99% состоят из моря, ZERO также предлагает свежеприготовленные морепродукты.



ВПЕЧАТЛЕНИЯ ОСНОВАТЕЛЯ MICE&MORE ЛИНЫ МОСКВИНОЙ

— Для меня было волнительно и приятно вернуться на курорт после ребрендинга, ведь в прошлый раз во время интервью генеральный менеджер лично рассказывал о планах по обновлению инфраструктуры. Я увидела свежие и современные виллы с ярким дизайном, большой и светлый детский центр, построенный с нуля, изобилие свежих и жизнерадостных деталей на территории всего курорта. Отдельно подчеркну, что инфраструктура абсолютно самодостаточная и покидать это райское место не хочется даже через неделю полного расслабления. Мне очень нравится, что здесь мы смогли почувствовать традиции гостеприимства Мальдив и настоящую жизнь на острове.



villaresorts.com/ru

PALMIRA ART HOTEL: БЕСКОНЕЧНАЯ ГАРМОНИЯ ИСКУССТВА

Мы снова сделали открытие и спешим им с вами поделиться. В двух шагах от входа в метро «Полужаевская» и станции метро «Хорошевская» в феврале 2025 года открылся удивительный арт-отель с продуманной бизнес-составляющей. Готовьтесь к ярким эмоциям от встречи с прекрасным и проводите здесь свои самые интересные мероприятия.

Palmira Art — 18-этажный комфортабельный современный отель в стиле футуризма. Его здание издавна притягивает к себе взор. Построенный с нуля и расположенный в одном из индустриальных районов Москвы с видом на Москву-Сити, он передает атмосферу такого динамичного города, как Нью-Йорк: городское окружение отеля напоминает картинку Central Park и окрестностей. Фасад здания вдохновлен духом архитектуры всемирно известной женщины-архитектора Захи

Хадид (символа ценителей индивидуальности). Его многослойность и волновые линии хорошо усилены и акцентированы светом и цветом.

Как театр начинается с вешалки, так отель Palmira Art начинается с парадной дизайнерской лестницы, которая моментально вызывает wow-эффект и будит воображение. Подобно Алисе в Стране чудес, ты поднимаешься вверх, отражаясь в блестящих металлических формах, и восхищаешься огромными шарами, в которых спрятаны яркие геометрические композиции. Здесь есть ассоциации с водой, лентой, перламутровой раковиной. Не надо никаких дополнительных слов — ты сразу понимаешь, что находишься в необычном арт-пространстве и как будто втягиваешься в эту игру.

ПОЧЕМУ ПАЛЬМИРА? В этом названии заложена глубокая история и философия великого античного города. Также как и Москва — третий Рим, древняя Пальмира была центром торговли и пересечением культур и эпох. Palmira Art Hotel станет новой точкой притяжения в Москве, поддерживая концепцию децентрализации искусства и формируя тенденции внутригородского туризма.

ЦЕННОСТИ БРЕНДА PALMIRA ART: разнообразие искусства, уникальные впечатления, внимание к деталям, впечатления гостей.

ТОНАЛЬНОСТЬ БРЕНДА PALMIRA ART: вдохновляющий, чувственный, элегантный и при этом внимательно проверяющий все составляющие облика и сервиса.

Отель обещает интегрировать элементы местной культуры в каждую грань обслуживания: от выставок местных художников до кулинарных шедевров — каждая деталь должна рассказывать историю, погружая гостей в атмосферу уникального опыта.

ИСКУССТВО НЕ ОГРАНИЧЕНО РАМКАМИ. В отеле 225 дизайнерских номеров. По задумке создателей, с первого по 18-й этаж происходит погружение в мир живописи, танца, театра, музыки и других областей, чтобы каждый гость мог буквально пожить «внутри искусства». Тематика этажей не повторяется, здесь идет поток вдохновения: от эпохи Возрождения до искусства, сгенерированного нейросетью. У каждого этажа даже есть свой аромат. Пространство организовано по принципу золотого сечения, когда все элементы гармонируют между собой. Это воплощено в интерьере, в деталях и ... в будущих мероприятиях.



ОРГАНИЗАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЙ В PALMIRA ART

Отель предлагает эффективное коммуникационное пространство для проведения мероприятий любого уровня сложности и статусности. Это место встречи единомышленников. Это бизнес-среда со специально разработанной для этих целей коворкинг-зоной.

Бизнес-пространство (689 м²) включает пять залов и переговорных. Основной зал Palmira ART Hall (429 м²) можно разделить на три конференц-пространства. Большая переговорная комната (64 м²) тоже может быть трансформирована в две — 22 м² и 42 м² — с окнами и дневным освещением для встреч и деловых бесед.

РЕСТОРАНЫ PALMIRA ART — ИСКУССТВО ВКУСА И СОВЕРШЕНСТВА

На первом этаже расположен дизайнерский лобби-бар, на втором — основной ресторан, где гостей каждое утро ожидает завтрак по системе «шведский стол», а в течение дня команда под руководством талантливого шеф-повара творит гастрономические изыски по меню a la carte. Отдельно хочется сказать о шеф-кондитере проекта Марии Преображенской, поскольку ее десерты не только носят названия произведений искусства, но именно так и выглядят.

SPA-ЦЕНТР В PALMIRA ART — ПРОСТРАНСТВО, ГДЕ РАССЛАБЛЕНИЕ ПРЕВРАЩАЕТСЯ В ИСКУССТВО

На территории отеля расположен уникальный SPA-центр площадью 560 м². Его бассейны словно сошли со страниц волшебных сказок. Аквадермальный комплекс, созданный по европейским стандартам, включает: четыре бассейна (аэро-гидромассажный, соляной-флоатинг, джакузи, контрастная холодная купель), три вида бань (панорамная, хаммам, римская), зону отдыха и открытую террасу с потрясающим видом на Москву. Здесь гостей ждет полноценный комплекс оздоровительных процедур, которые подарят максимальную релаксацию, снимут стресс и напряжение, восстановят жизненную энергию и укрепят здоровье.

Приезжайте знакомиться, присылайте запросы, бронируйте номера и проверяйте афишу на сайте: в отеле регулярно проводятся замечательные музыкальные вечера.

Palmira Art Hotel, г. Москва, ул. 4-я Магистральная, д. 4/11
+7 (499) 303-33-50



По промокоду MICE&more до 31 августа вы можете забронировать проживание на сайте отеля со скидкой 25% или воспользоваться СПА со скидкой 20%!

ТИМБИЛДИНГ И MICE

Как правило, любое выездное мероприятие, будучи событием сложносочиненным, не однодневным, предполагает в один из дней блок всеобщего братания, укрепления деловых и межличностных связей, прокачки скилов командной работы — то, что, не вдаваясь в терминологические дебри, называют словом «тимбилдинг». То есть, в данном случае, подразумевая под тимбилдингом любую коллективную активность — от чемпионата по рыбной ловле до строительства картонного городка; несть числа этим вариантам групповой деятельности! В своей авторской колонке известный «ивентолог» и ивентор Игорь Лютенко продолжает тему, которую он начал в предыдущем весеннем номере MICE&more.

Моей компании неоднократно выпадала честь организовывать подобный интерактив — и в горах, и на равнине, и в мейнстримовых Сочи или Суздале, и в менее раскрученных дестинациях. По итогам многолетней практики организации тимбилдинга в структуре событий из сферы MICE хочу поделиться несколькими выводами.

НУЖЕН ЛИ АКТИВНЫЙ ТИМБИЛДИНГ ВЫЕЗДНОМУ МЕРОПРИЯТИЮ?

