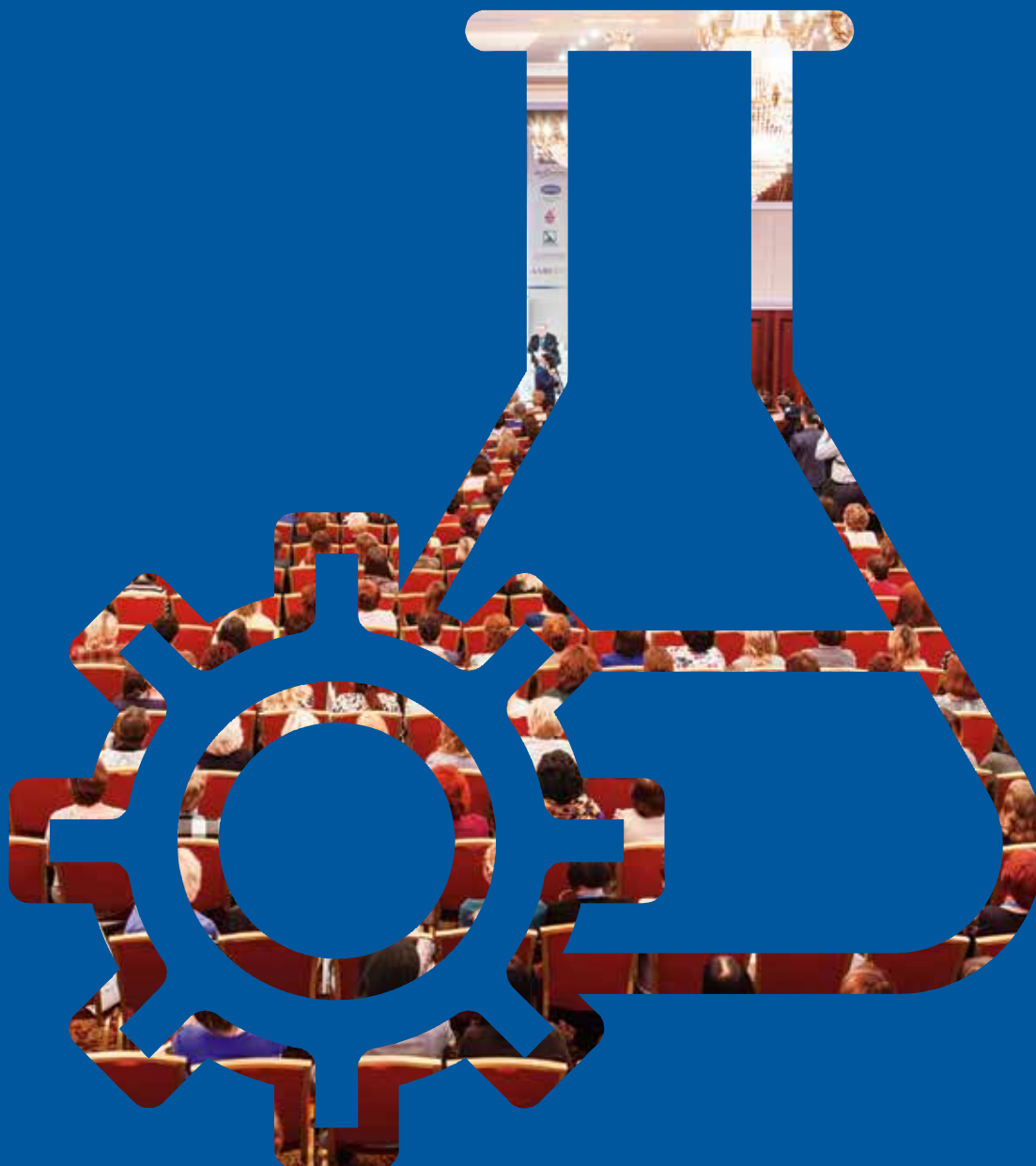


# CongressTime

Время конгрессов



ФОРМУЛА РАЗВИТИЯ.  
КАК ВЫРАСТИТЬ МЕЖДУНАРОДНОЕ  
НАУЧНОЕ СОБЫТИЕ





ВЫСТАВОЧНЫЙ  
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ЦЕНТР



**ПРОФЕССИОНАЛЬНО  
ОБ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ**

исследования | консультации | мероприятия | издательство

[www.rnc-consult.ru](http://www.rnc-consult.ru)



[facebook.com/rncconsult](https://facebook.com/rncconsult)

Журнал CongressTime № 2 (15) 2021  
Издается при поддержке  
Торгово-промышленной палаты  
Российской Федерации  
Выходит четыре раза в год

Издатель  
ООО «ВНИЦ Р-н-С»  
Россия, 197110, Санкт-Петербург,  
Лодейнополюская ул., 5  
Тел.: +7 (812) 320 9693  
E-mail: info@congresstime.ru  
www.congresstime.ru

Экспертный совет

Председатель экспертного совета  
**Максим Фатеев**,  
вице-президент ТПП РФ

Члены экспертного совета  
**Сергей Воронков**,  
президент РСВЯ,  
генеральный директор компании  
«ЭкспоФорум-Интернэшнл»

**Алексей Вялкин**,  
председатель Комитета ТПП РФ  
по выставочно-ярмарочной  
и конгрессной деятельности,  
генеральный директор АО «Экспоцентр»

**Алексей Калачев**,  
директор Национального конгресс-бюро

**Дарья Островская**,  
генеральный директор ВНИЦ R&C

**Сергей Селиванов**,  
член Совета предпринимателей Москвы,  
первый заместитель генерального директора  
АО «Экспоцентр»

**Александр Стуглев**,  
председатель правления,  
директор Фонда Росконгресс

Главный редактор  
**Дарья Островская**

Шеф-редактор  
**Людмила Ревошина**

Руководитель объединенной  
редакции ВНИЦ R&C  
**Александра Юркова**

Выпускающий редактор  
**Константин Збаровский**

Аналитика и тексты  
**Евгения Кузнецова**  
**Вероника Подвочатная**  
**Александра Смирнова**  
**Елена Четыркина**  
**Алексей Чуваев**

Корректор  
**Татьяна Миронова**

Переводчик  
**Иван Короткий**

Дизайн и верстка  
**Юрий Склад**

Рекламная служба  
**Елена Карпова**  
reklama@rnc-consult.ru  
+7(812) 320 9689

Фотографии

ВНИЦ R&C, Фонд Росконгресс,  
rncma.org, depositphotos.com

Товарный знак CongressTime является  
исключительной собственностью ООО «ВНИЦ Р-н-С»  
© 2020 ООО «ВНИЦ Р-н-С»

Журнал зарегистрирован Федеральной службой  
по надзору в сфере связи, информационных  
технологий и массовых коммуникаций.  
Регистрационный номер:  
П/И № ФС 77-77917 от 6 марта 2020 года.

Редакция не несет ответственности за содержание  
рекламных материалов. Мнение авторов может  
не совпадать с позицией редакции.

Материалы, помеченные знаком **□**,  
опубликованы на правах рекламы.

При перепечатке материалов и использовании  
их в любой форме, в том числе и в электронных  
СМИ, ссылка на CongressTime обязательна.

Распространяется бесплатно  
Тираж номера 2000 экземпляров  
Дата выхода: 30 июня 2021 года

Отпечатано в типографии «Принт 24»  
192102, Санкт-Петербург, ул. Самойловой, 5

### 3 СЛОВО РЕДАКТОРА

### 5 КОНТЕКСТ



### 21 ИСТОРИЯ С ОБЛОЖКИ



### 43 HEADQUARTERS



### 51 ЛИЦОМ К ЛИЦУ



### 71 КОНГРЕССЫ КАК БИЗНЕС



### 99 РЕГИОНЫ



### 111 EVENT-LIVE.RU



### 117 ПОСТСКРИПТУМ



# ГЛАВНОЕ СОБЫТИЕ ВЫСТАВОЧНОЙ ИНДУСТРИИ РОССИИ!

Согласно Общероссийскому рейтингу выставок. Подробнее о рейтинге – [www.exporating.ru](http://www.exporating.ru)

# 18–20.10 2021

Россия, Москва,  
ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»



[www.5p-expo.ru](http://www.5p-expo.ru)



**PLACE**  
МЕСТО

**PRODUCT**  
ПРОДУКТ

**PARTNERSHIP**  
ПАРТНЕРСТВО

**PROMOTION**  
РЕКЛАМА

**P R I C E**  
ЦЕНА

XI МЕЖДУНАРОДНЫЙ  
ФОРУМ  
ВЫСТАВОЧНОЙ  
ИНДУСТРИИ

# 5p EXPO

- ВЫСТАВОЧНЫЕ КОМПЛЕКСЫ ● КОНГРЕСС-ЦЕНТРЫ
- ВЫСТАВОЧНЫЕ ОПЕРАТОРЫ ● ВЫСТАВОЧНЫЙ СЕРВИС И EVENT-УСЛУГИ
- ДИЗАЙН И СТРОИТЕЛЬСТВО ЭКСПОЗИЦИЙ
- IT-ТЕХНОЛОГИИ ● БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ, РЕКЛАМА

Организаторы



При поддержке



12+  
реклама

Известный ученый Петр Капица говорил, что лидерство в науке имеет совершенно особую специфику. Он сравнивал его с караваном судов, идущим через льды. Первый корабль должен быть наиболее мощным и прокладывает правильный путь, разбивая льдины. Продолжая эту метафору, я бы предложила считать научные мероприятия топливом для таких кораблей. Именно они позволяют ученым обмениваться идеями, спорить и обсуждать новые проекты, а значит, обеспечивать движение для науки. История с обложки июньского номера журнала CongressTime посвящена тому, как создать формулу успешного научного события – от отраслевых конгрессов и форумов до фестивалей и хакатонов.

Кстати, важность научного потенциала России для развития событийного рынка страны и укрепления ее конкурентных

позиций как международной дестинации отметил в своем интервью и председатель правления, директор Фонда Росконгресс Александр Стуглев. С ним редакция журнала встретила сразу после завершения Петербургского международного экономического форума, который стал первым большим деловым мероприятием в мире после начала пандемии.

В этом выпуске мы представляем измененный состав экспертного совета журнала CongressTime. С июня к нему присоединился председатель Комитета ТПП РФ по выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, директор компании «Экспоцентр» Алексей Вялкин. Возглавил совет вице-президент Торгово-промышленной палаты Российской Федерации Максим Фатеев. Первые колонки наших экспертов читайте на страницах этого выпуска.

Дарья Островская,  
главный редактор



Торгово-промышленная палата Российской Федерации

В интересах бизнеса, во благо России!



**75 %**  
членской базы ТПП РФ  
составляет малый и  
средний бизнес

### ТПП РФ сегодня:



более **52** тысяч организаций



более **300** объединений  
предпринимателей и  
коммерческих организаций  
на федеральном уровне



более **500** бизнес-ассоциаций  
на региональном уровне



более **180**  
торгово-промышленных палат  
в субъектах  
Российской Федерации



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



РЕКЛАМА



Национальное  
конгресс-бюро

ПОРА  
ПОЛУЧАТЬ



# СОБЫТИЙНЫЙ ПАСПОРТ

А у вашего региона есть Событийный паспорт?  
От географии – до гастрономии, от экономики –  
до ивентов! Задача Событийных паспортов –  
познакомить потенциальных организаторов и  
участников мероприятий с регионом, представить  
все ресурсы, которые он предлагает для  
реализации проектов. Заявите о своем регионе  
как значимой точке на событийной карте России!

[RUSSIACB.COM](http://RUSSIACB.COM)  
+7 (495) 777 16 45



## 6 КОНТРИБЬЮТОРЫ

## 8 ЭТО ВАЖНО

### ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ

- 10** Диверсификация услуг – залог успешного развития конгрессно-выставочной отрасли
- 12** Поддержка участия предприятий в выставках – императив времени
- 14** Время первых

# КОНТЕКСТ

## В ЦИФРАХ

- 16** Кадры – основной ресурс событийной индустрии

## МНЕНИЕ

- 18** О текущей ситуации в ивент отрасли
- 19** Принуждение к росту. Событийная индустрия быстрого реагирования



**Игорь Березин**, президент Некоммерческого Партнерства «Гильдия Маркетологов». В 2000–2006 годах участвовал в исследовательском проекте «Стиль жизни среднего класса». В 2001 году вместе с единомышленниками основал профессиональное объединение «Гильдия Маркетологов». В 2006–2015 годах участвовал в проекте по изучению рынка интеллектуальных услуг в России. С 2013 года по настоящее время является председателем советов директоров полиграфических предприятий «Советская Сибирь», «Дальпресс», «Уральский рабочий», «Звезда», «ЧелДП», «ИркДП», «ТюмДП». Член Национальной ассоциации корпоративных директоров (НАКД) и Ассоциации независимых директоров (АНД), эксперт по маркетинговым стратегиям и анализу рынка.

**Кристиан Гласмахер**, старший вице-президент по корпоративному развитию компании Koelnmesse. Окончил Зигенский университет по специальности «Экономика», несколько лет преподавал на кафедре маркетинга. С 2001 года занимается проектами операторов отраслевых выставок. С октября 2006 года возглавляет департамент по стратегии и развитию нового бизнеса Koelnmesse. С 2008 года является членом комитета по маркетингу Всемирной ассоциации выставочной индустрии UFI. С 2013 года представляет Koelnmesse в Ассоциации основных европейских выставочных центров ЕМЕСА.



**Алесь Жук**, основатель компании Smartio. В 2005 году создал сеть городских квестов DozoR. Работал в оргкомитете Олимпиады Сочи–2014 и XIX Всемирного фестиваля молодежи и студентов. Занимается мероприятиями с 2007 года и специализируется на командообразовании, геймификации и игровых механиках вовлечения. В 2020 году модифицировал собственную платформу для квестов и провел сотни корпоративных онлайн- и гибридных мероприятий.

**Михаил Кузнецов**, один из основателей и директор Союза развития наукоградов. Академик РАЕН, член-корреспондент Российской академии космонавтики имени К. Э. Циолковского. Учился в МВТУ имени Н. Э. Баумана (сейчас – МГТУ), там же окончил аспирантуру, преподавал в Московском институте стали и сплавов (МИСиС). В 1990–1993 годах – депутат Мособлсовета, член президиума совета и председатель Комиссии по образованию, науке и культуре. Работал советником главы администрации Московской области, помощником заместителя председателя Совета Федерации. Автор около 100 публикаций по проблемам развития наукоградов. Один из авторов закона «О статусе наукограда Российской Федерации».



**Дмитрий Михайлов**, генеральный директор АНО «Национальный выставочный оператор», заместитель генерального комиссара российской секции на Всемирной универсальной выставке ЭКСПО-2020. В индустрии событий работает с 2001 года. С 2006 по 2014 год занимался организацией Петербургского международного экономического форума (ПМЭФ). С 2016 по 2018 год был первым заместителем генерального директора ВДНХ по конгрессно-выставочной деятельности. С 2018 по 2021 год – заместитель директора Фонда Росконгресс. В 2019 году руководил проектом подготовки и проведения Глобального саммита по производству и индустриализации в Екатеринбурге.



**Дмитрий Осипов**, управляющий партнер компании «Фордевинд DMC & Event». Окончил Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет (ИНЖЭКОН). Около 20 лет работает в сфере делового туризма и организации мероприятий в Сочи, из них последние 11 лет в качестве совладельца и управляющего партнера компании «Фордевинд DMC & Event». Основное направление деятельности – прием и обслуживание корпоративных туристов, организация деловых мероприятий и программ корпоративного отдыха в Сочи, Геленджике и других городах-курортах Черноморского побережья.



**Наталья Полева**, генеральный директор Объединения государственных литературно-мемориальных музеев Пензенской области. Имеет многолетний опыт работы в сфере культуры. Под руководством Натальи Полевой проводятся масштабные мероприятия: Межрегиональный литературный фестиваль «Белинская весна», Международный конкурс чтецов «Слова подобны крыльям», «Тихвинская ярмарка», Купринский литературный праздник, «Масленица в Радищеве».