Чрезмерно активный тимбилдинг — всевозможные гонки, старты, преодоления, рубежи, битвы и т.п. — чаще всего выглядит (и воспринимается целевой аудиторией) как навязанная «верхами» обязателька с трудно артикулируемой целью. То, что руководству и организаторам представляется катализатором укрепления связей или становления командного духа, чаще всего просто напрочь размывает достигнутый накануне вау-эффект от эмоционального единения в ходе конференции, семинара, стратсессии, мотивационной прокачки.

На самом деле, нет ничего лучше для укрепления связей, чем общение во время основного события, продуцировавшего выезд всех причастных: в общем, лучше направить усилия на организацию захватывающего нетворкинга, начинающегося еще в точке отправления, нежели топить ассигнациями пио-

нерский костер «Зарницы», «Веселых стартов» и гонок на самодельных болидах.

Вспоминаю, как сочинский дождь, зарядивший в третий день цикловой конференции, отменил намечавшийся активный тимбилдинг на открытом воздухе — и надо было увидеть это радостное облегчение в сотнях пар глаз, чтобы понять, что катарсис был достигнут накануне, в процессе постановки целей на грядущее, и преодоление надувных препятствий под дождем вряд ли способствовало бы закреплению достигнутого — скорее, наоборот...

Если по каким-то причинам организатор и бенефициар выезда настаивает на командной работе в активном режиме — я бы предложил сосредоточиться на каких-то творческих или «поисковых» форматах, и это уже относится к следующему выводу.

ВОВЛЕКАТЬ, ИГРАЯ

Edutainment — вот золотой ключик, открывающий в наше время дверь в состояние коллективной заинтересованности, предметного общения и генерирования связей. Необходимо брать местные изюминки, упаковывать их в занимательные драйвовые формы и использовать блок «тимбилдинг» по назначению: развлекая, просвещая; просвещая — вести команду с помощью игровых механик к озарению нового опыта, к проживанию яркой коллективной эмоции.

Иммерсивная командная игра в окрестностях с элементами квеста и живого действия, путешествия с ботом, головоломки «на местности» с использованием силы коллективного разума, фотоквесты, в конце концов — все, что может обогатить приехавшего местным колоритом, историей, настроением.

Оптимально отвести под такую активность целый день: до обеда провести захватывающую игру, оставив возможность после обеда и до гала-ужина желающим «добрать» эмоций, пройдя самостоятельно дополнительными тропами, создав во время игры несколько сюжетных линий, провоцирующих желание «докрутить» то, что было упомянуто, задето лишь вскользь, «по верхам».

Я, скажем, неоднократно сам принимал участие во всевозможных квестах по Золотому кольцу России, но вот однажды организаторы одного клиентского мероприятия смогли меня приятно удивить увлекательной командной игрой, в ходе которой мы все, до этого незнакомые, решительно задружились, намотали километров восемь пешком по Суздалю, получив

при этом и знания, и эмоции, и желание вернуться.

В свете сказанного выше, на наш взгляд, целесообразно вести речь не о тимбилдинге как таковом, а об игровых практиках, об игре, что вполне коррелирует с трендом на геймификацию всего и вся. Редкое отраслевое деловое событие проходит без панели или сессии по вопросам геймификации процессов — и мне доводилось уже неоднократно изучать примеры того, как целые производственные процессы полностью «упаковываются» в форматы квеста, челленджа, игры-бродилки.

Дело не только и не столько в том, что происходит смена поколений со всеми вытекающими последствиями революционных изменений в поведенческих моделях; дело в том, что сами модели, вне зависимости от поколений, меняются под напором цифровизации, всеобщего онлайн и клиповости всего — от системы образования с ЕГЭ до изменившихся традиций в подаче и потреблении информации. Игра из симулякра переходит в реальность.

В наше время собеседование, онбординг, даже производственное совещание в форме игры — не редкость, а устанавливающаяся практика. На этом фоне играть в искусственных пионеров, автогонщиков, эрзац-спортсменов в «Веселых стартах» уже неактуально. Игровая модель должна иметь практические последствия, пусть и образовательного порядка. Бегать в мешках мы готовы, только если победа принесет осязаемые бонусы: премию, увеличение зарплаты, карьерные преференции.

ГДЕ ИСКАТЬ ИСПОЛНИТЕЛЕЙ?

Где и как искать организаторов? Как правило, в любом месте достаточно людей и коллективов, влюбленных в свой край настолько, чтобы «заиграть» приезжих до перехвата дыхания. Да, у известных и опытных федеральных агентств больше опыта, системности и экспертизы, поэтому зачастую идеальным вариантом является объединение усилий крупного столичного игрока и местных энтузиастов.

В конце концов, если не знаете с чего начать, свяжитесь с автором этих строк — гарантирую вам переключение на адекват-



ных и релевантных вашей задаче специалистов, пул которых собирается в моих частых поездках по стране.

При этом я отдаю себе отчет в том, что данными выводами и советами «отваживаю» клиента от услуг своей компании, ведь мы специализируемся именно на активных программах, связанных со спортом, интерактивом, преодолением полос препятствий. Но все хорошо в меру, и особенно — все хорошо на условиях релевантности; нет смысла множить сущности там, где есть более очевидные решения.

А что же с «Большими гонками», спартакиадами на выезде и прочим драйвом практически отринутым выше? Все это имеет место быть и может оказаться вполне действенным в том случае, если не является искусственным приложением к выездному мероприятию по принципу «а еще у нас там будет тимбилдинг», а, скажем, формирует смысловое ядро выезда: корпоративная спартакиада на олимпийском объекте или любой турнир в городе, принимавшем ЧМ-2018, — это уже неплохой повод для того, чтоб паковать чемоданы.

Но это, пожалуй, уже совсем другая — отдельная — история...

«ТЕПЛЕЕВО РЕЗОРТ» — МЕСТО, ГДЕ НАЧИНАЕТСЯ НОВАЯ ИСТОРИЯ

1 марта в Подмосковье открылся «Теплеево Резорт» 5*. Этот гостиничный комплекс, со своей зеленой территорией, сосновым лесом и насыщенной историей был хорошо известен организаторам мероприятий еще с 2000-х годов. Но пришло время перемен: появился новый собственник, который пригласил сильную команду менеджеров во главе с Александром Поляковым, имеющую огромный гостиничный опыт (в том числе, связанный с запуском новых загородных объектов).

Перед командой стоит амбициозная задача — вдохнуть новую жизнь в место с устоявшимся имиджем, переосмыслить его, осовременить и превратить в премиальный отель с конгресс-центром международного уровня. Все составляющие для успеха есть, потенциал большой, перспективы высокие. Команда определила цели и начала уверенное движение к ним.

В мире бизнеса время — ценный ресурс, а идеальное пространство для встреч, переговоров и крупных событий становится важным инструментом успеха. В своей концепции «Теплеево Резорт» предлагает не просто площадку, а экосистему для делового взаимодействия, объединяющую передовую инфраструктуру и комфорт премиального загородного отдыха.

ПОЧЕМУ «ТЕПЛЕЕВО»?

На данном этапе идет активная работа над созданием и внедрением бренд-стратегии. Почему выбрано такое новое название — «Теплеево Резорт»? Для создателей это имя наполнено уютом, теплыми эмоциями. Вот, что они об этом пишут:

— Часто названия брендов утрачивают свою актуальность и не отражают новое видение развития бизнеса. Мы понимаем, что для привлечения новых гостей необходимо создать современный, гармоничный бренд, способный объединить комфорт семейного отдыха и высокий уровень сервиса для делового туризма, создавая пространство, где гармония, природа и премиальный сервис становятся единым целым. Так родилось «Теплеево Резорт» — место, где начинается новая история.

«Теплеево» — это не просто слово, а отражение самой сути курорта. Здесь тепло во всем: в гостеприимстве, в атмосфере уюта, в теплых воспоминаниях, которые остаются с гостями надолго. Это место, куда хочется возвращаться, где природа и человек находятся в гармонии, а забота ощущается в каждой детали.

Выбор названия был осознанным — оно передает не только премиальность и статус, но и теплую, эмоциональную составляющую.

Мы вдохновлялись природой. Просторная территория, вековой лес, извилистая речка — все это создает живописный пейзаж, словно сошедший со страниц русских сказок.

Но «Теплеево» — это не только про природу. Это про родное, настоящее, искреннее. В нем слышатся отголоски русской традиции гостеприимства, когда дверь дома всегда открыта для дорогих гостей, а встречают их с искренней заботой и радушием. Мы создаем место, где каждый чувствует себя желанным.

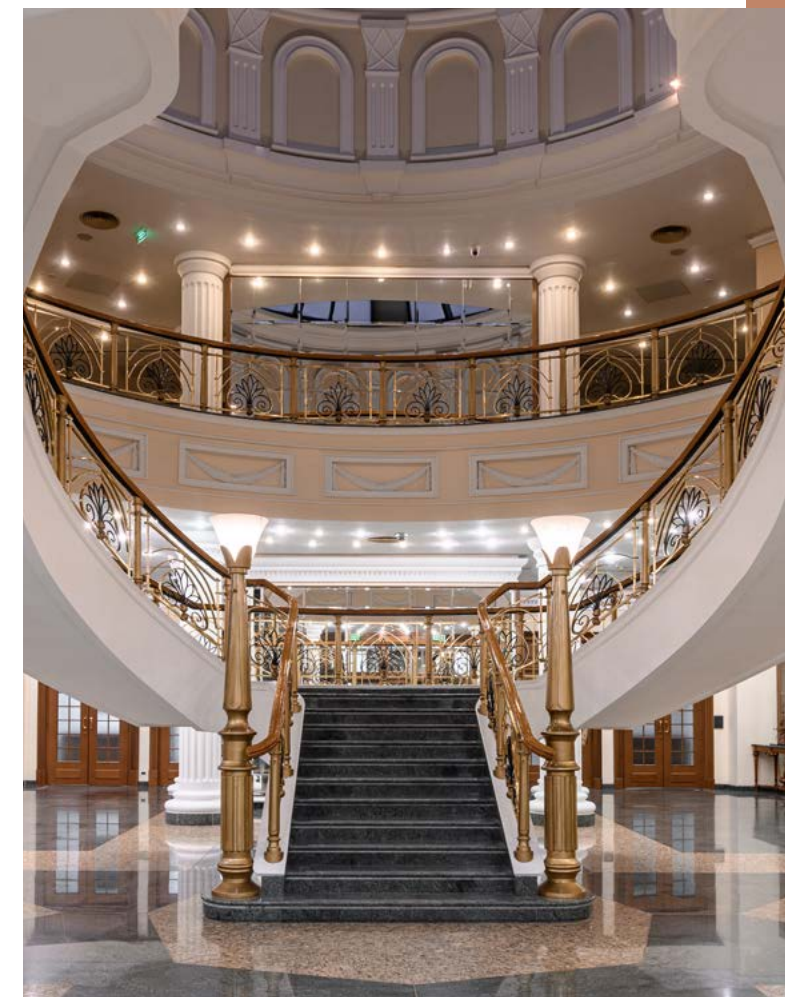
ЛОКАЦИЯ, ЗАДАЮЩАЯ ТЕМП

«Теплеево Резорт» 5* расположен всего в 10 км от аэропорта Внуково в живописном уголке Новой Москвы, то есть сочетает доступность мегаполиса и тишину природы. От метро «Саларьево» и «Филатов луг» за 30 минут можно добраться на городском автобусе или организовать трансфер для своей группы.

Просторная территория в 44 га окружена лесами и водоемами. Здесь круглогодично можно реализовать мероприятие практически любого формата: деловую конференцию с работой по группам, эффектный гала-ужин, спортивный тимбилдинг, масштабный Family Day, барбекю на природе, расслабляющий ретрит или серьезную стратегическую сессию с интересным неформальным общением.

«ТЕПЛЕЕВО РЕЗОРТ» ЭТО:

- » комплекс из двух отелей 5* и 4*;
- » отдельный корпус конгресс-центра с 15-ю залами и переговорными комнатами;
- » многофункциональные пространства «Гранд Арена» (позволяют принять до 1 500 участников);
- » банкетные залы;
- » большой и малый шатры (функционируют в теплое время года);
- » спа-комплекс с большим бассейном под стеклянным сводом, термальной зоной, фитнес-залом и массажными кабинетами;
- » два ресторана европейской кухни;
- » боулинг на шесть дорожек, тир с пневматическим / интерактивным оружием и арбалетами;
- » собственная пивоварня;
- » и даже конюшня.



«ТЕПЛЕЕВО» 5* И «ТЕПЛЕЕВО» 4*

«Теплеево» 5* — это отель в классическом стиле, предлагающий восемь категорий номеров от уютных стандартов (30 м²) до шестикомнатного просторного президентского сюта (250 м²). Примечательно, что все они с балконами и видом на природный живописный ландшафт, а для удобства организаторов возможно размещение в формате TWIN.

Еще один плюс для организаторов мероприятий состоит в том, что все эти номера находятся в одном здании и рядом с конгресс-площадкой.

«Теплеево» 4* — это отдельно стоящий корпус со своим ресепшеном. В нем 39 номеров светлых тонов с красивыми полукруглыми окнами. Все гости также имеют доступ к инфраструктуре «Теплеево Резорт». Примечательно, что этот корпус можно полностью арендовать под группу, что особенно выгодно с точки зрения оптимизации бюджета.





«ТЕПЛЕЕВО РЕЗОРТ»: ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ

Как уже сказано выше, деловая инфраструктура отеля подходит под различные требования. Конгресс-центр занимает отдельное пространство на трех этажах с залами разной планировки и максимальной рассадкой до 150 участников в конференц-зале «Империял», оснащенный стационарной сценой. Также привлекает внимание и вдохновляет атриум конгресс-центра — просторный холл под высоким стеклянным куполом.

Пространства «Теплеево Резорт» адаптивны под мероприятия любой направленности. Так, если ваше мероприятие подразумевает работу по группам, вы можете использовать для такого формата более 10-ти малых залов (причем все они с естественным освещением).

МЕРОПРИЯТИЯ ДО 1 500 ЧЕЛОВЕК ВО ФЛАГМАНСКОМ ЗАЛЕ

Еще раз отметим, что для нестандартных форматов мероприятий, выставок и масштабных презентаций идеально подойдет многофункциональная «Гранд Арена», предлагающая широкие возможности для застройки. Зал может принять до 1 500

гостей. Рядом со зданием «Гранд Арена» находится большая зеленая поляна для мероприятий open air.

ОТ СОВЕЩАНИЙ НА ВЫСШЕМ УРОВНЕ ДО ТИМБИЛДИНГОВ И ЧАСТНЫХ ГАЛА-УЖИНОВ

В «Теплеево Резорт» есть банкетные залы и сезонные шатры. Команда ресторанов европейской кухни «Купеческий» и «Дворянский» предлагает персонализированное банкетное сопровождение. Блюда удивляют высоким качеством приготовления, разнообразием и красивой подачей. «Теплеево» — это, однозначно, вкусно: будь то «шведская линия», кофе-брейк или свадебный стол.

В теплое время года для мероприятий на открытом воздухе советуем рассмотреть открытые террасы и площадки для фуршетов, места с беседками для рыбалки, интерактивные зоны и спортивные площадки. Есть обширная территория для тимбилдингов. А в ресторане «Пивная Ассамблея» гости могут насладиться авторским пивом собственного производства и провести атмосферное мероприятие на живописной открытой веранде.