**Ирина Пучкова**, коммерческий директор компании Logroson, бизнес-тренер по продажам и нетворкингу Инструментальной тренинговой группы УЕх. Представитель оргкомитета международных событий: DevOps Forum 2019 и некоммерческих комьюнити-конференций DevOpsDays Moscow 2018 и 2017. Автор публикаций в профессиональных журналах, спикер на деловых мероприятиях. 13 лет занимается продажами консультационных услуг в сегменте B2B. Специализируется на применении инструментов позитивного нетворкинга в сферах продаж, развития партнерских отношений и ивент индустрии.



**Татьяна Спурнова**, основатель компании «Бюро трансформаций бизнеса Татьяны Спурновой». Основатель и генеральный директор агентства стратегических событий MaxMedium. Консультант-практик по созданию и прокачке бизнес-проектов, проведению деловых стратегических сессий, автор образовательных программ для предпринимателей, эксперт, спикер, автор книг. Ментор бизнес-акселератора PepsiCo. Event Design™ Director Russia и один из 12 тренеров методологии в мире. Входит в топ-20 деловых женщин России по версии Veuve Clicquot Business Woman Award BWA.

**Соня Томас**, старший консультант компании jwc, международного поставщика услуг управленческого консалтинга для ивент отрасли и других направлений бизнеса. Ранее занимала должность Главного операционного директора Всемирной ассоциации выставочной индустрии UFI. Преподаватель Университета Париж-Дофин – дисциплина «Управление персоналом», специалист по командному коучингу магистерской программы по инновациям и предпринимательству Школы высших коммерческих исследований в Париже.





## ЮБИЛЕЙ ВСЕМИРНОЙ ВЫСТАВКИ

1 мая Международное бюро выставок ВІЕ отметило 170-летие первой Всемирной выставки. По словам генерального секретаря ВІЕ Дмитрия Керкенцеса, событие, состоявшееся в 1851 году в Лондоне, показало достижения промышленности, создав новую парадигму глобального сотрудничества и прогресса. В последующие 170 лет Всемирные выставки ознаменовали собой эпохи, сформировали города и были в авангарде глобальных изменений. В юбилейный год впервые в регионах Ближнего Востока, Африки и Южной Азии откроются павильоны ЭКСПО. Всемирная выставка в Дубае пройдет под лозунгом «Объединяя умы, создавая будущее». Россия подала заявку в ВІЕ на получение права проведения Всемирной выставки ЭКСПО-2030, предложив тему будущего мероприятия – «Прогресс человечества. Общее видение гармоничного мира». Если заявка будет одобрена, выставка в Москве пройдет с 27 апреля по 27 октября 2030 года.



## ОБЪЯВЛЕНЫ ИТОГИ ПМЭФ-2021

Петербургский международный экономический форум (ПМЭФ), состоявшийся 2–5 июня, стал первым и самым масштабным в мире деловым событием очного формата после вынужденного перерыва из-за пандемии коронавируса. В мероприятиях ПМЭФ приняли участие Президент Российской Федерации Владимир Путин, мировые лидеры, руководители крупных российских и иностранных компаний и банков, ведущие эксперты из числа представителей науки, СМИ и бизнес-сообщества. Организатор форума – Фонд Росконгресс. Девиз форума – «Снова вместе. Экономика новой реальности» – продемонстрировал общественный запрос на очный формат дискуссий для достижения прорывных идей в мире. На форуме было подписано беспрецедентное количество соглашений – более 890, а их общая сумма превысила 4 трлн 266 млрд 600 млн рублей.



## ПРИТОК ТУРИСТОВ В РЕГИОН ОБЕСПЕЧИТ ЦИФРОВАЯ МОДЕЛЬ

Компания «МТС» совместно с департаментом туризма Министерства культуры Самарской области презентовала в рамках ПМЭФ-2021 цифровую модель Самарской области. Основная задача интерактивной платформы – анализ турпотока в регион и разработка мер по развитию туристической инфраструктуры территории на основе полученных от МТС данных. Функционал платформы позволяет оценить фактическую численность гостей, прибывших в регион за тот или иной период, составить портрет туриста с основными характеристиками по уровню дохода, количеству дней, проведенных в Самарской области, а также определить места, наиболее привлекательные для путешественников.

## СОСТОЯЛСЯ MICE НЕТВОРКИНГ ФОРУМ

IV MICE Нетворкинг Форум Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ) состоялся 17–19 июня в Уфе. В рамках деловой программы была презентована концепция национальной ИТ-платформы отрасли, представлены современные технологии организации мероприятий и нетворкинга. Участники обсудили новые форматы поддержки отрасли и взаимодействия между членами РСВЯ, рассмотрели проблемы сервисных компаний индустрии. В форуме приняли участие более 70 делегатов из разных регионов России.



## ЛЕТНЯЯ АКАДЕМИЯ НКБ 2.0

Новый цикл практических семинаров «Летняя академия НКБ» стартовал 21 июня. Национальное конгресс-бюро, Выставочный научно-исследовательский центр (ВНИЦ) R&C при поддержке Фонда Росконгресс продолжают проект, организованный в 2020 году. Приглашенные эксперты делятся опытом по основным и наиболее актуальным отраслевым вопросам, в том числе с учетом новой реальности. Бесплатные семинары проходят в онлайн-формате в приложении Евразийского Ивент Форума (EFEA+EL 2021). Курсы полезны как начинающим, так и опытным профессионалам событийной индустрии, которые стремятся к получению новых знаний и компетенций для дальнейшего применения их на практике.



## ОТКРЫТ ПРИЕМ ЗАЯВОК ДЛЯ УЧАСТИЯ В RUSSIAN EVENT AWARDS

В 2021 году в рамках Национальной премии Russian Event Awards пройдут региональные конкурсы. Лучшие проекты примут участие в финале Russian Event Awards 2021, который состоится 15–17 ноября в Ульяновске. К участию в конкурсе приглашаются организаторы событий различной направленности как регионального, так и федерального уровня – авторы или авторские коллективы из числа государственных, коммерческих и некоммерческих организаций, реализовавшие проекты в области событийного туризма.



## ИНДУСТРИЯ ДЕЛОВЫХ ПОЕЗДОК ВОССТАНОВИТСЯ

Глобальная ассоциация деловых поездок GBTA опубликовала ежегодный отчет BTI Outlook. В документе дан подробный анализ бизнес-путешествий в 2020 году и прогноз на 2021 год и далее. В отчете отмечается, что пандемия COVID-19 привела к потерям. Ожидается, что по итогам 2020 года расходы на деловые поездки в мире сократятся на 52% до \$694 млрд по сравнению с \$1,4 трлн в 2019 году. В 2021 году прогнозируется увеличение расходов на бизнес-путешествия на 21%. Ожидается, что большая часть положительных показателей будет достигнута в конце 2021 года, поскольку вакцинация растет во всем мире и возвращается доверие потребителей. Полное восстановление до уровня, предшествующего пандемии, ожидается к 2025 году.



## ПОПРОБУЙТЕ РОССИЮ НА ВКУС

На платформе Google Arts & Culture стартовал международный гастрономический проект «Раскуси Россию». Он представляет собой энциклопедию по региональным кухням страны, ее гастрономической истории и традициям, а также тенденциям в современной российской ресторанной культуре. Для онлайн-выставки Google и Ростуризм при поддержке киностудии «Мосфильм», Третьяковской галереи и Государственного Русского музея собрали 65 экспозиций, 36 видеоматериалов и более тысячи изображений о гастрономии и культуре питания в России. Каждый посетитель выставки «Раскуси Россию» может отправиться в гастрономическое путешествие по Центральной России, Сибири, Уралу, Югу, Поволжью, Северному Кавказу и полярному кругу.

По материалам: [event-live.ru](http://event-live.ru), [roscongress.org](http://roscongress.org), [russiacb.com](http://russiacb.com), [ruef.ru](http://ruef.ru), [samregion.ru](http://samregion.ru)

# ДИВЕРСИФИКАЦИЯ УСЛУГ – ЗАЛОГ УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ОТРАСЛИ



## АВТОР:

*Максим Фатеев,  
вице-президент Торгово-промышленной палаты  
Российской Федерации*

В феврале 2021 года прошел VIII съезд Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, где были подведены итоги работы организации за 2016–2020 годы.

Среди тем, поднятых в докладе президента ТПП РФ Сергея Катырина, были затронуты и темы развития системы торгово-промышленных палат, прежде всего в регионах, законотворческой работы, представительства палаты в различных общественных структурах при министерствах и ведомствах России, международной, выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности. В 2021–2025 годах работа системы торгово-промышленных палат в России будет направлена на достижение национальных целей развития страны, определенных Указом Президента России от 21 июля 2020 года № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года», на выполнение целей, задач и функций, определенных Законом РФ «О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации» и Уставом ТПП РФ с учетом актуальных запросов и потребностей предпринимательского сообщества.

Торгово-промышленные палаты оказывают более 500 видов коммерческих услуг бизнесу в области защиты и развития предпринимательства, экономической, внешнеторговой, инвестиционной, выставочно-ярмарочной и иной деятельности более чем по 20 направлениям. Одной из приоритетных задач ТПП РФ на ближайшую пятилетку является повышение эффективности взаимодействия палат и членских организаций, а также диверсификация оказываемых услуг.

Стоит отметить, что система ТПП в России – это широкая сеть, которая представлена во всех субъектах страны, и большая часть региональных и муниципальных палат оказывают услуги в конгрессно-выставочной деятельности. Порядка 57 региональных торгово-промышленных палат и 43 муниципальных палат являются организаторами выставок и прочих мероприятий, направленных на развитие бизнеса в регионах.

Несмотря на сложившиеся условия в 2020 году, конгрессно-выставочная деятельность осталась одним из основных видов работы системы торгово-промышленных палат в России. Отмечу, что в связи с пандемией коронавируса и введением тотальных ограничений на проведение выставок и конгрессов по всей стране с целью недопущения распространения COVID-19, объемы по организации деловых миссий упали на 60%, а выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность – на 40%.

Однако даже в этих непростых условиях по итогам 2020 года услуги по организации и проведению мероприятий в системе ТПП РФ по объему доходов региональных и муниципальных палат заняли третье место и составили до 10% дохода, а в некоторых более активных в этом направлении палат – до 25%. Как и многие другие предприятия конгрессно-выставочной отрасли, палаты стали проводить мероприятия в онлайн- и гибридном форматах с использованием студий, в которых находится ограниченное количество экспертов, а большая часть участников подключается к трансляции.

Стоит упомянуть, что в октябре 2020 года был принят закон, в соответствии с которым торгово-промышлен-

ные палаты отнесены к организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства. Это значит, что закон позволяет региональным и муниципальным ТПП максимально расширить свое участие в госпрограммах поддержки малого и среднего предпринимательства, быть исполнителем или соисполнителем программных мероприятий. В том числе таких, как организация и проведение торгово-экономических миссий в России и за рубежом, выставочных, конгрессных, а также образовательных проектов.

Региональные и муниципальные палаты сумели оперативно перестроить свою работу, удержать и в какой-то степени даже расширить спектр своих услуг за счет внедрения онлайн-форматов взаимодействия с бизнесом.

Отдельные направления полностью перешли в онлайн, в частности: образовательная деятельность, проведение зарубежных и межрегиональных бизнес-миссий, презентации инвестиционных проектов. За счет успешного освоения нового инструмента цифровых бизнес-миссий системе ТПП удалось сохранить за собой статус координатора в сфере организации международного и межрегионального делового сотрудничества. За 2020 год торгово-промышленными палатами было проведено в онлайн-формате более 100 бизнес-миссий.

Опрос среди торгово-промышленных палат показал, что, несмотря на эффективность онлайн-мероприятий, живого общения они все равно не заменят. Респонденты рассказали о сложностях, с которыми пришлось столкнуться на этапе подготовки и проведения мероприятий в онлайн- и гибридном форматах. Например, палаты – организаторы событий указали на необходимость новых подходов к работе со спикерами, чтобы не допустить затяжных докладов и сделать выступления короткими и яркими. Также важными условиями качественного мероприятия назывались достаточное техническое оснащение и стабильный Wi-Fi.

Многие опрошенные отметили удобство нового формата, его дешевизну по сравнению с традиционными мероприятиями, возможность привлечь выступающих более высокого уровня, меньшее время для подготовки события. В целом палаты подтвердили мировой опыт и заявили о перспективности данного формата не только в период ограничений, но и в будущем.

Однако конгрессно-выставочная отрасль медленно, но верно движется к привычному, очному формату мероприятий, учитывая нарабатанный опыт за время пандемии. Сейчас главным требованием для проведения выставок и конгрессов стала безопасность.

Организаторы выставочных и конгрессных мероприятий прикладывают максимум усилий, чтобы события

проходили комфортно и безопасно для всех участников и посетителей с соблюдением всех требований, утвержденных руководителем Роспотребнадзора, главным государственным санитарным врачом России (МР 3.1/2.1.0198-20 «Рекомендации по проведению профилактических мероприятий по предупреждению распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19) при осуществлении конгрессной и выставочной деятельности»).

Об этом свидетельствует недавно проведенный Петербургский международный экономический форум, ставший первым и самым масштабным в мире деловым событием очного формата после вынужденного перерыва из-за пандемии коронавируса. Форум состоялся офлайн с использованием современных цифровых технологий, а принятые меры безопасности помогли тысячам участников вернуться в привычный формат проведения мероприятий, поучаствовать в живых дискуссиях, воспользоваться возможностями нетворкинга, встретить коллег и завести новые знакомства.

---

### *Важную роль в диверсификации оказываемых услуг должно играть деловое образование.*

---

Безусловно, именно прямое общение во многом способствует реализации новых идей, движению деловых проектов, обмену опытом, обсуждению актуальных вопросов.

Отрадно наблюдать, что календарь очных событий пополняется с каждым днем. Конгрессные и выставочные площадки вновь ощущают свою востребованность, а конкурентоспособность той или иной организации или площадки как раз и зависит от диверсификации услуг.

Важную роль в диверсификации оказываемых услуг должно играть деловое образование. Сейчас этот рынок переживает сложные времена. Тем важнее иметь все необходимые инструменты, чтобы достойно конкурировать, предлагать предпринимателям и партнерам качественные, практикоориентированные программы.

Поэтому сегодня Торгово-промышленная палата Российской Федерации намерена продолжить работу по развитию выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, ее инфраструктуры, реконструкции, строительству региональных выставочно-конгрессных центров, а также расширению ассортимента услуг в этой сфере. ■

# ПОДДЕРЖКА УЧАСТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В ВЫСТАВКАХ – ИМПЕРАТИВ ВРЕМЕНИ



## АВТОР:

*Алексей Вялкин, председатель Комитета по выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, генеральный директор АО «Экспоцентр»*

Возобновившаяся в полноценном формате выставочная деятельность сегодня проявляет себя как эффективно действующий механизм восстановления и дальнейшего развития бизнеса, отдельных компаний, отраслей и экономики в целом, понесших ощутимый урон в период пандемии.

Стоит обратить особое внимание на поддержку участия наших отечественных предприятий в международных выставках как зарубежных, так и проводимых на территории российских выставочных центров. Хотелось бы также отметить значение выставок в реализации национального проекта «Международная кооперация и экспорт» и выполнении поставленной цели: формирование в обрабатывающей промышленности, сельском хозяйстве, сфере услуг глобальных конкурентоспособных несырьевых секторов.

Именно поэтому сегодня важно говорить о роли выставок в создании экспортного потенциала регионов и о поддержке продвижения экспортоориентированных товаров и услуг на зарубежные рынки через участие в международных выставках, в том числе проходящих на территории Российской Федерации.

С 4 мая 2021 года стартовал прием заявок по новой Программе государственной поддержки российских предприятий по компенсации части затрат, связанных с участием в любых международных выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых за рубежом. Это новая мера поддержки, реализуемая Российским экспортным центром (РЭЦ). Если раньше экспортеры могли получать поддержку своего участия только на выставках, организованных РЭЦ, то теперь программа помощи участвующим в зарубежных выставочно-ярмарочных событиях экспортерам расширена. Сейчас они имеют свободу выбора мероприятия.

Среди мер поддержки, предоставляемых бизнесу на региональном уровне – возмещение расходов на транспорт, сертификацию, ускоренное возмещение НДС и десятипроцентный кешбэк при выходе на рынок новой страны или вывозе на экспорт нового товара и другие.