Деловые встречи в «Теплеево Резорт» можно дополнить отдыхом в спа-комплексе с бассейном и термальной зоной (доступ для проживающих гостей свободный и без записи), прогулками по живописным маршрутам, экскурсией в конный клуб, спортивными активностями (теннис, боулинг, бильярд, тир, пейнтбол и страйкбол), организацией вечеров с живой музыкой и шоу-программами.

Расположение отеля позволяет сочетать деловую программу с насыщенной культурной — в часе езды находятся усадьба «Дубровицы», Саввино-Сторожевский монастырь и другие знаковые места Подмосковья.

«ТЕПЛЕЕВО РЕЗОРТ» СЕГОДНЯ И ЗАВТРА

Вскоре после открытия состоялась поездка экспертов Business Community MICE&more в «Теплеево Резорт». Мы увидели, как отель приступает к реализации перемен: этим занимаются настоящие профессионалы своего дела и они полны энтузиазма. 2025 год — это старт активных преобразований для «Теплеево Резорт».

«Теплеево Резорт» в будущем — это не просто отель, а продуманное пространство, где бизнес, комфорт и вдохновение соединяются воедино. Здесь каждая деталь работает на безупречный результат, а команда профессионалов заботится о том, чтобы каждое мероприятие проходило на высшем уровне. Будь то международный форум, стратегическая сессия или частная встреча, «Теплеево Резорт» становится ключевой точкой для продуктивных решений и успешного будущего.

«РЕЗИДЕНЦИЯ БОГОРОДСКОЕ»: КАМЕРНОЕ ПРОСТРАНСТВО ДЛЯ ЯРКИХ СОБЫТИЙ

«Резиденция Богородское» сочетает архитектурную изысканность, утонченное гостеприимство и безупречные условия для деловых и торжественных мероприятий. Расположенная на юго-западе Москвы, в окружении живописных природных ландшафтов, «Резиденция» предлагает широкий спектр возможностей для проведения конференций, банкетов, свадеб и тимбилдинговых программ. Расстояние между «Теплеево Резорт» и «Резиденцией» — 30 км.

Для организации мероприятий в «Резиденции Богородское» предусмотрено шесть элегантных залов, выдержанных в стиле ампира с элементами барокко. Каждый зал сочетает эстетику и функциональность, позволяя создать атмосферу, соответствующую статусу события.

- » **РЕСТОРАН «ЛИРА»** — трансформируемое пространство, которое может быть разделено на три отдельных зала. Вместимость до 100 гостей.
- » **ЗАЛ СО СЦЕНОЙ «ВИКТОРИЯ»** — идеальное место для конференций и презентаций, рассчитанное на 100 участников.
- » **ЗАЛ «НИКА»** — уютное пространство для камерных мероприятий до 10 гостей.

- » **БОЛЬШАЯ ПЕРЕГОВОРНАЯ КОМНАТА** — комфортное место для стратегических встреч (до 30 человек).
- » **МАЛАЯ ПЕРЕГОВОРНАЯ КОМНАТА** — для совещаний и небольших конференций (до 15 человек).
- » **РОТОНДА НА ОЗЕРЕ «ЛОТОС»** — живописная площадка на воде, создающая романтическую атмосферу для мероприятий до 40 человек.

Резиденция располагает 18-ю просторными номерами, среди которых — 16 люксов площадью 64 м² и два президентских люкса по 128 м². Для уединенного отдыха гостей предусмотрен отдельный гостевой дом с двумя спальнями и гостиной. Каждый интерьер оформлен в стиле ампира и оснащен всем необходимым для безупречного пребывания.

ДОСУГ И РАССЛАБЛЕНИЕ

Гости резиденции могут не только продуктивно работать и отмечать важные события, но и полноценно отдыхать. В распоряжении гостей — спа-комплекс с бассейном, финской сауной, русской баней, хаммамом и зоной релакса. Для любителей активного отдыха доступны сквош, теннис, бадминтон, конный клуб, боулинг, бильярд и тренажерный зал. На территории также расположены открытые спортивные площадки, включая футбольное поле, теннисный корт и другие зоны для активного отдыха.



ЗЕЛЕНый ДЕНЬ MICE&MORE: НОВАЯ ДАТА В НАШЕМ КАЛЕНДАРЕ

Как отметить юбилей? Душевно, вместе, сообща, с пользой «для мира» и на самых позитивных эмоциях. Так подумали мы и решили организовать Зеленый день MICE&more, причем выбрали в качестве партнеров наших давних друзей – отель AZIMUT Парк Переславль 4*.

Важно отметить, что этот особенный день мы провели вместе с членами наших семей, с нашими детьми, которым было очень важно поучаствовать вместе со взрослыми в таком важном деле как посадка деревьев.

Уже 10 лет четыре раза в год мы издаем журнал. На его печать уходит древесина. Акция, которую мы с таким энтузиазмом реализовали, призвана вернуть наш долг природе. Рады сообщить, что теперь на территории отеля есть аллея из лип от MICE&more. Это 10 деревьев. Наша акция послужила поводом для серьезного разговора о «зеленых» ценностях, которым мы с вами делимся в летнем номере журнала.

Но сначала хотим рассказать о том, как прошли эти три дня в отеле AZIMUT Парк Отель Переславль 4*. Прежде всего, надо отметить, что нас с сетью AZIMUT Hotels объединяют общие «зеленые» ценности, связанные с поддержкой окружающей среды, с защитой природных ресурсов. Нам очень импонирует наличие в сети отдельного кластера загородных отелей, которые имеют в своем названии определение «парк-отель». На данный момент их семь.

С 2020 года гостиничная сеть AZIMUT Hotels реализует экопроект, цель которого – развитие вторичной переработки отельной косметики и сокращение отходов. В отелях сети упаковка косметических принадлежностей заменена на более экологичные альтернативы, пригодные для переработки.

Конкретно с AZIMUT Парк Отель Переславль 4* нас связывает давняя дружба: здесь мы уже проводили стратегические сессии и привозили сюда группу Community. Выбор этого отеля в качестве партнера Зеленого дня MICE&more – абсолютно осознанный. Отель расположен на территории огромного заповедника, который называется «Национальный парк Плещеево озеро». Соответственно, его сотрудники очень пристально и внимательно отслеживают все действия, связанные с влиянием на природу. В том числе, здесь есть своя агрономика, которая занимается вопросами, связанными с состоянием почвы. Специальная команда озеленяет территорию отеля, ухаживает за флорой и фауной, то есть поддерживает определенную экосистему. У отеля уже есть собственный опыт проведения акции по посадке деревьев, поэтому мы сразу поняли, что можем объединить наши усилия.

К акции «Зеленый день MICE&more» мы начали подготовку заблаговременно. Сама идея родилась более года назад, когда мы впервые задумались о том, каким добрым делом отметить наше 10-летие. Посадить деревья – самое правильное решение. А посадить их вместе с нашими родными и близкими – правильное вдвойне. Большим счастьем было наблюдать включенность детей. Мы рады, что к нашей акции присоединились новые партнеры – компания «Очистные технологии», которая активно принимает участие в экологических проектах и помогла нам с закупкой саженцев.

Мы жили в экологических коттеджах. В первый же вечер все перезнакомились, благодаря веселым семейным играм. На следующее утро, пока команда MICE&more обсуждала планы года, папы и дети готовили площадку для посадки. В 12.00 мы надели зеленые ленты, бейсболки, банданы, взяли в руки лопаты и стартовали. Азарт был настолько высок, что хотелось посадить не 10, а 20 или 30 деревьев. Специально подобранные музыкальные треки на «зеленую» тематику здорово поддерживали наш настрой. В финале дети носились по полю с воздушными змеями, а взрослые фотографировались, записывали друг у друга интервью и общались с руководителем службы развития продаж AZIMUT Парк Отель Переславль 4* Артемом Частухиным. Что было далее? Вкуснейший обед-барбекю от шеф-повара отеля и купание в недавно открывшемся бассейне – теплом в любую погоду.

АРТЕМ ЧАСТУХИН,
РУКОВОДИТЕЛЬ СЛУЖБЫ РАЗВИТИЯ ПРОДАЖ
AZIMUT ПАРК ОТЕЛЬ ПЕРЕСЛАВЛЬ 4*:

Для нас осознанное отношение к природе – не просто корпоративная политика, а искреннее убеждение, которое мы стремимся воплощать в работе AZIMUT Парк Отель Переславль 4*. Мы безмерно рады видеть, как эта забота об окру-



жающем мире вдохновляет наших дорогих гостей. Семьи, приезжающие к нам, разделяют наши ценности: бережно относятся к ресурсам, возвращают на переработку упаковку отельной косметики вместо того, чтобы просто выбросить ее. Эти маленькие, но такие важные привычки становятся частью жизни наших гостей.

Мы находимся в таком живописном месте – в черте Национального парка «Плещеево озеро» – и чувствуем ответственность за его сохранение. Особенно ценно, когда наши гости, особенно дети, уезжают не только с приятными впечатлениями от отдыха, но и с пониманием, как важно сохранить красоту, которая нас окружает.

ЛИНА МОСКВИНА,
ОСНОВАТЕЛЬ МЕЖДУНАРОДНОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ЭКОСИСТЕМЫ MICE&MORE

Мои взаимоотношения с темой экологии менялись с годами. Сначала это был сбор информации, затем началось приобщение – например, экопоход в горы на курорте «Красная Поляна», где мы закладывали каменную соль для горных серн и таким образом поддерживали местную экосистему. Далее случился международный опыт в виде посадки кораллов на Мальдивах, и это был реальный вклад в большое общее





ОКСАНА КНАП, КРЕАТИВНЫЙ ДИРЕКТОР

Я много передвигаюсь по миру, и мне везде хочется понять местные устои и привычки. Например, я выбираю продукты, которые растут или производятся на этой территории. То есть мой осознанный выбор — сезонные и локальные продукты для моей семьи. Живя за рубежом, я научилась сортировать мусор. Не скрою, сначала это было сложно, ведь проще все свалить в один бак, но потом втянулась. Тем более, когда увидела, как этому учат моих детей в детском саду и в школе. Можно сказать, что именно дети стали моими проводниками в мир экологических привычек.

Что касается моей профессиональной сферы — фэшн-индустрии — в последнее время многие дизайнеры обращают внимание на производство одежды из переработанного пластика или из крапивы. Есть целые бренды, кто производит такую одежду. Неожиданно выяснилось, что такой комфортный для нас натуральный хлопок приносит много вреда планете, поскольку нужны тонны воды на возделывание хлопковых плантаций.

АНАСТАСИЯ МЕДВЕДЕВА, COMMUNITY MANAGER

У меня маленький ребенок. Стараюсь с раннего детства прививать Наде здоровые привычки. В нашей семье мы не выбрасываем старые вещи, а отдаем нуждающимся или на переработку. Есть такая прекрасная адресная помощь типа проекта «Добрые вещи». У них 90 пунктов по всей Москве: если вещь тебе уже не нужна, она кому-то еще послужит. Мы стараемся не приобретать лишнее и ребенка тоже приучаем к разумному потреблению. Мы рассказываем дочке о том, что обязательно всегда покупать новые вещи, ведь свою любовь можно проявить и по-другому. Для нас совершенно нормальная история, когда люди приходят к Наде без подарков, и она радуется просто приходу гостей.

Путешествуя по миру, я беру на заметку интересные примеры охраны окружающей среды. В Дубае, например, есть аппараты, где можно заправить питьевую воду в свою емкость. То есть не нужно каждый раз покупать новую бутылку. Я активно пользуюсь «рефилами».

Наши родители мало задумывались об охране окружающей среды на бытовом уровне, для нашего поколения это актуальная тема, а для детей она примет в будущем какие-то новые формы и масштабы. Я приверженица теории маленьких шагов. Мы становимся лучше, и планета становится лучше и чище.

МАРИНА ОРЛОВА, DIGITAL MARKETING MANAGER

В нашей большой семье, где трое детей, есть свои ритуалы, связанные с экологией. Например, мы используем экопакеты для еды и мусора. Литиевые батарейки выбрасываем в специальные контейнеры. Дети приучены к тому, что мусорить на улице нельзя. Когда мы гуляем и видим на земле фантики от конфет или мороженого, четырехлетняя Рада всегда это подмечает и говорит: «Нашу планету нельзя загрязнять!»

Меня очень вдохновляют цели в области устойчивого развития ООН. Выделю несколько из них, которые наиболее актуальны: ликвидация нищеты, хорошее здоровье и благополучие, качественное образование, чистая вода и санитария, ответственное потребление и производство, сохранение морских экосистем.

Очень хочется, чтобы, взявшись за руки, каждая семья возвращала позитивные привычки к окружающей среде. Это поможет нашим детям и внукам жить в чистой, красивой и благополучной среде.

МАРИНА КАРАСЁВА, МЕДИАДИРЕКТОР

Я как раз из поколения родителей и, действительно, не помню, чтобы мы много думали об окружающей среде. Хотя ..., оглядываясь назад, понимаю, что это не так. Действий было много, просто они не объявлялись повесткой. Например, в школьные годы мы постоянно собирали макулатуру и металлолом, дежурили по школе (то есть на регулярной основе убирали помещения и поливали растения), чистили территорию, выращивали школьные огороды, в рамках тимуровского движения оказывали помощь старикам, а в качестве вожатых занимались с младшими ребятами, несколько раз в год выходили на масштабные субботники. Не могу сказать, что это было с той идеологической начинкой, как сейчас. Скорее, обязанности, которые надо выполнить. Но о планете мы все-таки заботились, что приятно осознавать.

Меня радует, что благодаря MICE&more я не только погрузилась в тему устойчивого развития, но и постоянно расширяю свои знания в этой области. Особенно впечатляет работа в составе жюри на различных премиях, где есть соответствующие номинации. Отдельно отмечу специализированную премию NEBI «Туризм будущего». Я открываю для себя массу интереснейших проектов, вижу как растет экологическое движение в стране, как оно подпитывается идеями из большого мира, и стараюсь постоянно об этом рассказывать в наших публикациях.





**МАРИЯ БЕРЕЖНАЯ,
СПЕЦИАЛИСТ ПО ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ КРАСОТЕ**

В плане охраны окружающей среды я среднестатистический человек: разделяю мусор, выключаю свет, экономлю воду, хожу в магазин с тканевыми шоперами. В сфере моих профессиональных интересов различные духовные практики, специальные гимнастики, восстанавливающие ритуалы — в общем, все, что связано со здоровым духом в здоровом теле. Пространство, в котором мы живем и работаем, — это тоже «тело», поэтому я занимаюсь правильной планировкой с точки зрения фэншуй и других философских течений.

**АЛЕКСАНДРА ИСАКОВА,
СПЕЦИАЛИСТ ПО ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ КРАСОТЕ**

Тренд экологичности в сфере бьюти-индустрии шагает семимильными шагами. Стало невероятно модным покупать косметику с пометкой «не тестировалось на животных», отдавать предпочтение биоразлагаемой упаковке косметики, покупать косметику со сменными блоками и тем самым сократить выброс пластика. В социальных сетях появились визажисты, транслирующие свое предпочтение экологичным продуктам, так называемые «эковизажисты».