С мая 2019 года действует утвержденный правительством Москвы порядок предоставления субсидий в целях возмещения затрат, связанных с участием в конгрессно-выставочных мероприятиях. В частности, компенсируется до 50% расходов на оплату регистрационного сбора, аренды выставочной площади и застройки стенда – в размере до 350 тысяч рублей для мероприятий в России и до 700 тысяч рублей – за рубежом. Следует отметить, что указанный порядок, по мнению экспертов, относится к одной из прогрессивных форм поддержки участия в выставочных мероприятиях.

В такой поддержке особенно нуждаются малые и средние предприятия, наиболее сильно пострадавшие в период карантинных ограничительных мер. Они вынуждены были сократить свои бюджеты и поэтому изо всех сил пытаются выкраивать средства для участия в выставках, поскольку сейчас им нужна платформа для маркетинга и продаж товаров и услуг на экспорт.

Однако перспективы участия в международных зарубежных выставках во многом зависят от процесса гармонизации правил путешествий, реализации адресных мер по обеспечению международных поездок на деловые мероприятия, такие как выставки, ярмарки и конгрессы, стимулирование экспонентов, посетителей и специалистов.

Фрагментированные и быстро меняющиеся ограничения на поездки и требования к карантину внутри государств

остаются серьезным препятствием для участия в международных выставках и профессиональных мероприятиях за рубежом.

В сложившихся условиях поддержка участия отечественных экспортеров в международных выставках, проходящих на российской территории, расширяет их возможности с точки зрения стимулирования их роста.

Участие в международных выставках имеет принципиальное значение для формирования экспортного потенциала регионов, позволяет местным предприятиям анализировать конкурентные факторы продвижения продукции: ее преимуществ и недостатков.

Хотел бы особо подчеркнуть, что, организуя и проводя международные выставки, российские выставочные центры предлагают безопасные условия для клиентов, подрядчиков и сотрудников, вызывая тем самым доверие у отечественных и зарубежных экспонентов. Организаторы международных выставок в нашей стране строго соблюдают требования Роспотребнадзора об обеспечении эпидемиологической безопасности и охраны здоровья всех участников мероприятий с использованием новых мобильных форматов и их креативного сочетания.

В качестве примера приведу статистику ЦВК «Экспоцентр» за 2019 – начало 2021 года по иностранному участию в международных выставках. По вполне объективным причинам мы наблюдаем существенное сокращение общего количества зарубежных компаний более чем на 70%.

Сегодня мы видим тренд замещения иностранных компаний, которые не могут участвовать в выставках из-за закрытых границ, отечественными. Так, в выставке «Нефтегаз-2021», прошедшей в апреле, приняло участие на 34 отечественные организации больше по сравнению с 2019 годом. Российские компании используют выставки как дополнительную возможность укрепить свои позиции на рынке, найти новых клиентов, тем более что количество гостей остается высоким. Например, на недавно завершившейся выставке «Металлообработка» посетителей было лишь на 5% меньше, чем в 2019 году.

Мы также отмечаем рост внимания к деловым мероприятиям, проходящим в рамках выставок, и к онлайн-форматам участия в них со стороны зарубежного бизнеса, заинтересованного в развитии сотрудничества с российскими компаниями.

*Организуя и проводя международные выставки, российские выставочные центры предлагают безопасные условия для клиентов, подрядчиков и сотрудников, вызывая тем самым доверие у отечественных и зарубежных экспонентов.*

Тем не менее международные выставки, проходящие на нашей площадке, носят полноценный международный характер и отражают заинтересованность зарубежных компаний в развитии двусторонних партнерских и кооперационных отношений с российскими экспортерами и импортерами. Наиболее представительное участие на наших выставках демонстрируют экспоненты из Германии, Китая, Италии, Испании, Турции, Белоруссии и ряда других стран.

Поэтому поддержка участия экспортеров в международных отраслевых выставках, проходящих на российской территории, особенно в период пандемической неустойчивости, создает резерв для формирования экспортного потенциала отраслей и регионов, а также успешного выполнения национального проекта «Международная кооперация и экспорт».

#### ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА БИЗНЕСА ПРАВИТЕЛЬСТВОМ МОСКВЫ

**47,82**  
МЛН РУБЛЕЙ

общая сумма субсидий для участия в выставках, выданная в 2019 году

**220**  
СУБСИДИЙ

предоставлено в 2019 году

**3**  
МЛРД РУБЛЕЙ

общая сумма поддержки участников рынка на продвижение товаров и услуг в 2020 году

**3000**  
ЗАЯВОК

одобрено в 2020 году

Источник: mos.ru

# ВРЕМЯ ПЕРВЫХ



## АВТОР:

*Сергей Воронков,  
президент Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ),  
генеральный директор компании «ЭкспоФорум-Интернэшнл»*

В Санкт-Петербурге в начале июня с большим успехом прошел Петербургский международный экономический форум (ПМЭФ). Он стал первым мировым событием подобного масштаба с очным участием первых лиц стран и компаний. Чрезвычайно символично, что «нулевой» день форума, 2 июня, совпал с празднованием Всемирного дня выставок GED 2021.

Пример Петербургского международного экономического форума – это достойный ответ отечественной индустрии на вызовы пандемии 2020 года. Он вывел Россию в лидеры глобальной конгрессно-выставочной отрасли. Неслучайно, что тема одной из сессий ПМЭФ называлась «Время первых. Глобальные мероприятия как безопасный и эффективный канал коммуникации в новой реальности».

Форум наглядно показал, что мероприятие даже с такой сложной архитектурой и высоким уровнем представительства может быть абсолютно безопасным. Для этого сегодня существуют все технологии, определены стандарты их использования, обучен персонал, который владеет необходимыми навыками и умениями. Все это опробовано в «боевом» режиме в реальном времени.

Напомню, что конгрессно-выставочная отрасль одной из первых получила возможность начать деятельность после пандемии COVID-19. Нам удалось убедить Роспотребнадзор России и все

контролирующие органы в том, что выставки и конгрессы могут быть особым типом событий, не подпадающим под классификацию массовых мероприятий. Поскольку именно конгрессно-выставочные площадки могут обеспечить те необходимые меры безопасности, которые как факт отсутствуют в любых других локациях, связанных с проведением массовых мероприятий.

Благодаря совместным усилиям Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ), Торгово-промышленной палаты России, ассоциации «Национальное конгресс-бюро», Фонда Росконгресс мы утвердили отдельное положение и методические рекомендации по проведению мероприятий. В Санкт-Петербурге уже в конце июля 2020 года появилась возможность проведения выставок и конгрессов.

В то время ситуация в регионах была различной. Отдельная битва шла за Москву и Московскую область, где сосредоточено 60% выставочного рынка России. В первую очередь нужно было освободить конгрессно-выставочные центры от ковидных госпиталей и обсерваторов, это касалось «Экспоцентра» и «Крокуса», а потом требовалось получить разрешения на возобновление работы.

Пример конгрессно-выставочного центра «ЭкспоФорум», который один из первых в стране возобновил работу, показал, что можно оценить затраты на противопандемическую безопасность. Комплекс обеспечен всеми необходимыми системами и оборудованием, включая: пункты пропусков с тепловизорами, зоны визуального осмотра, медпункт, обработку холодным туманом и альфа-излучением, систему персонального допуска, средства индивидуальной защиты. На площадке обеспечена соответствующая частота уборки, усилена охрана, обеспечена логистика людских потоков. На все эти мероприятия компания потратила около 20 млн рублей.

Уже в августе 2020 года в павильонах «ЭкспоФорума» состоялась первая после пандемии выставка. С тех пор на площадке прошло более 80 мероприятий, на которых побывали 700 тысяч гостей. За это время по итогам проверки комплекса Роспотребнадзором не было зафиксировано ни одного замечания или факта заражения.

При подготовке к Петербургскому международному экономическому форуму была проделана колоссальная работа. В постпандемийный период мероприятие такого масштаба и качества, учиты-



вая уровень представленных делегаций и репутационную составляющую, проводилось впервые. Например, специально для ПМЭФ была смонтирована централизованная система вентиляции, через которую обеззараживался воздух. Безопасность на площадке обеспечивалась, в том числе, и коллективным иммунитетом персонала. В частности, в компании «ЭкспоФорум» этот показатель составил 76%.

Сейчас перед нашей отраслью открываются большие перспективы. Ведь эффективность конгрессно-выставочных мероприятий и важность их в постпандемийную эпоху существенно возросли. Это объясняется тем, что цельность прежних производственно-логистических цепочек, созданных за последние 40 лет, находится под большим вопросом. Во многом она разрушена.

Мир локализуется, появляются новые центры макроэкономического развития. Мы вступили в эпоху глобальных передоговоренностей. Всем надо передоговориться – это миллионы встреч и миллионы переговоров. Их невозможно провести, не собравшись в одном месте в одно время. Иначе переговоры растянутся на годы. Выставки и конгрессы становятся глобальной точкой пересборки.

Сегодня не нужно бояться быть первыми, надо открывать новую постпандемийную страницу истории нашей индустрии, проводить мероприятия. Петербургский международный экономический форум доказал: конгрессы и выставки – лучшее лекарство от пандемии, так как они убивают панику и страх.

За четыре дня площадку ПМЭФ посетили 13 500 человек из 141 страны. В Санкт-Петербурге побывали 5000 представителей российских и иностранных компаний и 1500 из них – руководители. На ПМЭФ работали сотрудники более 1000 организаций СМИ из 46 стран. Каждый из них увез с собой реальный положительный опыт общения и впечатления о России. Все это элементы точечного прямого маркетинга. И я уверен, что по эффективности он гораздо мощнее, чем, например, приезд болельщиков на чемпионат мира по футболу.

Конгрессы и выставки в России – это единственное средство формирования положительного имиджа страны и налаживания прямых контактов. Это самое мощное и эффективное средство мягкой силы и народной дипломатии. Посетители конгрессно-выставочных мероприятий – бизнесмены, ученые, инженеры, специалисты, представители мира искусства – люди, которые формируют мировой контент развития.

Сегодня, когда мир переместился в онлайн, конгрессно-выставочные площадки стали одним из немногих пространств для полноценного общения, новым институтом социализации наряду с интернетом, СМИ, образованием, семьей. А через живое человеческое общение формируется новое гражданское общество.

Понятно, что онлайн – это навсегда. Глобальный карантин сформировал новые привычки и навыки. Однако необходимо выходить на новый технологический уровень, создавать платформы и экосистемы, позволяющие проводить гибридные события. Это потребует объединения новаторских решений в сфере маркетинга, цифровой технологий и менеджмента. Пока это ниша никем не занята. Россия с ее уровнем проникновения интернета и компетенциями в событийном бизнесе вполне может стать здесь пионером, снимая все инновационные сливки.

---

*Сегодня не нужно  
бояться быть первыми,  
надо открывать новую  
постпандемийную страницу  
истории нашей индустрии,  
проводить мероприятия.*

---

Кстати, мир уже оценил наши усилия, которые мы предприняли в 2020 году в разгар пандемии. Недавно был опубликован рейтинг Международной ассоциации конгрессов и конференций ИССА, в котором отмечено, что среди российских городов Санкт-Петербург вышел на первое место, обойдя Москву с отрывом в 13 событий.

Рейтинг лучших мировых направлений конгрессного туризма составлен на основе виртуальных, гибридных, перенесенных и отмененных мероприятий. В 2020 году в Санкт-Петербурге проведено 34 события с общим количеством делегатов 14 596 человек, в Москве – 21 мероприятие, 5093 делегата. За ними следуют Казань, Екатеринбург и Сочи.

Российская конгрессно-выставочная отрасль получила хороший шанс на лидерство. Нужно взять все лучшее, что мы наработали в сложном 2020 году, весь опыт сплочения перед лицом грозной опасности. Наступает наше время – время первых. ■

# КАДРЫ – ОСНОВНОЙ РЕСУРС СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ

Выставочный научно-исследовательский центр (ВНИЦ) R&C провел исследование кадрового рынка конгрессно-выставочной отрасли России. Эксперты оценили ситуацию, сложившуюся из-за пандемии коронавируса, и отметили востребованность непрерывного обучения персонала. По мнению аналитиков, неэкономические причины кризиса 2020 года позволили рынку восстановиться быстрыми темпами, а инвестиции в человеческие ресурсы сегодня становятся одной из стратегических задач ивент бизнеса.

## 20 320 ЧЕЛОВЕК

количество занятых в ивент индустрии России

## 36% КОМПАНИЙ

отрасли полностью сохранили в период пандемии свои коллективы

### СТРУКТУРА РЫНКА ЗАНЯТОСТИ СОБЫТИЙНОЙ ОТРАСЛИ

	Доля 2020 г.	Доля 2019 г.	Динамика рынка в 2020 г.*
Площадки	43%	39%	-2%
Организаторы	30%	32%	-17%
Сервис	27%	28%	-14%
Союз / ассоциация	0,2%	0,2%	-9%
Маркетинг территорий	0,1%	0,1%	-6%

### ТОП-3 РЕГИОНОВ ПО ОБЪЕМУ ЗАНЯТОСТИ И ДИНАМИКА РЫНКА

ДОЛЯ РЫНКА ПО КОЛИЧЕСТВУ ЗАНЯТЫХ, %

	Доля 2020 г.	Доля 2019 г.	Динамика рынка в 2020 г.*
Москва и Московская область	60,7%	62,5%	-12%
Краснодарский край	13,9%	11%	14%
Санкт-Петербург	10,2%	11%	-16%
Другие	15,1%	15,5%	-12%

\*Динамика рассчитывалась только по компаниям, у которых указана среднесписочная численность в 2019–2020 гг.

Источник: ВНИЦ R&C

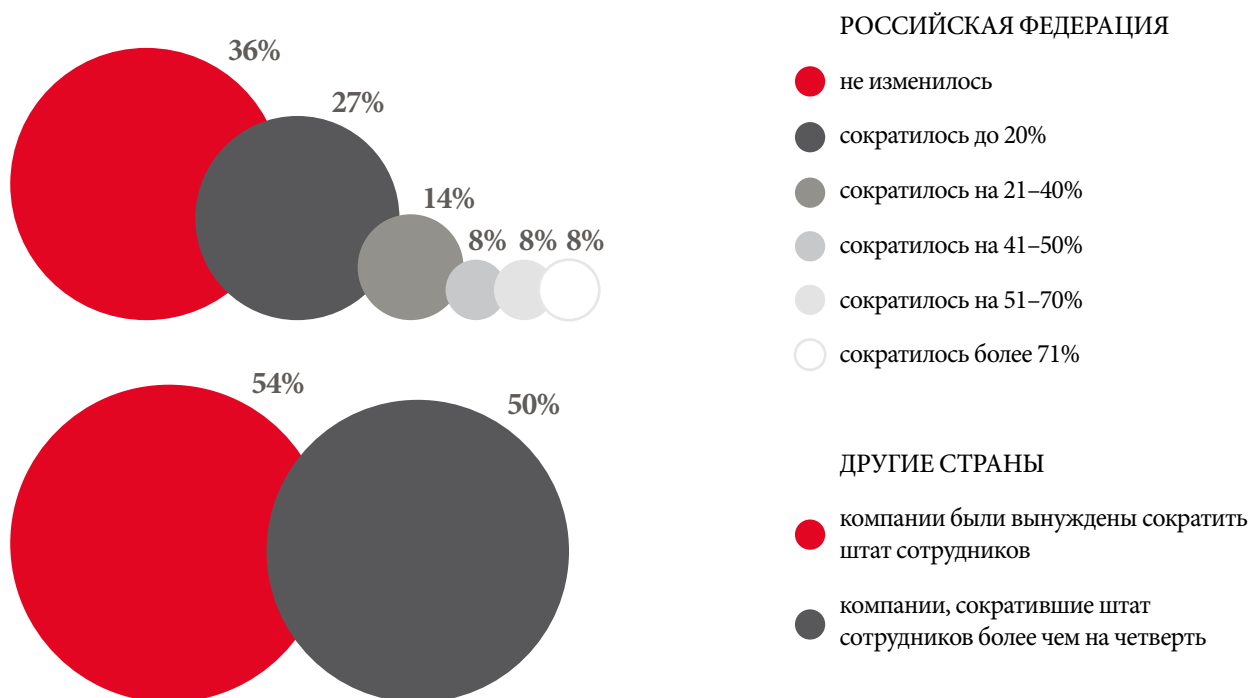
ТОП-10 КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ-РАБОТОДАТЕЛЕЙ ОТРАСЛИ \*  
ДОЛЯ В РОССИИ ПО КОЛИЧЕСТВУ СОТРУДНИКОВ, %



\* Данные по итогам 2019 года

Источник: ВНИЦ R&C

ДИНАМИКА РАБОЧИХ МЕСТ В КОМПАНИЯХ В 2020 ГОДУ  
ПО СРАВНЕНИЮ С ДОКРИЗИСНЫМ ПЕРИОДОМ



Источники: ВНИЦ R&C, UFI Global Barometer, 2021 г.

**Высшие учебные заведения для подготовки кадров ивент отрасли в России**

- Санкт-Петербургский государственный экономический университет
- Российская академия народного хозяйства и государственной службы (РАНХиГС)
- Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
- Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики
- Уральский федеральный университет имени первого президента России Б. Н. Ельцина
- Белгородский университет кооперации, экономики и права

# О ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ В ИВЕНТ ОТРАСЛИ



АВТОР:

*Соня Томас,  
старший консультант компании jwc*

Несмотря на сложную ситуацию в ивент отрасли сегодня мы видим признаки восстановления индустрии, темпы которого зависят от мер по сдерживанию COVID-19 и результатов программ вакцинации. Например, в Китае улучшения были замечены еще в 2020 году, тогда как другие страны продолжили ощущать на себе последствия пандемии, затрудняющие возобновление выставок и конгрессов. Как бы то ни было, в Глобальном отраслевом обзоре jwc мы отмечаем, что полное восстановление экономической активности возможно не раньше 2023 года.

В странах, более ориентированных на внутренний рынок, возврат к нормальному состоянию будет происходить быстрее, чем на рынках, которые зависят от активности организаторов международных выставок и гостей из других государств. Среди факторов, которые будут оказывать негативное влияние в ближайшие месяцы или годы, можно отметить нежелание людей путешествовать, а также финансовые трудности. Чтобы стимулировать поездки между госу-

дарствами-членами, Европейский союз утвердил цифровые паспорта для признания сертификатов, подтверждающих вакцинацию препаратами, разрешенными Европейским агентством лекарственных средств (EMA). Кроме того, ряд стран одобрили применение вакцин российского и китайского производства, которые пока не сертифицированы EMA.

В дальнейшем основные темпы роста в выставочном сегменте будут обеспечивать Китай. Сейчас в стране строится 35 выставочных комплексов площадью 100 тысяч м<sup>2</sup>. Еще больше объектов находится на стадии проектирования, что подтверждает намерения властей активно инвестировать в индустрию для стимулирования экономического роста.

Россия, в отношении которой до наступления пандемии были введены экономические санкции, смогла пересмотреть свои цели, и сегодня здесь можно говорить о позитивном прогнозе в период после пандемии.

Любой кризис бывает выгоден компаниям. На этот раз его бенефициарами стали платформы для онлайн-мероприятий и игроки рынка, связанные с этим сегментом. В течение года количество онлайн-платформ стремительно росло, а наблюдать за развитием этого направления все интересней. Мы предполагаем, что нашу отрасль ждет консолидация, однако цифровые мероприятия будут и далее проводиться параллельно очным событиям и необязательно вместо них. Большой потенциал для развития есть у омниканальных событий, предполагающих прямое взаимодействие с клиентами, помогающих повышать удовлетворенность клиентов и прибыль.

С другой стороны, последствия череды локдаунов и глобального потепления обусловят ужесточение требований к уменьшению воздействия на окружающую среду при подготовке и проведении мероприятий. В связи с пандемией этому вопросу уделялось меньше внимания, однако в перспективе он вновь станет актуальным. Возможно, от операторов площадок проведения мероприятий также будут требовать более активного сокращения выбросов CO<sub>2</sub>. Также дополнительные требования будут предъявляться и к организаторам мероприятий.

После пандемии ивент отрасль столкнется с еще одним вызовом – в области человеческих ресурсов. Многие организации были вынуждены резко сократить штат, причем иногда это носило постоянный характер. В результате по мере восстановления активности может наблюдаться дефицит интеллектуальных ресурсов, несмотря на высвобождение кадров на рынке труда. Кроме того, отрасль уже начала испытывать сложности с привлечением ряда компетенций из сферы ИТ, и ситуация станет еще сложнее на фоне текущего ограничения бюджетов компаниями, которые пытаются восстановиться после затяжного периода финансовых затруднений. Сейчас организации активно развивают «мягкие» навыки, и индустрия встреч как сервисная, ориентированная на людей отрасль, также может крайне выгодно использовать их. Важное внимание по-прежнему уделяется инклюзивности и многообразию в коллективе, и это, как мы надеемся, в том числе поможет поддержать профессиональную реинтеграцию женщин после очень сложного для них периода, когда им приходилось справляться с множеством разных задач. ■

# ПРИНУЖДЕНИЕ К РОСТУ. СОБЫТИЙНАЯ ИНДУСТРИЯ БЫСТРОГО РЕАГИРОВАНИЯ



АВТОР:

*Игорь Берзин,  
президент НП «Гильдия Маркетологов»*

В России нет экономического роста. Конечно, никому не придет в голову предъявлять претензии к 2020 году. В это время экономического роста не было нигде, даже в Китае. И наши  $-3,5\%$  смотрятся не так уж плохо на фоне минусов в  $5-9\%$  других стран. Но экономического роста в нашей стране не было в относительно благоприятные 2017–2019-е и в неблагоприятные 2014–2016 годы. Последним нормальным временем можно считать 2012-й, когда ВВП России вырос на  $4,5\%$ . А в 2013 году, в условиях хорошей международной обстановки, стабильного рубля, цене нефти выше  $\$100$  за баррель, профицита федерального бюджета и торгового баланса в  $\$150$  млрд, ВВП страны вырос на жалкие  $1,2\%$  при необходимом и многократно декларируемом президентом желаемом минимуме в  $3-3,5\%$ .

По моему мнению, основной причиной отсутствия роста экономики в России в последние восемь лет является избыточно высокий

уровень прямого государственного участия и ручного, а не нормативного регулирования экономических процессов. Даже в тех отраслях, где декларативно такое вмешательство самими регуляторами признается неэффективным, например, в розничной торговле. Да, вспышки ажиотажа на рынках сахара и подсолнечного масла необходимо гасить, наверное, решение о фиксации розничных цен на три месяца в сложившейся ситуации было наименьшим злом. Подобные методы использовались, в частности, в США на рынке бензина из-за нефтяного кризиса 1970-х. Но продление и тем более расширение практики жесткого регулирования розничных цен чревато серьезными проблемами в отечественной пищевой промышленности и сельском хозяйстве в целом. В первом квартале 2021 года мы уже видели остановку роста производства в данной отрасли, о чем свидетельствуют цифры, опубликованные Росстатом в конце апреля. Похожая ситуация в этот период была в строительстве и обрабатывающих отраслях промышленности.

Бюрократические, административные системы изначально не созданы для достижения экономического роста. Их предназначение – управление, контроль, соблюдение регламентов, процедур, распределение и перераспределение ресурсов, но не их преумножение. К работе на экономический рост их надо принуждать. Это может и должно делать высшее политическое руководство страны. Оно пытается это делать, хотя, на мой взгляд, недостаточно активно и последовательно. В частности, до сих пор не определено конкретное

ведомство, отвечающее за достижение многократно декларируемых президентом темпов роста в  $3,5\%$  ВВП. Многочисленные законодательные инициативы в области производства и торговли, активно плодящиеся в преддверии парламентских выборов, типа дополнительной маркировки товаров светофорной разметкой, изменений упаковки, включений и исключений отдельных ингредиентов и прочие, не проходят экспертизы о влиянии их на развитие отраслей и экономический рост в целом. Даже не определен орган, который был бы наделен правом дать оценку и наложить вето на вредные экономическому росту инициативы.

Однако давления сверху, со стороны высшего политического руководства страны, недостаточно для возобновления устойчивого экономического роста. Необходима реакция снизу – со стороны компаний крупного и среднего бизнеса, отраслевых ассоциаций и объединений. Они должны четко обозначить готовность и стремление к росту, кооперации и объединению усилий, к партнерству с экономическими регуляторами. Но для того, чтобы такую позицию обозначить, ее необходимо прежде всего выработать и согласовать. А сделать это можно и нужно в рамках отраслевых и межотраслевых конференций, форумов и других мероприятий. Тем более что сегодня событийная индустрия нуждается в мощном восстановлении после драматического падения в 2020 году и потери около  $100$  млрд рублей. Уверен, что тема восстановления экономического роста должна стать одной из ключевых в конгрессно-выставочной отрасли в 2021 году. ■

# АКМР

создана  
в 2004 году

## АССОЦИАЦИЯ ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА РОССИИ

Единственная в России отраслевая ассоциация, объединяющая директоров по коммуникациям и корпоративным медиа

---

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



# ИСТОРИЯ СОБЛОЖКИ

## О ГЛАВНОМ

- 22** Формула развития.  
Как вырастить международное  
научное событие

## КЕЙС

- 30** Марафоны инноваций:  
как работает хакатон
- 34** Науку в массы.  
Фестиваль как инструмент  
для популяризации

## ОПЫТ

- 38** Год науки и технологий  
в наукоградах России

# ФОРМУЛА РАЗВИТИЯ. КАК ВЫРАСТИТЬ МЕЖДУНАРОДНОЕ НАУЧНОЕ СОБЫТИЕ



## АВТОРЫ:

**Александра Юркова,**  
руководитель объединенной редакции  
ВНИЦ R&C

**Вероника Подвочатная,**  
обозреватель CongressTime

## ФОТО:

архив мероприятий Ассоциации  
медицинских работников Республики  
Татарстан, компании «СТО Конгресс»  
и Петербургского онкологического  
форума «Белые Ночи»

---

*Указом Президента России Владимира Путина 2021 год в нашей стране объявлен Годом науки и технологий. По данным Международной ассоциации конгрессов и конференций ICSSA, до начала пандемии ежегодно в мире проводилось свыше 12 тысяч конгрессов международных ассоциаций, из них около 40% – научные мероприятия. Россия на этом рынке занимает долю менее одного процента. Однако данный показатель компенсируется проведением на территории страны достаточно большого количества национальных конгрессов и конференций в различных областях знания. В чем состоит специфика подготовки и проведения научных мероприятий? Как развиваются такие события? С какими сложностями сталкиваются их организаторы?*

---



## В ЦИФРАХ

Конференции проводятся научными учреждениями и ассоциациями в разных областях знания: от археологии и астрономии до фармацевтики и энергетики. По данным ИССА, в мире около 20% международных научных конгрессов ассоциаций проводится в области медицины, 15% приходится непосредственно на научные конгрессы в прочих областях, 5% – на социальные науки. В России отсутствует единый источник официальной информации по общему количеству мероприятий, проводимых научными и образовательными учреждениями. В каталоге научных конференций, выставок и семинаров konferencii.ru на 2021 год анонсировано около двух с половиной тысяч научных конференций [1]. До пандемии в 2019 году на этом ресурсе публиковалась информация примерно о трех с половиной тысячах мероприятий.

## В СПОРЕ РОЖДАЕТСЯ ИСТИНА

Фундаментом научной конференции является аналитический подход и дискуссия. Участники не только демонстрируют успешные кейсы, что бывает популярным на бизнес-конференциях, но делятся и негативным опытом, представляя на суд коллег методики своей работы. «Научная конференция – это чаще всего разбор того, что было, что есть и что нужно делать дальше в каждой сфе-

ре науки, это работа над ошибками и практическая передача опыта. Также это анализ работы крупных научных школ и институтов, мнения авторитетных лидеров отрасли. В отличие от прочих мероприятий обязательными элементами науки являются дискуссия и критический подход к докладам и предоставляемой информации», – делится опытом действительный член Российского общества онкологов-маммологов, Российского общества пластических, реконструктивных и эстетических хирургов, заместитель национального представителя International Society of Surgery Антон Телишевский.

Для успешных научных мероприятий зачастую характерны те же показатели, что и для бизнес-событий. Это актуальность темы, поддержка отраслевых сообществ и объединений, сильная деловая программа, представительный состав спикеров, удачные даты, которые не пересекаются с событиями конкурирующих мероприятий. Крайне важны атмосфера и гостеприимная площадка. При этом есть и существенные отличия, например, в области коммерциализации таких проектов. «Мы не делаем из конференций ни бизнес, ни рекламу. Это не ключевой источник нашего дохода. Мы их проводим ради интереса, ради того, чтобы узнать, что делается в мире. В этом принципиальное отличие всех научных конференций от бизнес-событий», – рассказывает руководитель лаборатории

речевых и многомодальных интерфейсов Санкт-Петербургского Федерального исследовательского центра РАН, генеральный председатель международной конференции «Речь и Компьютер» SPECOM Алексей Карпов.

В области медицины организаторы четко разделяют коммерческие и некоммерческие мероприятия. И те и другие могут быть по-своему успешными. В первом случае присутствует спонсорская поддержка, платное участие, возможность творчески подойти к формированию деловой программы. Во втором варианте значительно больше ограничений, важны поддержка Министерства здравоохранения, спикеры от фондов страхования и органов власти, наличие баллов по системе Непрерывного медицинского образования (НМО), сборник тезисов выступлений, цитируемый на eLibrary, в журнале Scopus и на других научных ресурсах. «Врачи должны быть в курсе актуальных методик и практик. Система пожизненного обучения НМО практикуется сегодня во всех цивилизованных странах, где врача просто не допустят к практике, если он не будет учиться», – рассказывает генеральный директор компании «СТО Конгресс» Сергей Чернышевский. При этом для конференций, за посещение которых врачам засчитываются баллы НМО, существенно ограничены возможности спонсорских интеграций и прочих коммерческих активностей.

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОНГРЕССОВ МЕЖДУНАРОДНЫХ АССОЦИАЦИЙ ПО ОБЛАСТЯМ ЗНАНИЙ



Источник:  
Международная ассоциация конгрессов  
и конференций ИССА, 2020 г.

### ОБЩИЙ АЛГОРИТМ ПЕРЕХОДА В СИСТЕМУ НМО

Непрерывное медицинское образование (НМО) – это система последиplomного образования, обеспечивающая непрерывное совершенствование знаний и навыков, умений в течение всей профессиональной жизни врача, а также постоянное повышение профессионального уровня и расширение профессиональных компетенций.

- Получение сертификата по специальности.
- Регистрация на образовательных порталах Министерства здравоохранения России и создание индивидуального портфолио.
- Ежегодный набор 50 баллов: программы повышения квалификации, 36 часов; мероприятия профессиональных сообществ, 14 часов.
- Повторная аккредитация специалиста: документация набора 250 баллов за пять предшествующих лет, представление индивидуального портфолио.

Работу системы НМО обеспечивают:

- Портал непрерывного медицинского и фармацевтического образования Минздрава РФ [edu.rosminzdrav.ru](http://edu.rosminzdrav.ru)
- Координационный совет по развитию непрерывного медицинского и фармацевтического образования [sovetnmo.ru](http://sovetnmo.ru)

Источник:

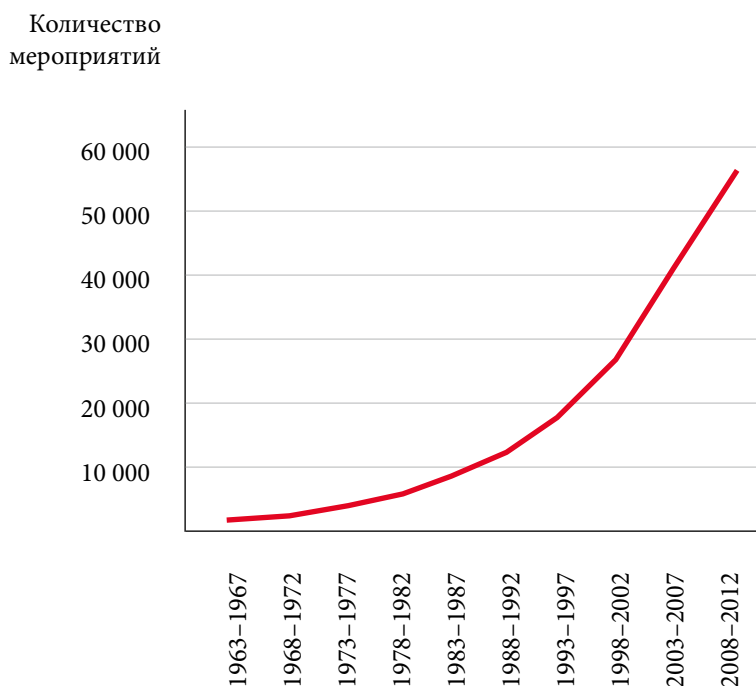
Центр последиplomного и дополнительного профессионального образования [2].