**МАРИЯ СТЕБОЛЯЕВА,
ДИЗАЙНЕР**

Я живу в экологически чистом месте — в закрытом городке, построенном в лесу, где дикие животные свободно передвигаются по улицам. Например, заряжая электромобиль, можно встретить ежа, а по пути домой из магазина увидеть лося или лису. В связи с этим во всех школах у нас введен курс по технике безопасности при встрече с дикими животными: детям рассказывают, как правильно себя вести, ведь здесь животные находятся в своей естественной среде обитания.

Как дизайнер, я уже участвовала в проектах, которые были выдвинуты на премии. Но сейчас нахожусь под самым ярким впечатлением от нашего Зеленого дня. Хочется верить, что его ждет масштабное будущее.

**ХЕЛЬГА БАРГАН,
ФОТОГРАФ**

В профессиональной деятельности замечаю смещение трендов в сторону чистоты и бережливости к природе. На съемках мы отказываемся от шаров, но, если заказчику очень хочется их отпустить в небо, выбираем биоразлагаемые варианты. На праздниках все больше одноразовой посуды из крахмала, который тоже безвредно разлагается. Я работаю в команде со стилистами и с радостью замечаю, что коллеги собирают износостойкие качественные капсулы из прочных тканей, чтобы исключить одноразовые синтетические вещи.

**ЭЛЬВИРА УГЛОВА,
ШЕФ-ФОТОГРАФ**

Наш семейный принцип — «оставь после себя чистоту». Эта фраза звучит у нас очень часто. Участие в Зеленом дне для всех нас очень полезно. Муж Ярослав уже сажал деревья, а вот я и сын Марк делаем это впервые. Зато вместе с MICE&more у меня есть уникальный опыт выращивания кораллов на Мальдивах! В тот момент, когда ты отправляешь в океан привязанные к каркасу кораллы, думаешь о том, какое, действительно, важное и значимое действие ты совершаешь для планеты.

От MICE&more: Подводя итоги Зеленого дня MICE&more мы поняли, что нам очень хочется сделать это мероприятие ежегодным, массовым, с привлечением нашего профессионального сообщества. Вы готовы принять участие?

ЗЕЛЕННЫЕ ЦЕННОСТИ MICE&MORE

- 1 Мы стремимся жить, работать и двигаться вперед в гармонии с природой.
- 2 Мы создаем здоровые привычки и следуем им.
- 3 Мы за экологию отношений внутри нашей команды и в Community MICE&more.
- 4 Мы выстраиваем экологичное сотрудничество со всеми партнерами и рекламодателями.
- 5 Мы остаемся верными своему обязательству — издавать журнал в печатном виде, но при этом постоянно думаем о возвращении долга природе. Мы за экологию инфопространства, то есть за баланс визуала и информации, умеренный объем материалов и только качественный контент для ЦА.
- 6 Мы мечтаем о «здоровой» планете, на которой будут жить наши дети и дети их детей.



**«ОЧИСТНЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ» — ПАРТНЕР
ПРОЕКТА «ЗЕЛЕНый ДЕНЬ
MICE&MORE»**

ООО «Очистные технологии» — динамично развивающаяся компания, основанная в 2014 году. Она предлагает полный комплекс работ по разработке, внедрению и сопровождению технологий очистки воды / стоков / нефти с применением реагентов собственного производства и высококачественного оборудования, при изготовлении которых используются инновационные решения.

Заказчиками компании являются крупнейшие предприятия различных отраслей промышленности и коммунального сектора. Это более 70-ти водоканалов и 50-ти промышленных предприятий на территории РФ.

Миссия и ценности компании: «Создавая инновационные продукты с индивидуальным подходом, мы обеспечиваем максимальную эффективность процессов, повышаем качество жизни сотрудников и укрепляем экономику регионов и страны в целом. Заботимся о сохранении природы и разумном использовании ресурсов ради будущих поколений».

Компания «Очистные технологии» активно принимает участие в Федеральном проекте по защите окружающей среды. Она одна из первых подключилась к решению вопроса очистки пляжного песка от мазута в зоне экологического бедствия в городе Анапе. Под данный проект совместно с компанией «РусВал» была спроектирована установка для очистки песка «Витязь».



www.wttech.ru

COSMOS COLLECTION ALTAY RESORT: МЕСТО, ГДЕ БИЗНЕС НАПОЛНЯЕТСЯ ЗДОРОВЬЕМ

Горный Алтай — удивительное место, спрятанное среди первозданной тайги и горных хребтов. Именно здесь расположен Cosmos Collection Altay Resort 5* — один из самых впечатляющих природно-оздоровительных комплексов России. Он находится на высоте 700 метров над уровнем моря, его бизнес-инфраструктура соседствует с медицинским центром, а высокий уровень сервиса — с философией осознанного отдыха и концепцией заботы о госте. Это место, где идеально сочетаются деловые цели бизнеса и гармония природы.

МАСШТАБНЫЕ КОРПОРАТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ В СЕРДЦЕ ТАЙГИ

Cosmos Collection Altay Resort — это площадка нового уровня для мероприятий MICE-сегмента, где деловая инфраструктура органично сочетается с оздоровлением, уединением и природной энергетикой Горного Алтая.

Возможности Altay Resort могут удовлетворить любой MICE-запрос бизнеса. Современный конгресс-холл и переговорные комнаты вместимостью от 15 до 200 человек позволяют проводить мероприятия разного формата — от закрытых стратегических сессий до масштабных форумов. В распоряжении гостей два оборудованных конференц-зала, переговорные комнаты, кинозал, просторное лобби, уютные зоны для кофе-брейков и открытая терраса для фуршетов или неформального общения.

Главное преимущество курорта — естественное окружение, способствующее концентрации. Пространство работает как инструмент для вдохновения, исключая городской шум и суету.

КОРПОРАТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ НОВОГО ФОРМАТА

Сегодня бизнес ищет больше, чем просто аренду зала или размещение в номере отеля. Cosmos Collection Altay Resort обладает большой инфраструктурной базой и предлагает полноценный трансформационный опыт: деловая программа дополняется wellness-пакетами, посещением SPA-центра, вечерними развлечениями и новыми впечатлениями от места и его природы.



После сессий — массаж, фито-ванны, процедуры и индивидуальные диагностики. Для отдыха и восстановления доступны тренажерный зал, банный комплекс, йога-пространство, гастрономические ужины и живая музыка.

Отдельно стоит отметить, что Горный Алтай — это место неожиданных вкусов, которые сочетаются в кухне этого региона. Шеф-повар отеля, вдохновляясь тайгой, каждый сезон удивляет гостей (в том числе, и корпоративных) новыми решениями в меню.

Такой формат укрепляет командный дух, снижает стресс и помогает участникам не только эффективно работать, но и возвращаться домой с новыми силами и идеями.

ЦЕНТР АЛТАЙСКОГО ЗДОРОВЬЯ: СИНЕРГИЯ ТРАДИЦИЙ И СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ

На базе Cosmos Collection Altay Resort работает «Центр алтайского здоровья» под брендом «МЕДСИ курорт здоровья», который предлагает более 200 методик восстановления и профилактики. Среди них — пантовые ванны, фитобочки, гидромассажные и ингаляционные процедуры, телесноориентированные практики и дыхательные тренировки. Также доступны расширенные диагностические пакеты: от базовой проверки здоровья до генетических исследований.

Все процедуры проводятся под наблюдением квалифицированных врачей. Специальные протоколы пантолечения разработаны совместно с Томским НИИ курортологии и физиотерапии. Оздоровление здесь не имеет формата санаторного отдыха в классическом понимании — это премиальный медицинский сервис в окружении природы и эстетики.