### МЕДЛЕННО РАСТЕТ ТО, ЧТО ДОЛГО ЖИВЕТ

Стремительный рост числа конгрессов международных ассоциаций в мире пришел на конец девяностых годов прошлого века. Далее прирост общего количества таких мероприятий составлял 25–40% ежегодно [3]. На российском рынке увеличение числа научных мероприятий началось примерно в тот же период. Именно на рубеже веков появилось большинство конференций, которые сейчас отмечают двадцати- и тридцатилетние юбилеи. Большинство ученых – организаторов мероприятий, соглашаются с тем, что ключевым фактором развития научной конференции является востребованность той или иной отрасли науки и глобальная актуальность повестки. Свою первую конференцию Российская ассоциация репродукции человека (РАРЧ) провела около тридцати лет назад. С тех пор она стала одним из ключевых событий в профессиональной среде, а ее посещаемость выросла с пятидесяти

участников до полутора тысяч. «Все события определяются потребностями, – рассказывает генеральный директор «Международного центра репродуктивной медицины», президент Российской ассоциации репродукции человека (РАРЧ), доктор медицинских наук, профессор Владислав Корсак. – В мире первый ребенок с использованием технологии экстракорпорального оплодотворения родился в 1978 году, в СССР – в 1986 году. Это были первые шаги использования ЭКО для преодоления бесплодия. В мире тогда было всего несколько десятков специалистов, из них около двадцати человек – в нашей стране. За последующие годы сформировалась целая отрасль медицины, увеличилось количество практик, возникла потребность в обмене опытом. Сегодня же в России существует 299 центров, которые занимаются репродуктивными технологиями для лечения бесплодия. Ежегодная международная конференция РАРЧ «Репродуктивные технологии сегодня и завтра» проводится уже 30 лет. Это – школа, она

### ДИНАМИКА РОСТА ЧИСЛА КОНГРЕССОВ МЕЖДУНАРОДНЫХ АССОЦИАЦИЙ



Источник: ICSSA, данные за период с 1963 по 2012 гг.



востребована, так как ничего другого для обучения в этой области в нашей стране нет».

Актуальные темы поддерживаются профильными министерствами, местными органами власти и включаются в календари конференций, рекомендуемых к посещению. Такая поддержка часто обеспечивает успех региональным конференциям, помогает выйти на всероссийский уровень. Для медицинских событий большое значение имеет включение в План научно-практических меро-

приятий Министерства здравоохранения РФ. В 2021 году в этот документ включено 136 конгрессов и конференций [4].

В Санкт-Петербурге субсидии для НКО на подготовку и проведение конгрессов, конференций, форумов российского и мирового уровня предоставляет Комитет по развитию туризма Санкт-Петербурга [5]. Конкурс курирует Конгрессно-выставочное бюро Санкт-Петербурга, подведомственное комитету. «В поддержке конгресс-бюро есть

явные положительные моменты: автоматически высокий статус мероприятия, помощь в привлечении и визовом сопровождении и высококлассном приеме, размещении. Программа амбассадоров позволяет привлекать значимые мероприятия в нашу страну. Большую роль играет подготовка официальных писем поддержки, что без конгресс-бюро было бы сложно и практически невозможно», – говорит о сотрудничестве с петербургским конгресс-бюро Антон Телишевский.



### ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ (ПО ЧАСТОТЕ УПОМИНАНИЯ ЭКСПЕРТАМИ):

- Востребованность отрасли науки, актуальность повестки и разработок для общества.
- Наличие государственной поддержки.
- Авторитет организаторов.
- Репутация конференции, цитируемость на специализированных ресурсах.
- Представленность контента конференции в медийном поле.
- Степень зрелости и активности отраслевого научного сообщества.
- Уровень забюрократизированности процессов внутри отраслевого научного сообщества.
- Масштаб и глубина международных контактов.
- Технологичность подходов к работе.
- Политическая ситуация в мире.
- Знание английского языка учеными и специалистами.

### МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНТЕКСТ

Актуальная тема помогает как развивать российские национальные мероприятия, так и выходить на международный рынок. В 2021 году конференция «Речь и Компьютер» SPECOM пройдет уже в двадцать третий раз. Она началась в Санкт-Петербурге с небольшой встречи с участием 20 человек. Сейчас на ежегодную конференцию приезжают около 200 делегатов, из которых половина – зарубежные ученые. По словам Алексея Карпова, в связи с тем, что в последние несколько лет активно развивается область речевых технологий, внедряются инструменты искусственного интеллекта, голосовые помощники, разрабатываются системы распознавания и синтеза речи – у конференции расширяется состав участников, появляются новые крупные, в том числе зарубежные, спонсоры. Многолетним партнером конференции является компания «АСМ Решения», а в 2021 году генеральным спонсором выступила Huawei.

Сегодня SPECOM проводится в разных странах мира и учитывается в базе данных Международной ассоциации конгрессов и конференций ICCA. «Активно проводить SPECOM за рубежом начали с 2013 года. Мы провели ее в Чехии, и с тех пор она проходила только за границей: в Германии, Англии, Турции, Венгрии, Сербии, Греции, – вспоминает Алексей Карпов. – Изначально выйти на проведение мероприятия за рубежом мы смогли благодаря нашим личным связям. У нас были совместные международные проекты с немецкими, чешскими, английскими университетами. А сейчас коллеги сами хотят принимать нашу конференцию, так как она стала довольно престижной». Организаторы SPECOM также работают и над привлечением в Россию крупнейших международных конгрессов в области речевых технологий.

Значимость взаимодействия с зарубежными коллегами отмечает большая часть ученых. Оно критически

необходимо для развития научных сообществ и их мероприятий. «Репродуктология – область, которая основана на международном сотрудничестве. Мы вовлечены во взаимодействие с международными организациями. РАРЧ активно сотрудничает с ассоциацией International Federation of Fertility Societies (IFFS), которая существует уже семьдесят лет. Сейчас нам как ассоциации предложено 75 минут на конгрессе Athens World Congress в 2022 году. Целая секция для представления достижений российских вспомогательных репродуктивных технологий! Для нас это престижное и очень ответственное событие. Многие перешло в онлайн, доступ к актуальной информации облегчился, и практически каждую неделю поступают предложения поучаствовать в какой-то конференции. Это позволяет нам быть вовлеченными во всемирный процесс. Нам не развиваться, ничего не достичь без взаимодействия с коллегами», – говорит Владислав Корсак.

### РЕПУТАЦИЯ, РЕЙТИНГИ И ВЕЛИКИЕ ЛЮДИ

Важным показателем успешной научной конференции, на который обращают внимание участники, принимая решение о поездке, и спонсоры, выбирая мероприятие для сотрудничества, является репутация события и организаторов. «Медицинские мероприятия вырастают вокруг личного авторитета организаторов, – поясняет доктор медицинских наук, профессор Санкт-Петербургского государственного педиатрического медицинского университета, член совета директоров Европейской академии дерматологии и венерологии EADV от России, член оргкомитета Всероссийского съезда дерматовенерологов и косметологов и Ассамблеи эстетической медицины и трихологии Денис Заславский. – Все решают личные контакты. Обычно конференции берут свое начало с инициативы узкого круга единомышленников. Затем маховик раскручивается, и о событии узнает все больше людей. Например, авторитет выдающегося

венеролога Вениамина Михайловича Тарновского, активно участвовавшего в организации XII Международного медицинского конгресса в Москве в 1897 году, позволил привлечь на мероприятие 8200 участников, почти две трети из которых были иностранными делегатами». В сфере онкологии и онкомамологии наиболее важными мероприятиями считаются Московский онкологический съезд RUSSCO и Санкт-Петербургские «Белые Ночи». Они сильны не только деловой программой и ценными спикерами. «Успех этих событий связан с длительным пребыванием на сцене, неугасающим энтузиазмом и заинтересованностью организаторов, поддержкой национальных сообществ. Авторитет заработан годами», – делится мнением Антон Телишевский. В хирургии эксперт отмечает все съезды, организованные Российским обществом хирургов (РОХ), в маммологии и пластической хирургии – съезды Российского общества пластических, реконструктивных и эстетических хирургов (РОПРЭХ) и школы маммологии в Казани. «В Казани особенно ярко видны старания

организаторов съездов и поддержка руководства республики», – обращает внимание Антон Телишевский.

Авторитет же самой конференции выражается в ее присутствии в медийном поле и отраслевых рейтингах. Важен и высокий уровень цитируемости сборника тезисов и докладов конференции – как в российских, так и в международных базах данных цитирования: Scopus, Web of Science и других. «Когда мы в 2013 году провели конференцию за рубежом, первый раз опубликовались в немецком издании Springer и сразу после этого попали в базу данных научного цитирования Scopus. Это стало привлекать значительно больше ученых и участников. Сейчас это всем нужно, особенно российским ученым. С 2020 года SPECOM является единственной конференцией с российскими корнями, включенной в международный рейтинг топ-конференций в области компьютерных технологий и информатики Guide2Research», – рассказывает Алексей Карпов. Актуальным дополнением к классической публи-

кации сборника тезисов и докладов сегодня становится распространение видеоконтента, записей выступлений по итогам конференции.

## ЛОЖКИ ДЕГТЯ

В то же время авторитетные личности в программе конференции – не всегда панацея. Иногда привлечение именитых персон может существенно затруднить работу научного мероприятия. «Мы имеем устаревшую и строго иерархическую систему организации мероприятий со «свадебными генералами» и ворохом согласований и расшаркиваний перед уважаемыми и авторитетными представителями профессии», – сожалеет Антон Телишевский. Иерархия в научной среде и бюрократизированность процессов играют с организаторами конференций злую шутку. На заключение стандартного соглашения о партнерстве между учреждениями порой уходит не один месяц.

Несформированность профессиональных научных сообществ и





пассивность существующих также негативно влияют на развитие конференций. На международных конгрессах российскую сторону часто представляет небольшое количество ученых, что формирует у зарубежного сообщества мнение о недостаточном развитии в России той или иной отрасли науки. «У нас довольно небольшое российское сообщество в области речевых технологий. На международном конгрессе-конференции INTERSPEECH из двух-трех тысяч участников всего десять-пятнадцать россиян», – рассказывает Алексей Карпов. Согласованность действий ученых, представляющих одну область науки в рамках страны, важна и при привлечении крупных международных конгрессов в город. Такое единство высоко ценится международными инициаторами, принимающими решение при выборе дестинации для

проведения очередного конгресса ассоциации. «Согласованность между учреждениями и городами помогает привлекать больше международных мероприятий, – делится опытом Денис Заславский. – В случае, если подаются два разных города, два учреждения, право на проведение конгресса не отдадут никому из конкурентов». О важности кооперации говорит и Антон Телишевский: «Наши иностранные коллеги привыкли работать в контакте «сообщество – сообщество» или с национальными представителями сообществ, а в нашей стране организационные вопросы упираются в огромный штат очень уважаемых людей, к каждому из которых требуется подход, обоснование необходимости и актуальности мероприятия. К моменту согласования и подписания бумаг с нашей стороны срок подачи заявок может быть пропущен».

Есть сообщества, где поддерживаются инициативы молодых специалистов и поощряются новые идеи. «Например, планируемый в октябре 2021 конгресс в Геленджике на стыке двух специальностей – онкомаммологии и пластической хирургии. Это будет первый съезд совместно с международным обществом Breast Surgery International BSI, и, конечно, без поддержки и активных действий президента РОПРЭХ ничего бы не получилось. Но это больше исключение из правил. Безусловно, есть особенности рабочих процессов медицинской науки в РФ, из-за которых у зарубежных коллег может возникать нежелание совместных проектов, тут ответ кроется в пробелах образования и обеспечения технологиями регионов», – продолжает Антон Телишевский.

Отдельное место среди влияющих на развитие научных конференций

факторов занимает политика. Несмотря на известный тезис о том, что наука интернациональна, геополитические процессы и напряжение в мире влияют на организацию коммуникаций между учеными. «Мы очень хотели провести SPECOM в Турции, но случился 2015 год (24 ноября 2015 года над территорией Сирии турецкими ВВС был сбит российский Су-24. – Прим. CongressTime), и конференцию пришлось отложить на четыре года. Это никак не повлияло на наши отношения с международными коллегами: мы их отлично понимаем, они нас отлично понимают. Но конференцию именно в Стамбуле в 2016 году провести не удалось», – вспоминает Алексей Карпов.

В некоторых областях медицины ограничены возможности коммерциализации. По мнению Дениса Заславского, в дерматологии существует очень небольшое количество отечественных производителей медицинских средств, которых можно пригласить в качестве спонсоров. Выходу на международный рынок часто препятствует недостаточный уровень знания английского языка российскими медиками, противоречия между системами баллов для врачей в России и в международном сообществе. «На мой взгляд, для того чтобы наши мероприятия вышли на международный уровень, нужно избавляться от «борьбы за медали», – резюмирует Антон Телишевский. – Нужно проводить анализ актуальности и востребованности мероприятий в разделах медицины и закрывать эти дыры, дать дорогу молодым, привести в соответствие с нынешними реалиями обучение специалистов и улучшить подготовку кадров, совершенствовать владение английским языком».

## НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ОНЛАЙН

В 2020 году рынок мероприятий кардинально изменился. Пандемия коронавируса заставила организаторов увести свои события в онлайн.

Научные конференции не стали исключением. По данным ICCA, в виртуальное пространство перешли 19% медицинских конгрессов ассоциаций и более 40% конференций в области технологий [6]. При этом для многих конференций онлайн действительно стал уникальной возможностью для развития, способом расширить аудиторию и повысить качество деловой программы за счет приглашения большего количества зарубежных экспертов. «Конференции в области информационных технологий успешно проводятся и в онлайн-формате, привлекая даже больше участников. Например, Международная конференция по акустике, речи и обработке сигналов ICASSP, которую проводит Общество обработки сигналов IEEE, в 2021 году вместо трех тысяч делегатов в офлайн достигла посещаемости в 15 тысяч онлайн-участников. Я не верю, что организаторы научных форумов полностью вернуться к прежнему формату. Ездить вживую, скорее всего, продолжат заслуженные профессора, которым важно личное общение, зрительный контакт с аудиторией, поездка в гости к коллегам, и они могут себе позволить такие расходы. Студентам, аспирантам и молодым ученым ценнее представить свой доклад, обсудить его и послушать коллег. Получение новых знаний – это основа науки. Для этого прекрасно подходит онлайн», – размышляет Алексей Карпов.

Онлайн дал возможность российским ученым в большей степени интегрироваться в международное сообщество. По мнению Владислава Корсака, невозможно быть профессионалом, не находясь в тесном общении со своими коллегами из других стран. «До перестройки, для того чтобы прочесть профессиональный журнал, нужно было ехать в Москву в библиотеку имени Ленина. Потом ворота открылись. Сейчас любые материалы доступны в интернете, а коллеги находятся на расстоянии звонка в Zoom», – рассказывает он.

Вряд ли онлайн станет единственно верным решением для развития медицинских событий, так как здесь

значимой является практическая часть. Однако дистанционный формат дал мероприятиям возможность разнообразить состав спикеров, повысить индекс цитирования и увеличить охват аудитории. Поэтому обратного пути в абсолютный офлайн тоже уже нет. «Мы являемся свидетелями тектонических сдвигов в поведенческих паттернах, – рассуждает Сергей Чернышевский. – Еще полтора-два года назад, когда вставал вопрос о гибридных мероприятиях, они не рассматривались как перспективные для развития. Сегодня же гибрид прочно занимает свою нишу в ивенте в целом и в медицинском событии в частности. О том, чтобы остаться полностью в онлайн или в офлайн, когда все ограничения будут сняты, сейчас уже речь не идет. Технологии сделали контент доступным как никогда: теперь вы не можете проводить мероприятия раз в два года, а в перерыве отдыхать. А если кто-то все еще считает, что это ерунда и можно продолжить работать по-старому, то он или по какой-то случайности оказался в «Парке Юрского периода» или просто игнорирует реальность».