ПРОСТРАНСТВО ТИШИНЫ И КОМФОРТА

Номерной фонд комплекса — более 125 комфортабельных номеров различных категорий, включает несколько форматов размещения: от номеров категории стандарт и делюкс до отдельных уютных коттеджей с каминами и террасами.

Каждый интерьер выполнен из природных материалов с использованием дерева и камня. Из большинства номеров открывается вид на горные склоны, лес или озеро.

Здесь хочется замедлиться, отключиться от цифрового шума и почувствовать настоящую тишину. Для тех, кто не может полностью отвлечься от делового контекста, предусмотрены рабочие зоны, высокоскоростной интернет и поддержка со стороны консьерж-службы.

ЭСТЕТИКА ОТДЫХА, УСИЛЕННАЯ ПРИРОДОЙ

Cosmos Collection Altay Resort стал не просто курортом — он стал частью новой философии отдыха, когда бизнес, здоровье и эмоции соединяются в одной точке. Это не про «удобно и красиво», это про «глубоко и эффективно». Здесь можно заключать контракты, запускать внутренние трансформации, отдыхать с пользой для здоровья и возвращаться наполненными новыми впечатлениями и идеями.

Для компаний, стремящихся выйти за рамки стандартного формата корпоративных мероприятий, Cosmos Collection Altay Resort предлагает нечто большее — атмосферу уединения, наполненную смыслом архитектуру, внимательный сервис и пространство для роста — личного, делового и физического. Это место для новых решений!



Сайт: altayresort.cosmosgroup.ru
E-mail: sales.altay@cosmosgroup.ru
Телефон: +7 (999) 333 85 96

КУРОРТ «ЗАВИДОВО»: НОВЫЕ МЕСТА MICE-СИЛЫ

Всего в 40 минутах от Москвы, на территории динамично развивающегося курорта «Завидово», во втором полугодии 2025 года появятся яркие новинки, которые существенно изменят MICE-ландшафт, рынок делового туризма и подход к мероприятиям.

Управляющая компания «Васта Отель Менеджмент» готовит к открытию три отеля под собственными брендами общей

емкостью 1 130 номеров. Они рассчитаны на разные сегменты аудитории, имеют современный дизайн, развернутую инфраструктуру для отдыха и бизнес-туризма. В основе концепций стандарты и практики ведущих мировых отельных сетей. Каждый отель — уникальная локация для мероприятий.

«РЯБИНА ОТ ВАСТА, ЗАВИДОВО» 3*

«Рябина от Васта, Завидово» 3* — это местный колорит, национальные традиции, атмосфера легкости и беззаботности. Девять переговорных комнат и 1 конференц-зал с панорамным видом. Ресторан «Поле Сад» с акцентом на современную русскую кухню из фермерских продуктов.

«ЭРБЕЛИЯ ОТ ВАСТА, ЗАВИДОВО» 4*

Отель «Эрбелия от Васта, Завидово» 4* — это эксклюзивные возможности для отдыха с тонким вкусом, вниманием к деталям. Семь современных конференц-залов. Ресторан авторской и локальной кухни «Венецианов».

«ЗАВИДОВО ХОЛЛ»: КРУПНЕЙШАЯ MICE-ПЛОЩАДКА

Многофункциональный центр «Завидово Холл» площадью 2 500 м² подойдет для проведения мероприятий самого высокого уровня. MICE-инфраструктура конгресс-центра включает многофункциональный зал 1 200 м² с современным техническим оборудованием, панорамным остеклением и прекрасными видами. Он способен вместить одновременно порядка 1 000 участников.

Бизнес-туристы смогут воспользоваться развитой инфраструктурой курорта «Завидово». Сегодня здесь созданы пляжи,

парки, километры разнообразных маршрутов для пешеходов, велосипедистов и лыжников. Работают гольф и яхт-клубы, детские развлекательные центры, банные комплексы, множество кафе и ресторанов.

Также на территории до конца года заработают центр водных развлечений «Завидово Аква & СПА», двухуровневый картинг, торговые пространства с известными российскими брендами и новые рестораны.



vastahotels.com
reservations@zavidovopark.com

ИСКУССТВО ОДЕЖДЫ ИЛИ ГДЕ ИСКАТЬ ВДОХНОВЕНИЕ ДЛЯ ВЫБОРА НАРЯДА НА МЕРОПРИЯТИЕ

В рубрике «Стильные люди индустрии» мы представляем наиболее интересные образы участников Community MICE&more, которые отмечает креативный директор нашей экосистемы, стилист международного уровня Оксана Кнап. В этом номере в ее фокусе — мероприятие «Весенний вайб в ЦМТ».

Наш внешний образ это не просто одежда, это форма самовыражения и отражение внутренней идентичности. Когда речь идет о выборе наряда для мероприятий — будь то официальные, повседневные или тематические — множество факторов влияют на наш стиль. Давайте рассмотрим, что вдохновляет людей создавать свои образы для особых случаев.

КУЛЬТУРНЫЕ ТРАДИЦИИ

Это важная составляющая. Для многих людей в разных странах выбор одежды на мероприятие основан на культурных традициях, которые формируют стиль и эстетические предпочтения.

ТЕМАТИКА МЕРОПРИЯТИЯ

Она тоже играет ключевую роль и требует креативного подхода. Мы черпаем вдохновение в концепте, в оформлении, музыкальном сопровождении и в атмосфере мероприятия.

НАСМОТРЕННОСТЬ

Знаменитости и модные «иконы» оказывают значительное влияние на выбор нарядов. Многие люди обращаются к социальным сетям, чтобы узнать о последних тенденциях, которые продвигают их любимые актеры и дизайнеры. Мы ориентируемся на тех, чей стиль нам нравится. Они нас вдохновляют.

ЛИЧНОЕ САМОВЫРАЖЕНИЕ

Как уже сказано выше, для многих одежда на мероприятиях — это способ выразить свою индивидуальность, заявить о себе. Мы выбираем наряды, которые отражают наш внутренний мир, настроение и даже жизненные достижения. Об этом может заявлять определенный цвет, уникальный аксессуар или нестандартный крой.

КОМФОРТ И УДОБСТВО

Мы часто отдаем предпочтение не только красоте и стилю в выборе образа. Важно, чтобы одежда позволяла свободно двигаться и чувствовать себя уверенно, особенно на долгих мероприятиях.

БЮДЖЕТ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ!

Финансовые возможности также влияют на выбор одежды. Некоторые могут позволить себе дизайнерские вещи, в то время как другие выбирают стильную и доступную альтернативу. Важно понимать, что стиль — это не всегда дорого, это больше про внутреннюю гармонию.

Вдохновение для выбора наряда на мероприятие приходит из множества источников. Мы все уникальны, а стиль — это отражение нашей жизни, культуры и личных предпочтений.

В конечном счете, главное — это уверенность, комфорт и хорошее настроение. Одевайтесь так, как вам нравится, и пусть ваша индивидуальность сияет на любом мероприятии, а мы будем наслаждаться и радоваться вместе с вами.

ДО НОВЫХ ВСТРЕЧ, СТИЛЬНЫЕ И КРАСИВЫЕ ЛЮДИ НАШЕЙ ИНДУСТРИИ!



Черно-белая весна — почему бы и нет? Альберт с помощью светлого кардигана проявил лояльность к заявленному дресс-коду, и это вызывает уважение и благодарность! (Альберт Латыпов, MAXIMICE)



Егор, как всегда, на стиле. Восхищает его виртуозная способность выглядеть нескучно! (Егор Доброгорский, «КОММУНИКАТОР КРЕАТИВ ИВЕНТС»)



Эта леди умеет расставлять акценты и быть в центре внимания, браво! Найти в своем гардеробе сумочку с тюльпанами для дресс-кода «Все цвета тюльпанов» — восторг! (Оксана Кочергина, MICE&EVENT The 7-th sense)



Очень элегантный, стильный образ, который хочется разглядывать! (Ксения Голодная, «Корпорэйт Тревел»)



ЗНАКОМСТВО С НОВЫМ
ОТЕЛЕМ PALMIRA ART HOTEL
10 апреля



БИЗНЕС-ЗАВТРАК В ОТЕЛЕ
PALMIRA BUSINESS CLUB
28 марта





**ВЫХОДНЫЕ В «ТЕПЛЕЕВО
РЕЗОРТ» И В РЕЗИДЕНЦИИ
«БОГОРОДСКОЕ»**

28-30 марта



**ЗНАКОМСТВО С ПЕРВЫМ
В РОССИИ POP UP & UPSYCLE
ОТЕЛЕМ MARCO POLO BY
MOSS HOSPITALITY**

24 апреля



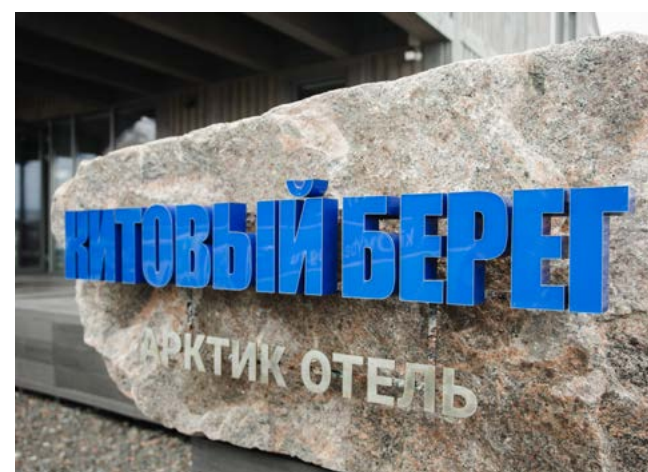


ОЗНАКОМИТЕЛЬНЫЙ ТУР НА БЕРЕГ БАРЕНЦЕВА МОРЯ В АРКТИК-ОТЕЛЬ «КИТОВЫЙ БЕРЕГ» С ПРИКЛЮЧЕНЧЕСКИМ ТУРОПЕРАТОРОМ «ПАНАРКТИК СТАР»

22-25 мая



ОЗНАКОМИТЕЛЬНЫЙ ТУР
В СЕВЕРНУЮ ОСЕТИЮ С DMC AGORA
24-27 апреля



ЛИЦА COMMUNITY

Дорогие друзья! Бизнес-сообщество MICE&more объединяет 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.

Для нашей команды Community MICE&more — это не просто сообщество, а настоящая платформа для роста, обмена опытом и поддержки, где каждый участник вносит что-то ценное. Из мероприятий особенно впечатлил фамтрип в Катар — это был невероятно насыщенный и яркий опыт: от плотного графика встреч до потрясающих впечатлений от культуры и деловой атмосферы, все продумано до мелочей. Хотим поблагодарить за организацию всех событий: грамотный деловой подход в сочетании с теплотой и душой создает уникальную атмосферу, которая мотивирует и объединяет. Благодаря нетворкингу уже появились конкретные результаты: новые полезные знакомства, идеи для проектов и даже первые шаги к сотрудничеству с несколькими партнерами. Отдельная благодарность вашим чудесным фотографиям.



ЮЛИЯ СУДНИК,
«РОСГОССТРАХ ЖИЗНЬ»

Каждое мероприятие Community MICE&more — это возможность не только познакомиться с новым местом, но и отличный повод обсудить с «коллегами по цеху» возникающие идеи, намечающиеся проекты, получить нестандартный взгляд на многие вещи. Запомнилась последняя поездка в «Теплеево Резорт». В этом отеле наша компания решила проводить одно из мероприятий. Поэтому я могу смело сказать, что мы в тренде!



ДМИТРИЙ ЗАХАРОВ,
CREATIVE MARKET

Еще и года нет, как мы присоединились к Community MICE&more, но уже могу сказать — все не зря! Лично я получаю огромное удовольствие от общения с командой MICE&more. Единственный канал в Телеграм, который у меня не на беззвучном режиме, — ваш. Мое утро начинается с новостей сообщества: читаю обзоры, новости о предстоящих мероприятиях, визитки коллег-профессионалов. С особым интересом жду информацию про фамтрипы. Это отдельная любовь. Мы с вами уже были в Катаре и в Сочи, очень жду Иорданию. Уверена, в ближайшем будущем и наши путешественники посетят проверенные нами места и маршруты. В нашей работе очень важна и личная экспертиза, и рекомендации профессионалов. Любая ошибка бросает тень на репутацию не только Клуба, но и лично на Михаила Кожухова. Очень рада, что есть возможность минимизировать их и с вашей помощью. Сейчас по визам начинаем работать с компанией, с директором которой познакомилась на вашем мероприятии «Весенний вайб».



АННА ЦОМАРТОВА, «КЛУБ
ПУТЕШЕСТВИЙ МИХАИЛА КОЖУХОВА»

Что для меня Community MICE&more? Это сообщество профессионалов, интересных и заряженных людей, возможность быть в их кругу, обмениваться опытом, знаниями и нестандартными историями из event-и туристической сферы. Из самых запоминающихся мероприятий для меня оказался День Козалыма в Москве в прошлом году и лето на крыше St.Regis Nikolskaya в 2023 году. А из фамтрипов не могу выделить какой-то один, все были по-своему уникальны, прекрасно организованы и наполнены смыслом. Всегда рада видеть на мероприятиях MICE&more уже знакомых коллег, с которыми ранее пересекались в поездках. В прошлом году в рамках ПЭФ селила своих VIP-клиентов в Grand Hotel Europe, с которым меня познакомил MICE&more.



КСЕНИЯ ГОЛОДНАЯ,
«КОРПОРАЙТ ТРЕВЕЛ»



МАРИЯ КАЛИНИЧКОВА,
MICE / EVENT-АГЕНТСТВО AM GROUP

Для меня Community MICE&more — это не только сообщество профессионалов, с которыми можно обмениваться опытом и поделиться знаниями, но и место для крутого времяпрепровождения, душевных встреч, юмора. Мне особенно запомнился «Семейный фамтрип на курорте Красная Поляна», поскольку я часто в разъездах, а побыть вместе с семьей в поездке очень ценно. Необычным был и FIT&MICE трип на том же курорте, причем результатом этого нетворкинга явилось выездное корпоративное мероприятие в Сочи, которое я организовала для одного из крупных клиентов. Мы повторили размещение в «Марриотт», экскурсии в те же локации, обеды и ужины в тех же ресторанах, которые мы посетили во время инспекции с MICE&more. В результате клиент остался чрезвычайно доволен поездкой!

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

интеллектуальный партнер:
MICE & ^{10 лет}more

ОКТАБРЯ 2025Г.
ДВОРЕЦ КУЛЬТУР
МОСКВА

ФОРУМ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА «Многогранность»

Что будет:

Вдохновляющая
образовательная программа

Выставка событийных
возможностей и технологий

на правах рекламы

Бизнес-воркшоп

Премия событийной
индустрии «Многогранность»

Питчи событий перед
спонсорами и инвесторами

Ждем вас!



теплеево
РЕЗОРТ

ЛЕТО НАЧИНАЕТСЯ В ТЕПЛЕЕВО!



tepleevo.ru
+7 (499) 580-12-34

РЕКЛАМА ООО «ПРЕМИУМ ПАРК ОТЕЛЬ» ИНН 9702071464
143397, г. Москва, поселение Первомайское, д. Рогозинино, «Теплеево Резорт»

на правах рекламы