### ► Ссылки и источники

1. Открытый каталог научных конференций, выставок и семинаров, 2021, [электронный ресурс] // URL: <https://konferencii.ru>.
2. Центр последипломного и дополнительного профессионального образования, 2020, [электронный ресурс] // URL: <https://edu.rzd-medicine.ru/nmo>.
3. A Modern History of International Association Meetings 1963-2012, ICCA Report, 2012, [электронный ресурс] // URL: <https://www.iccaworld.org>.
4. Приказ Министерства здравоохранения Российской Федерации от 28 декабря 2020 г. № 1387 «Об утверждении плана научно-практических мероприятий Министерства здравоохранения Российской Федерации на 2021 год», 2020, [электронный ресурс] // URL: <https://minzdrav.gov.ru>.
5. Постановление правительства Санкт-Петербурга от 13 июня 2019 года № 379 О Порядке предоставления в 2019 году субсидий социально ориентированным некоммерческим организациям на организацию и проведение в Санкт-Петербурге конгрессно-выставочных мероприятий. Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов, 2019, [электронный ресурс] // URL: <https://docs.cntd.ru>.
6. ICCA Market Intelligence on COVID-19 Affected Meetings, 2020, [электронный ресурс] // URL: <https://www.iccaworld.org>.



# МАРАФОНЫ ИННОВАЦИЙ: КАК РАБОТАЕТ ХАКАТОН

## АВТОР:

Вероника Подвочатная,  
обозреватель *CongressTime*

## ФОТО:

архив мероприятий «Цифровой  
Прорыв – 2019», Уфимского  
государственного нефтяного  
технического университета (УГНТУ)

*Хакатоны многими воспринимаются как мероприятия, которые проводят для ИТ-специалистов и инноваторов. Проекты, рожденные в ходе такого события, часто вырастают в полноценные научные работы, а иногда результатом могут стать инновационные решения, которые принесут пользу не только инициаторам мероприятия, но и всему человечеству. Среди них разработки в области медицины, связи и сервисы для умных городов. Однако механику хакатонов можно успешно использовать для организации событий специалистов из самых разных сфер деятельности.*



## ЧТО ТАКОЕ ХАКАТОН

Хакатон – продолжительное по времени мероприятие, напоминающее одновременно спортивное соревнование и мозговой штурм в офисе крупной компании. Выступления экспертов, выставка, кофе-брейк, нетворкинг, фуршет – все эти обязательные для делового мероприятия составляющие могут вовсе отсутствовать в программе такого события. Главное, что отличает хакатоны – особенный соревновательный дух. По сути, это своего рода турниры, перед участниками которых стоит цель – решить заранее поставленную задачу по улучшению бизнес-процессов в отдельной взятой компании в течение ограниченного времени. В остальном хакатоны бывают очень разными. Например, продолжительность одного мероприятия может составлять 24 часа, а другого – до семи суток. Есть и другие особенности.

В зависимости от целей компании-инициатора, в хакатонах могут принимать участие уже трудоустроенные сотрудники или приглашенные специалисты. В первом случае такое мероприятие становится командообразующим, помогает укрепить связи между работниками предприятия и оптимизировать текущие задачи. Например, многие особенности социальной сети Facebook были разработаны на внутренних хакатонах. Кстати, именно так придумали кнопку Like и тегирование людей в комментариях.

Также компания может ставить перед собой другие цели, например, найти инновационное реше-

ние сложной задачи, отыскать новых талантливых специалистов или укрепить собственный бренд. В этом случае к участию в хакатонах приглашаются соответствующие заранее определенным критериям сторонние разработчики. Победителям, как правило, гарантируется трудоустройство в компании и / или крупный денежный приз. Наиболее впечатляющей выплатой отличился хакатон Dreamforce, состоявшийся в 2013 году. Инициатор события компания Salesforce присудила победившей команде миллион долларов.

Одной из особенностей хакатон является их непрерывность. Обычно участникам запрещается покидать площадку в течение всего события. Часто в расписании не предусмотрено время для сна, и участники сами решают, могут ли они позволить себе отдохнуть. Появившись на рубеже XX и XXI веков, хакатоны стали отражением ценностей культуры хагл (англ. hustle – суета) – эпохи экстремального трудолюбия и сверхпродуктивности. В 2021 году, когда понятие баланса между работой и личной жизнью (англ. – work-life balance) звучит все чаще, многие специалисты отказываются участвовать в хакатонах, так как не готовы рисковать своим ментальным и физическим здоровьем ради призов. Альтернативным вариантом стали онлайн-хакатоны – такие мероприятия также предполагают практически непрерывную работу, однако у участников появляется возможность остаться дома и в свободное время вздремнуть в собственной постели, а не в спальных мешках. Для организаторов хакатон онлайн-формат тоже имеет

преимущества – аудитория таких мероприятий шире, участие в них не ограничено географией, а временные рамки более гибкие. Например, в 2020 году онлайн-сервис СберМаркет совместно с компанией McKinsey провели NGWL.HACK – хакатон по работе с большими данными только для девушек. Участницами мероприятия стали 150 представительниц 23 стран. Собрать этих людей на одной площадке было бы невозможно.

Творческий формат хакатона предполагает креативный подход к его организации и выбору площадки. Некоторые из них проводят в самолетах или поездах – необходимость находиться в замкнутом пространстве хорошо согласуется с пресловутой непрерывностью мероприятия. Так в 2015 году группа британских железнодорожных компаний и Департамент транспорта Великобритании организовали Hacktrain – 48-часовой хакатон с целью улучшить железнодорожную систему страны. Мероприятие проходило в вагонах поезда, направлявшегося из Лондона в Йорк. Лучшие проекты по его итогам были представлены министрам и высшему руководству компаний-инициаторов. Одним из них стал способ сканирования вагонов и оповещения пассажиров о наличии свободных мест.

Существуют и совсем необычные хакатоны, например, американский Comedy Hack Day, в котором участвуют комики и разработчики, создающие вместе странные и забавные проекты, которые никогда не будут реализованы. В финале шоу победители получают \$0 венчурных инвестиций.

**Хакатон (англ. – hackathon)** – термин произошел от сочетания слов hack (англ. – взламывать) и marathon (англ. – марафон). Так независимо друг от друга свои мероприятия начали называть разработчики OpenBSD и Sun Microsystems. Впервые термин был использован для обозначения встречи, посвященной криптографии, которая прошла в Калгари 4 июня 1999 года. На нее приехали 10 разработчиков для написания программ, не подпадавших под жесткие экспортные ограничения, установленные США на криптографическое программное обеспечение. В середине 2000-х годов хакатон стал популярным форматом для быстрой разработки новых программных технологий или областей инвестирования.



Travel Hack Moscow – масштабный хакатон по теме цифровизации индустрии туризма проводится с 2019 года. Участникам мероприятия предоставляются задания, связанные со сферой путешествий, от организаторов и партнеров события – авиакомпании S7, аэропорта Домодедово, компании TUI Group, Департамента информационных технологий города Москвы.

#ПрокачайБизнес – онлайн-хакатон состоялся в августе 2020 года и продолжался три недели. Участники со всей России генерировали идеи и презентовали их в виде прототипов продуктов для решения проблем малого бизнеса. Одной из разработок стал сервис для создания SEO-оптимизированных описаний товаров с помощью искусственного интеллекта для компаний, работающих в сфере электронной коммерции. Мероприятие было организовано Инновационной студией Visa в Москве при поддержке Школы инноваций и креативного мышления ИКРА и сервиса «Яндекс.Касса», а призовой фонд составил более миллиона рублей.



*Денис Пешехонов,  
капитан команды Continous  
Dezintegrator, победитель хакатона  
«Цифровой Прорыв – 2019»*

Победа существенным образом сказалась на карьере членов нашей команды – нас всех пригласили на работу в корпорацию «Росатом», для которой мы выполняли задания в двух турах хакатона. Хочется отметить, что большинство участников марафона представили действительно яркие инновационные разработки. Просто поражает, насколько богата наша страна талантливыми ИТ-специалистами.

## ХАКАТОНЫ ПО-РУССКИ

Ежегодно в России проходит около 200 хакатонов. Наиболее интересные и популярные мероприятия такого формата:

Hack Moscow – один из самых больших международных хакатонов в СНГ. В 2019 году в мероприятии участвовали 750 специалистов из 53 стран. В числе спонсоров события такие компании, как Github, МТС, 1С, Philips, LG, Here, Avast и многие другие.

VK Hackathon – флагманское мероприятие социальной сети «ВКонтакте». Компания приглашает к участию программистов, дизайнеров и других специалистов. В 2019 году призовой фонд хакатона составил 2 млн рублей. Задания для участников готовят партнеры мероприятия, среди которых международная платежная система MasterCard, Государственный Эрмитаж, Московская государственная филармония, сообщество доноров DonorSearch.org и другие.

«Цифровой Прорыв» – один из крупнейших в мире хакатонов, состоявшийся в Казани в 2019 году. Мероприятие вошло в Книгу рекордов Гиннеса: в хакатоне приняли участие 3000 ИТ-специалистов из 77 регионов России. Организатором события выступила некоммерческая организация «Россия – страна возможностей». Задания для участников подготовили федеральные и региональные министерства, Счетная палата РФ, «Ростелеком», «Росатом», Федеральная налоговая служба, Росстат, компании «Газпром нефть», МТС и «МегаФон».

## НЕ ТОЛЬКО ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Сегодня хакатон – это, скорее, механика по проведению мероприятия, чем конкретный формат. Свои турниры проводят не только компании, связанные с ИТ-сектором, но и научно-исследовательские институ-



*Сергей Gladikh,  
директор Центра технологического  
предпринимательства Уфимского  
государственного нефтяного  
технического университета  
(УГНТУ)*

Хакатон – это отличный инструмент, который решает комплекс задач для всех его участников, и для университетов в том числе. По итогам каждого мероприятия после мозгового штурма появляется несколько жизнеспособных проектов. Какие-то из них вырастают в полноценную исследовательскую работу, другие становятся стартапами. Хакатоны генерируют актуальные темы дипломных работ и предоставляют для университета возможность получить от корпораций заказ на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы. В университетах создаются малые инновационные предприятия.

Участники первого в России химического хакатона получили несколько грантов и сделали ряд серьезных исследовательских проектов.

В нашем университете регулярно проводятся хакатоны на самые разнообразные темы. Например, один из турниров мы посвятили разработке цифровой одежды — студенты Уфимского государственного нефтяного технического университета, других вузов и колледжей искали решения на стыке электроники и моды. В итоге два проекта уже готовятся к выходу на рынок. Хакатон работает!

ты, медиа, НКО и государственные структуры. Задания, которые предлагаются на хакатонах, предполагают участие самых разных специалистов, среди которых химики, урбанисты, экологи, архитекторы, продакт-менеджеры и рекламщики. Благодаря таким событиям на рынке появилось большое количество инновационных разработок, способных сделать жизнь человека безопаснее и комфортнее.

Например, на хакатоне Startup Weekend Rio в 2011 году была основана компания EchoLoco – сервис аудиокарт с навигатором для незрячих людей. А на Angelhack появился проект Piece of Mind – устройство для опекунов людей с болезнью Альцгеймера и деменцией. Система Piece of Mind отслеживает геолокацию пациентов и в случае их выхода за границу определенной территории отправляет уведомления лицам, ответственным за попечение, и направляет запрос в полицию.

Большое количество хакатонов проводится для решения проблем го-

родского трафика и безопасности на дорогах. Например, одна из команд, участвовавших в открытом хакатоне Hack.Bangalore представила прототип сервиса для водителей машин скорой помощи, предназначенный для поиска варианта оптимального маршрута. А на Youth for Public Transport, прошедшем в Бельгии, второе место заняла разработка команды BLI, которая предложила велосипедистам жилет для навигации и оповещения участников дорожно-го движения о маневрах.

В 2017 году на базе Уфимского государственного нефтяного технического университета (УГНТУ) состоялся первый в России хакатон для химиков. Инициатором выступил концерн BASF. В течение двух дней команды участников искали инновационные способы использования существующих материалов и приготовления новых растворов. Молодые химики могли обращаться за помощью к специалистам университета и консультироваться с экспертами BASF, посещать лаборатории УГНТУ и компаний-партнеров. ■



# НАУКУ В МАССЫ. ФЕСТИВАЛЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ

## ПО МАТЕРИАЛАМ

Всероссийского фестиваля науки  
NAUKA 0+

Одним из заметных событий в календаре Года науки и технологий в России стал Всероссийский фестиваль науки NAUKA 0+. Его мероприятия проходят в регионах страны и за рубежом. Организаторы фестиваля наглядно показали, что науке все возрасты покорны. Событие не просто охватило всю Россию и заставило интересоваться наукой всех, от самых маленьких до пожилых, но и взяло на себя обязательство по воспитанию нового поколения людей, которые захотят стать учеными и исследователями.

## ВСЕРОССИЙСКИЙ МАСШТАБ

Впервые в России Фестиваль науки состоялся в 2006 году. Его инициатором выступил ректор Московского государственного университета, академик Виктор Садовничий. Проект постепенно развивался и из мероприятия городского уровня преобразовался в событие всероссийского масштаба. Сегодня фестиваль проводится в более 80 регионах России, странах СНГ и Европы. Организаторами НАУКА 0+ являются Министерство науки и высшего образования РФ, правительство Москвы, Российская академия наук и Московский государственный университет.

Когда фестиваль приобрел всероссийский статус, у него появилось название НАУКА 0+. По замыслу организаторов, новый бренд демонстрирует, что наука не имеет ограничений, а фестиваль рассчитан на самую широкую аудиторию.

«Цель Всероссийского фестиваля НАУКА 0+ – понятным и доступным языком рассказывать и маленьким, и взрослым, чем занимаются ученые, что происходит в их лабораториях, и почему именно ученые определяют наше настоящее и будущее, как научный поиск улучшает качество жизни, какие перспективы он открывает каж-

дому из нас. Можно сказать, что фестивали науки – это своеобразный отчет обществу. Но это еще и праздник науки, позволяющий рассказывать о ее достижениях, способствующий просвещению общества, – говорит руководитель дирекции Всероссийского фестиваля науки НАУКА 0+, проректор МГУ Леонид Гусев. – На фестивале проходят конкурсы, которые помогают выявить талантливых ребят. Школьники со всего мира демонстрируют свои разработки, полноценные проекты, которые имеют практическую пользу. Мы им помогаем и отправляем пробовать свои силы в других мировых состязаниях. За время проведения фестиваля выросло целое поколение ученых, которые будут менять нашу жизнь к лучшему».

## МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРОЕКТЫ

В 2019 году фестиваль НАУКА 0+ заявил о себе и в мире, став партнером ЮНЕСКО и оператором Международного года Периодической таблицы химических элементов в России. Участники проекта рассказали о российской науке и достижениях ученых на площадках десятков научно-популярных мероприятий в Германии, Франции и Японии. Доклады и презентации вызвали большой интерес у

зарубежной публики и профессионального сообщества. В 2020 году Всероссийский фестиваль науки прошел в онлайн-формате, и это позволило выйти на новый уровень. В мероприятии приняли участие больше представителей организаций, ученых, преподавателей и студентов вузов. Для проведения фестиваля использовались технологии виртуальной и дополненной реальности, которые планируется применять и в дальнейшем для организации события.

## НОВЫЕ ФОРМАТЫ

Фестиваль каждый год посвящается определенной теме в области науки. Решение о направлении принимает оргкомитет мероприятия. Во время заседания обсуждаются планы по популяризации науки в России на ближайшие годы, подбирается наиболее актуальная и масштабная тема. В 2020 году мероприятия фестиваля были приурочены к 75-летию атомной промышленности. Поэтому главной темой стали ядерные технологии и «Физика будущего». Как уточняют в оргкомитете фестиваля, при выборе направления учитывалась обстановка в мире, раскрыта междисциплинарность – физика и биология, физика и химия, физика и история, и гуманитарные науки, потому что научный процесс всегда со-

## ВСЕРОССИЙСКИЙ ФЕСТИВАЛЬ НАУКИ В ЦИФРАХ



Источник: Всероссийский фестиваль науки НАУКА 0+, 2020 г.



*Елена Дружинина,  
заместитель министра науки  
и высшего образования  
Российской Федерации*

Популяризация науки, ее достижений и лидеров – одна из ключевых задач. Многие ученые начали свой путь к науке еще в юности. Прочитанная научно-популярная книга, фильм или научное шоу – все это вызывает интерес, который для многих становится смыслом жизни. В нашей обойме достижений – события мирового значения. В России уже запустили нейтринный телескоп на дне Байкала, идет строительство научно-исследовательских судов, состоялся пуск токамака Т-15МД.

проводится исследование, которое невозможно без использования физических и химических методов.

Одной из новинок фестиваля стал Виртуальный гипермузей науки. По мнению организаторов и участников, он – идеальная площадка для научной экспозиции в период пандемии. В виртуальном музее было представлено более 100 экспонатов – от атомного реактора до черной дыры, от достоверной модели коронавируса до наскальных рисунков мамонта в палеолитической пещере. Экспозиция разместилась на шести уровнях и снабжена кросс-ссылками, по которым можно моментально попасть из одной области науки в другую и посмотреть на тот же объект в другом контексте. Попробовать силы в научных экспериментах и почувствовать себя настоящим исследователем позволил виртуальный Лабораториум – цифровая площадка фестиваля для проведения лабораторных работ, в котором посетители смогли самостоятельно выполнить эксперименты разного уровня сложности по физике, биологии, математике в удобном онлайн-формате.

## МИРОВОЙ УРОВЕНЬ ЭКСПЕРТИЗЫ

За время существования фестиваля его гостями становились – сооснователь Apple Стив Возняк, физик-теоретик и футуролог Митио Каку, научный консультант фильма «Интерстеллар» и первооткрыватель гравитационных волн Кип Тор, десятки нобелевских лауреатов, профессора ведущих научно-образовательных центров мира. Помимо лекций, большой популярностью пользуются телемосты с крупнейшими научными организациями мира. В 2020 году во время видеоконференций на прямую связь с участниками НАУКА 0+ вышли полярники с круглогодичной станции «Прогресс» в Антарктиде, первооткрыватели гравитационных волн из обсерватории LIGO из США, разработчики «искусственного солнца» из международного проекта ITER во Франции, а также сотрудники одного из российских научно-исследовательских институтов атомных реакторов. За ходом мероприятия следили миллионы зрителей в сети Tik Tok.

Традиционно большой интерес у зрителей вызывают лекции нобелевских лауреатов. Лекцию хедлайнера фестиваля американского физика-теоретика Митио Каку о том, как физика преобразит наш мир в будущем, собрала десятки тысяч просмотров на цифровых площадках фестиваля.

В «Золотом лектории» нобелевские лауреаты по физике Барри Бэриш и Стивен Уайнберг прочитали лекции о микромире и макрокосмосе и об исследовании Вселенной с помощью гравитационных волн. Нобелевский лауреат по химии из Израиля, профессор Ада Йонат рассказала о создании более эффективных и менее токсичных антибиотиков нового поколения, которые придут на помощь человеку, преодолевая устойчивость организма к лекарствам. Профессор Страсбургского университета Жан Пьер Соваж, получивший Нобелевскую премию за проектирование и синтез молекулярных машин, рассказал о перспективах своего научного открытия.

Пандемия заставила интересоваться лекциям о коронавирусе, которые на фестивале прочитали ведущие ученые и врачи: один из авторов протоколов лечения COVID-19 в Университетской клинике МГУ, профессор Симон Мацкеплишвили, а также всемирно известный вирусолог профессор Михаил Букринский.

## ГОД НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ

В 2021 году Всероссийский фестиваль науки стал ключевым событием в числе акций, проходящих в Год науки и технологий в нашей стране, а также одним из самых масштабных социальных проектов в области популяризации науки. В программу NAUKA 0+ включены свыше 10 тысяч мероприятий в 80 регионах Российской Федерации, такие как крупнейшая интерактивная научная выставка, лекции ведущих российских ученых, лауреатов Государственной премии в области науки, нобелевских лауреатов, виртуальные лабораторные, научные шоу, дискуссии о будущем человечества, показы

фильмов, соревнования роботов, научные бои Science Slam, квесты и квизы. При этом участие во всех мероприятиях бесплатное. Кроме того, фестиваль NAUKA 0+ проводит акции, помогающие выявить талантливых ребят: конкурс рисунков «Мир науки глазами детей», совместный фотоконкурс с телеканалом «Наука» – «Снимай науку», конкурс инновационной журналистики «Расшарь науку», а также «Ученые будущего», где школьники из России и других стран демонстрируют свои разработки и проекты.

«Всероссийский фестиваль науки на сто процентов совпадает с целями проведения Года науки и технологий, – отмечает руководитель дирекции Всероссийского фестиваля науки NAUKA 0+, проректор МГУ Леонид Гусев. – Это в первую очередь привлечение талантливых детей и молодежи в науку, информирование граждан России и зарубежных государств о современных достижениях российских ученых, о мерах государственной поддержки, которые в последние годы носят беспрецедентный характер».



# ГОД НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ В НАУКОГРАДАХ РОССИИ



## АВТОР:

Михаил Кузнецов,  
директор Союза развития наукоградов

## ФОТО:

архив мероприятий  
Объединенного института ядерных  
исследований в Дубне и Медицинского  
радиологического научного центра  
имени А. Ф. Цыба

В июне в России впервые отметили День наукоградов Подмосковья. Всего же в стране более десяти городских округов обладают статусом наукограда Российской Федерации. К памятной дате 9 июня в Королеве прошла научно-практическая конференция «Наукограды как драйверы социально-экономического развития Московской области». Градообразующие научно-производственные предприятия Подмосковья продемонстрировали свои достижения на выставке, состоялась церемония вручения грантов президента РФ молодым ученым. Событие показало, что конгрессно-выставочная деятельность имеет особое значение для развития таких территорий, как наукограды. Как решаются эти задачи в современных условиях?



## ЗНАЧЕНИЕ НАУКОГРАДОВ ДЛЯ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ

Президентом Российской Федерации 2021 год объявлен Годом науки и технологий. Именно приоритет инновационного развития с опорой на науку и повышение эффективности национальной инновационной системы определяет сегодня необходимые направления действий. Необходимо перейти от топливно-сырьевой ориентации экономики России к инновационному развитию посредством стимулирования науки и образования. И одним из важнейших аспектов, наряду с кадровым и институциональным, является территориальный.

Конечно, задача инновационного развития важна – все регионы, отрасли, крупные компании и организации должны примерить на себя инновационные одежды, разрабатывать соответствующие стратегии, программы, планы и проекты. Но выделение из общей массы инновационно-активных субъектов разного масштаба является важнейшей задачей. Именно территории со значимым составом таких субъектов будут, а некоторые уже являются, точками роста и территориями инноваций. Своевременная поддержка и содействие их развитию – важнейшее условие сохранения их потенциала и, что особенно важно, превращения имеющегося потенциала в ресурс развития.

Однако такие крупные образования, как субъекты Российской Федерации, не имеют непрерывной инновационно-питательной среды на всей своей территории, если и занимаются инновационным развитием, то они реализуют свой управленческий потенциал и материальные ресурсы главным образом локально – на отдельных территориях.

Москва, Санкт-Петербург и в меньшей степени Новосибирск, Екатеринбург, Нижний Новгород могут называться инновационны-

ми городами в некотором специальном или даже метафорическом смысле, так же, как и культурными, научными, промышленными, так как они являются универсальными, функционально специализированными мегаполисами.

Насыщенными научно-технологической инновационностью, способными к интенсивному научно-технологическому развитию являются более компактные территориальные образования. Это наукограды, города или обособленные части городов с расположенными в них или примыкающими к ним крупными научно-образовательными комплексами – университетами, исследовательскими и инженерными центрами, наукоемкими производствами. Именно на инновационных территориях наукоградов сосредоточена большая часть научно-технологического потенциала России.

## ГОРОДА НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ

Первым наукоградом в России стал подмосковный Жуковский. Его создание относится к концу 1930-х годов, когда здесь началось строительство аэродинамических труб Центрального аэрогидродинамического института (ЦАГИ) и поселка для научных работников и инженеров. А в 1947 году поселок Стаханово получил имя Жуковский и статус города.

Выдающийся специалист в области организационного управления Спартак Никаноров и его ученица Наталья Никитина в 1991 году при проведении исследовательской работы по развитию города Жуковского впервые ввели в научный и общественный оборот ныне популярный термин наукоград. В 1999 году был принят федеральный закон «О статусе наукограда Российской Федерации», в соответствии с которым такой статус присвоили Обнинску, известному центру ядерных исследова-

ний, где была создана первая атомная электростанция, а затем и другим городам науки.

Примечательно, что большинство градообразующих научных центров работает в Московской области. В 2001 году статус наукограда Российской Федерации в этом регионе получил город Королев – признанная космическая столица России. Сегодня из 13 российских наукоградов страны восемь находятся в Московской области. Такие города являются наиболее целостными, компактными, сконцентрированными на научной и инновационной деятельности территориями. Они имеют исключительное значение для развития инновационной экономики страны. Именно здесь можно рассчитывать на адаптируемую к потребностям градообразующих организаций, предприятий, компаний кадровую подпитку, на организацию совместных исследований с центрами компетенции в соответствующих областях, университетами и исследовательскими центрами, в том числе зарубежными. В таких городах легко наладить эффективную научно-техническую кооперацию, использовать услуги общей инновационной инфраструктуры, использовать уникальный образовательный потенциал для целей общего, высшего, последипломного образования и научно-образовательного туризма.

Именно на таких территориях есть уже созданная и совершенствующаяся научно-техническая, научно-технологическая и предпринимательская среда для развития инноваций и условия для развивающегося социально-сетевому взаимодействию исследователей, инженеров и предпринимателей.

Два обозначенных фактора – среда и социальные сети, а речь идет не только об онлайн, но, прежде всего, офлайн сетевом пространстве, стимулирующие инновационную активность, являются одними из

главных особенностей наукоградов. Они соединяют отдельные необходимые для инновационного развития составляющие, такие как исследовательские и инженерные центры, университеты или их филиалы, факультеты, кафедры, технопарки, бизнес-инкубаторы и другие площадки для развития инновационного бизнеса в целостный комплекс и обеспечивают синергетический эффект развития.

В сущности, наукоград является инновационным территориальным кластером особого типа, а в ряде случаев формирующим ядром инновационного кластера, причем с весомой научной составляющей. Развитие наукоградов именно как инновационных территориальных кластеров особого типа является перспективной составляющей совершенствования национальной инновационной системы.

## МЕРОПРИЯТИЯ В НАУКОГРАДАХ

В Год науки и технологий особое внимание привлекают мероприятия в наукоградах – местах концентрации научных организаций, наукоемких предприятий, университетов, инновационных организаций малого бизнеса, технопарков и бизнес-инкубаторов.

Такие события организаторы проводят, отмечая значимые даты в городской жизни, обсуждая актуальные проблемы, корректируя стратегии развития и планы их реализации. Также они служат взаи-

модействием между территориями, Союзом развития наукоградов, Министерством высшего образования и науки, Агентством стратегических инициатив и различными международными организациями.

Кроме того, наукограды непосредственно или через свое членство в Союзе развития наукоградов участвуют в мероприятиях Государственной Думы и Совета Федерации, региональных органов власти, посвященных проблемам наукоградов и общим вопросам развития науки и образования. В последнее время такие мероприятия с участием представителей наукоградов проводили Комитет Совета Федерации по науке, образованию и культуре, Комитет Совета Федерации по экономической политике. Важное значение имеют заседания Совета по развитию местного самоуправления при Президенте РФ, членами которого являются главы таких наукоградов, как Кольцово, Обнинск, Троицк. Актуальные вопросы обсуждаются на заседаниях Комиссии Государственного Совета РФ по направлению «Наука», в которую входит президент Союза развития наукоградов Виктор Сиднев.

Многие мероприятия в 2021 году приурочены к юбилеям наукоградов. Свое 70-летие отмечает Фрязино, 65-летие – Обнинск и Дубна, 55-летие – Пущино. Юбилейным год стал и для Объединенного института ядерных исследований в Дубне, основанного в 1956 году. Сегодня здесь создается и проводится поэтапный пуск установки

класса Мегасайнс – ускорительного комплекса Nica.

Однако неустойчивая санитарно-эпидемиологическая ситуация на территории России внесла изменения в календарь мероприятий. В частности, оргкомитету научно-технической конференции «СВЧ электроника» во Фрязине пришлось перенести ее проведение с мая на более поздний срок. Традиционно это мероприятие для специалистов в области электронной техники проводит Научно-производственное предприятие «Исток» имени А. И. Шокина – градообразующее предприятие города Фрязино.

## НАУЧНЫЕ СОБЫТИЯ ГОДА

Конгрессно-выставочная деятельность является для наукоградов одним из направлений представления результатов деятельности и дискуссий о перспективных путях развития, поиска партнеров в исследовательской и инновационной работе. Представители предприятий, институтов, научных центров и Союза развития наукоградов участвуют в форумах, конгрессах, выставках и конференциях, таких как «Открытые инновации», «Технопром» и других. Стала традиционной проводящаяся уже более 10 лет международная конференция «Принципы и механизмы формирования национальной инновационной системы», проходящая в Дубне.

Многие события направлены на привлечение внимания молодежи

## НАУКОГРАДЫ РОССИИ В ЦИФРАХ

13

городов

100 000

ученых,  
инженеров,  
конструкторов

210

научно-  
производственных  
комплексов

1 200 000

жителей

к науке и технике. Например, во Фрязино проводится фестиваль робототехники и программирования «Робототехникум». Для старшеклассников в наукоградах организованы различные мероприятия, такие как «Курчатовские чтения» в Обнинске, «Нобелевские лауреаты – выходцы из России» в Протвине, «Пуцинская весна» в Пущине и многие другие.

В 2021 году в наукоградах пройдут различные конгрессы и выставки. Одним из крупнейших событий станет Международный авиакосмический салон МАКС-2021, который состоится 20–25 июля в подмосковном Жуковском. С 21 июля по 10 августа в Великом Новгороде пройдет интенсив «Архипелаг-2121», организуемый Агентством стратегических инициатив (АСИ) совместно с Министерством науки и высшего образования. В мероприятие примут участие команды из наукоградов страны. В наукограде Кольцово в Новосибирской области 5–8 октября состоится международный форум OpenBio. В его рамках по традиции запланированы выставка, конференция молодых ученых, а также венчурная ярмарка, на которой участники обсудят вопросы коммерциализации идей и развитие бизнеса в сфере науки о жизни. В Бийске намечено провести ряд мероприятий по развитию кластера биотехнологий и проблем химико-энергетических технологий, а в Мичуринске – по созданию ИНТЦ «Мичуринская долина».

В наукограды приезжают не только ученые, инженеры и молодые специалисты для работы и учебы. Здесь расположены уникальные музеи, посвященные истории и развитию атомной промышленности, электроники, авиации, ракетно-космической техники и других отраслей. Наукограды привлекают внимание любителей научного и образовательного туризма и широкий круг российских и зарубежных путешественников. ■



## МЕРОПРИЯТИЯ В НАУКОГРАДАХ, СОСТОЯВШИЕСЯ В ГОД НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ

### ДЕНЬ НАУКИ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ В МРНЦ ИМЕНИ А. Ф. ЦЫБА

В начале февраля в Обнинске в Медицинском радиологическом научном центре имени А. Ф. Цыба состоялось открытие Года науки и технологий в Калужской области. Участники события обсудили перспективы развития наукограда, создание Инновационного научно-технологического центра «Парк атомных и медицинских технологий», а также комплекс вопросов на тему «Новые решения для нового времени: наука после COVID-19».

### XLV АКАДЕМИЧЕСКИЕ ЧТЕНИЯ ПО КОСМОНАВТИКЕ

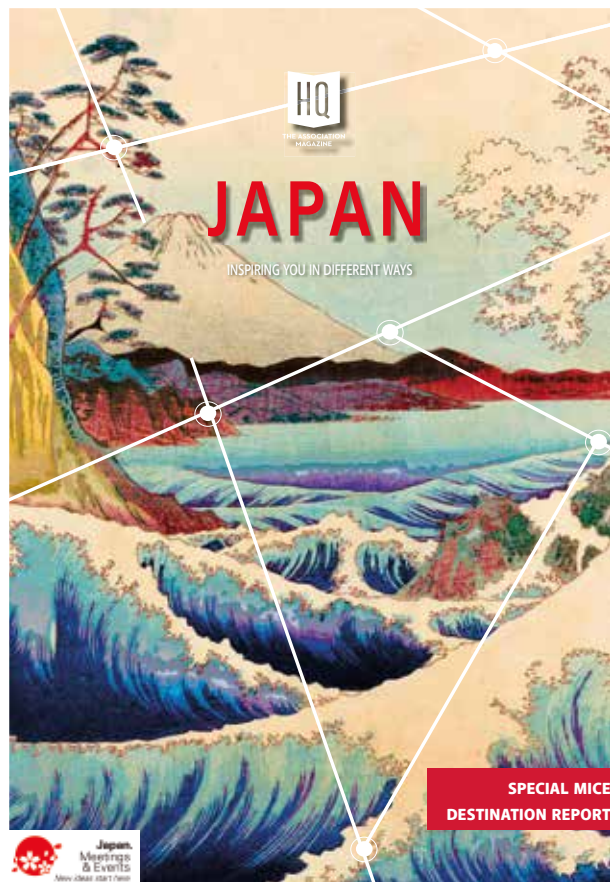
С 30 марта по 2 апреля прошли XLV Академические чтения по космонавтике, посвященные памяти академика Сергея Королева. В рамках конференции в наукограде Реутов на площадке делового комплекса «Мир» состоялась специальная сессия Секции 22 имени академика В. Н. Челомея «Ракетные комплексы и ракетно-космические системы. Проектирование, экспериментальная отработка, летные испытания, эксплуатация».

### «МИР 2021: КОНТЕКСТЫ РАЗВИТИЯ И СЦЕНАРИИ БУДУЩЕГО»

В государственном университете «Дубна» 9–10 апреля состоялась международная научная конференция «Мир 2021: контексты развития и сценарии будущего». Организаторами мероприятия выступили Российская академия естественных наук, сектор социальной философии Института философии РАН, факультет мировой политики МГУ имени М. В. Ломоносова и Союз развития наукоградов. Конференция прошла в онлайн-формате.

### 125-ЛЕТИЕ ЛАУРЕАТА НОБЕЛЕВСКОЙ ПРЕМИИ Н. Н. СЕМЕНОВА

В день рождения основателя наукограда в Черноголовке 15 апреля состоялось заседание Ученого совета Федерального исследовательского центра химической физики имени Н. Н. Семенова. В юбилейный год намечено проведение комплекса мероприятий, научных конференций, выставок и акций.



**РАССКАЗАТЬ  
О ВАШЕЙ ДЕСТИНАЦИИ  
В СПЕЦИАЛЬНОМ  
РЕПОРТАЖЕ?**

**КОНТАКТ:**

**[VIVIAN@MEETINGMEDIAGROUP.COM](mailto:VIVIAN@MEETINGMEDIAGROUP.COM)**



# HEADQUARTERS

- 44 Ивент индустрия в эпоху конечного мира
- 47 «Ощущение возрождения – вот что нужно дать людям»

# ИВЕНТ ИНДУСТРИЯ В ЭПОХУ КОНЕЧНОГО МИРА

Автор:  
*Тристан Халлер,*  
редактор журнала HQ

Сегодня мы часто слышим и соглашаемся с тем, что пандемия нанесла огромный ущерб событийной отрасли, которая непосредственно связана с туризмом. По прогнозам, активность деловых поездок может восстановиться к 2025 году, однако рассматривается и худший сценарий, когда ивент индустрия уже никогда не сможет вернуть себе утраченные позиции. По словам аналитика сектора деловых и туристических поездок Global Data Ральфа Холлистера, сегодня мероприятия проводятся онлайн без участия компаний туристического сектора. Эта тенденция вызывает беспокойство представителей всех отраслей, связанных с путешествиями: при долгом сохранении существующих ограничений и правил в деловом туризме и параллельном постепенном восстановлении

экономики в разных странах компании, участники и организаторы событий будут привыкать к проведению деловых мероприятий онлайн и относительным преимуществам такого формата. С другой стороны, по данным Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), экономический ущерб от COVID-19 чуть ли не в пять раз выше, чем после кризиса 2009 года. Масштаб последствий огромен, поскольку ивент индустрия является важнейшим фактором экономической активности в крупнейших городах мира, например, сегмент деловых мероприятий обеспечивал одну шестую часть оборотов в секторе туризма Лас-Вегаса. Порой мы забываем о положении работников этой отрасли, например, сотрудников кейтеринговых и других компаний, связанных с событийной отраслью, включая незаметных, но необходимых специалистов.



▼ Вид на пустую улицу Дотонбори в Осаке, Япония

## ЭПОХА ТУРИЗМА

Тем не менее нам нужно признать неприятную правду: деловые и обычные туристические поездки способствуют распространению болезней. Неудивительно, что отрасль, которая помогает людям перемещаться по всему свету, стала первым объектом политических ограничений в период пандемии. Однако ученые Стефан Госслинг, Даниэль Скотт и Колин М. Холл считают, что причины могут быть еще глубже: много фактов говорят о том, что вспышки коронавирусных инфекций, включая SARS, MERS и COVID-19, связаны с промышленным производством продовольственных товаров. Распространение этих вирусов, первоначально возникших в Азии, можно соотнести с индустриализацией выпуска продуктов питания и распространением заболеваний у сельскохозяйственных животных. Многие поставщики услуг в туристическом секторе закупают продовольственные товары на мировом рынке зачастую по минимальной цене, и таким образом поддерживают промышленное производство продуктов питания. Кроме того, риску передачи патогенов способствует изменение климата. Сектор туризма также является крупным источником выбросов парниковых газов и поэтому как напрямую, так и косвенно повышает риск возникновения пандемии.

Пока мы разочаровано наблюдаем за бедствиями, вызванными вирусом с варварским названием, становится понятно: наша жизнь сегодня практически полностью зависит от туризма и путешествий. Автор обязательной к прочтению книги «Весь мир в селфи» Марко Д'Эрамо рассказывает об эпохе туризма. Люди начали ездить в командировки и туристические поездки еще до промышленной революции, однако отрасль получила мощный импульс для развития после Второй мировой войны и развивалась еще стремительнее благодаря глобализации, технологическому прогрессу и деиндустриализации Запада. Туризм стал одной из ключевых отраслей экономики, которая оперирует миллиардами долларов выручки и миллионами рабочих мест, взаимодействует с многочисленными партнерами от агентств по бронированию билетов до оптовых поставщиков продовольствия, и именно из-за созданной им широкой инфраструктуры является самой неэкологичной отраслью в мире. Вместе с тем с индустрией путешествий можно связать еще одно явление, которое автор книги называет «город для туристов». Сегодня возникает необычная, присущая современности и невиданная ранее ситуация, в которой регионы существуют исключительно для туристов в ущерб местному населению, которое, по мнению автора, становится попросту ненужным своему городу. Экономика территорий больше не может нормально работать – туризм убивает город изощренней, чем трущобы и смог, изнутри высасывая из него всю жизнь. Он становится гигантским парком развлечений, напол-

ненным музеями и элитными бутиками, а районы созданы так, чтобы только путешественникам было комфортно. Рестораны и магазины здесь обслуживают приезжих, а не местных жителей. Жизнь напоминает фарс для создания местного колорита, чтобы дать туристам аутентичные ощущения, которые они стремятся получить.

## ЧТО ДЕЛАТЬ?

Что же можно сделать сегодня, когда индустрия путешествий находится в таком катастрофическом положении? Давайте сначала определимся с тем, чего совершать не следует. Самым распространенным сценарием после отмены мероприятий по всему миру стало использование информационно-коммуникационных технологий и онлайн-инструментов. «Подобно другим сегментам экономики, где цифровизация уже идет полным ходом, в 2020 году в обычную практику вошло проведение вебинаров, телеконференций и виртуальных выставок», – говорит доцент Института туризма и гостиничного менеджмента Дальневосточного университета Манилы Мария Арлене Дисимулasyon. Стремясь найти новые способы проведения событий без путешествий, города и организаторы мероприятий стали переходить в онлайн, часто используя гибридный формат. Можно ли винить их за это? Есть мнение, что такое развитие приносит пользу, способствуя сокращению вредных выбросов и ненужных поездок. Однако не все так просто – необходимо признать серьезное воздействие цифровой трансформации на окружающую среду. Даже если не учитывать проблемы виртуального общения и тот факт, что оно никогда не сможет заменить личные встречи, ученые все чаще говорят о серьезном влиянии цифровых технологий на экологию.

“ **Пока мы разочаровано наблюдаем за бедствиями, вызванными вирусом с варварским названием, становится понятно: наша жизнь сегодня практически полностью зависит от туризма и путешествий.**

гию, которое продолжает увеличиваться. «Доля углеродного следа в результате использования мобильных устройств, интернета и сопутствующей инфраструктуры оценивается на уровне 3,7% от глобальных выбросов парниковых газов, то есть сопоставимых с объемами, которые остаются в результате авиаперевозок», – объясняет научный сотрудник Ланкастерского университета Майк Хазас. – Прогнозируется удвоение этих выбросов к 2025 году». Более того, в недавнем исследовании ученых из Университета Пердью, Йельского и Массачусетского университетов отмечается, что за один час общения в Zoom и других аналогичных программах выбрасывается от 150 до 1000 г CO<sub>2</sub> в зависимости от качества видеосигнала, что сравнимо с выбросами автомобиля, проехавшего девять километров. Причем основной причиной этих выбросов является использование вебкамер.

Поэтому, возможно, было бы полезнее переключиться на поиск более долгосрочных решений и попробовать изменить привычный стиль путешествий и ведения бизнеса. Можно начать со стимулирования внутреннего туризма, однако даже здесь есть свои недостатки, как показал пример споров в Японии вокруг программы Go To Travel, которая совсем недавно была отменена. Во Франции многие жаловались на парижан, которые начали массово уезжать в пригороды, перенося с собой коронавирус, распространившийся в густонаселенной французской столице. Развитие внутреннего туризма приносит ряд преимуществ и помогает предотвратить излишнюю зависимость от глобальной экономики, однако при этом необходимо учитывать мнения и интересы местного населения. Как отмечают исследователи Хуссейн и Фусте-Форне, авторы работы о внутреннем туризме

на примере Акароа в Новой Зеландии, с появлением ответственных путешественников спокойный внутренний туризм заменит международный и массовый. Если участники рынка туристических услуг будут ставить интересы людей на первое место, то им будет проще сделать свой бизнес экологичным и устойчивым. Оживить город могут только его жители, поэтому с появлением некоей «аутентичности», когда регион слишком сильно зависит от туристов и гостей, которые приезжают туда отдохнуть или в командировку, по сути, он теряет свою душу, которую создают местные горожане.

С другой стороны, нужно признать, что ивент игроки не могут решить глубинные проблемы, которые выходят далеко за пределы этой отрасли. В конечном счете все будет зависеть от политических шагов и системных решений, поскольку причины многих факторов, которые вызвали сегодняшний кризис и привели мир к текущему состоянию, намного шире. К ним относятся, например, интенсивное сельское хозяйство, нерегулируемый оборот денежных средств, агрессивная урбанизация естественной природной среды, массовый туризм, социальное неравенство и прочее. В 1931 году французский мыслитель и поэт Поль Валери писал, что «начинается эпоха конечного мира». Фраза появилась еще до первого полета человека в космос, однако актуальна и сегодня, потому что отражает крайнюю сложность и взаимосвязанность современного мира и звучит не просто как наблюдение, а как предостережение. В условиях хаотичного и неравномерного перемещения грузовых и пассажирских потоков, когда целые страны и их бизнес вынуждены непрерывно конкурировать, происшествие в одной части света может спровоцировать глобальные последствия. К сожалению, эта теория подтверждается событиями, из-за которых гибнут люди. Но научит ли это чему-нибудь нас?







*Сегодня почти нет сомнений в том, что наша коммерческая и общественная деятельность неразрывно связана с борьбой с изменением климата. Когда в январе 2020 года была создана ассоциация Tourism Declares Climate Emergency, понятие чрезвычайная климатическая ситуация было лишь неким возможным неблагоприятным сценарием. Но с наступлением кризиса, вызванного пандемией коронавируса, он воплотился в жизнь. Tourism Declares Climate Emergency – глобальное сообщество, целью которого является содействие успешному развитию туризма за счет устойчивых мер для обновления отрасли. Журнал HQ поговорил об этом с консультантом по устойчивому туризму Джереми Смитом.*

## «ОЩУЩЕНИЕ ВОЗРОЖДЕНИЯ – ВОТ ЧТО НУЖНО ДАТЬ ЛЮДЯМ»

***Что послужило основной мотивацией для создания Tourism Declares Climate Emergency?***

Мы создали это сообщество в январе 2020 года, потому что видели неудовлетворенность и отсутствие единой позиции по реагированию индустрии туризма на изменение климата. Мы видели, как игроки других отраслей смогли выработать единую, еще сильнее упрочившуюся сегодня позицию относительно того, что мы должны делать, какую программу работы утвердить и какие поставить цели, однако, с другой стороны в туристической отрасли мы отмечали несогласованность и непоследовательность в действиях. Поэтому компаниям туристической отрасли становится сложно выбрать для себя правильную стратегию без соответствующих рекомендаций. Нам было необходимо перестать заново изобретать велосипед и найти новые способы, чтобы согласовать единую позицию в нашей отрасли. Это стало нашей ключевой мотивацией.

***Как отрасль и другие партнеры восприняли вашу миссию и программу инициативы? Насколько они открыты для сотрудничества?***

Изначально наше сообщество создали 14 учредителей, которые вошли в его состав, и в тот момент никто еще не говорил о пандемии. Основание объединения пришлось на период, когда средств и ресурсов было предостаточно, и все были нацелены на дальнейший рост, несмотря на беспокоящие многих проблемы перегруженности маршрутов

и нежелания местного населения мириться с увеличением потока туристов. На конференциях по вопросам туризма обсуждались устойчивые практики работы. А потом наступил март, и все перевернулось с ног на голову: всего через два месяца после создания сообщества, когда шла активная работа, поступали положительные отзывы, наша отрасль внезапно столкнулась с кризисом неслыханного масштаба. В марте и апреле 2020 года всех волновал лишь вопрос возврата гостей домой, и никто не мог говорить ни о чем другом. Мы начали обсуждать, что нас ждет дальше, только в середине лета. Мы обратились к членам сообщества, которых на тот момент было более 65, и все они рассказали нам, что в условиях пандемии им пришлось уделять еще больше внимания устойчивости и изменению климата. Однако теперь их положение было совсем не таким, как в январе: они потеряли деньги, ресурсы и персонал, и, несмотря на приверженность сегодня им, безусловно, требуется поддержка. Это побудило нас отойти от своих первоначальных информационных задач и преобразовать инициативу в глобальное сообщество.

***Сегодня мы живем в эпоху борьбы с изменением климата: что наша отрасль может сделать, чтобы внести ощутимый вклад в эту глобальную устойчивую программу?***

Ивент индустрия может сделать очень многое, потому что вся деятельность приостановлена и действует множество правил и рекомендаций авторитетных организаций, например, GDS Movement. К примеру, мы решили провести свою

ежегодную конференцию в Гетеборге и делаем все возможное, чтобы максимальное количество делегатов приехали на поезде для сокращения количества рейсов. Организаторы деловых мероприятий могут рассматривать более устойчивые дестинации, чтобы менять традиционные подходы и способствовать изменениям. В процессе организации размещения участников мы можем рекомендовать гостиницы, которые уделяют больше внимания борьбе с изменением климата. Здесь же стоит упомянуть активное развитие гибридного формата в условиях пандемии, когда мы можем привезти вдвое меньше спикеров, чем в прошлом году, а остальных пригласить выступить удаленно. Таким образом, мы видим, как креативность позволяет находить новые возможности в условиях ограничений. Например, в Хельсинки, который является ярчайшим примером развития экономики замкнутого цикла, вы можете нанять профессионального организатора конференций (PCO), который обеспечит возможность повторного использования 100% информационных панелей, подберет экологически ответственных подрядчиков и так далее. Десять лет назад найти организатора устойчивого мероприятия было почти невозможно, а сегодня дестинации уже конкурируют не только за снижение выбросов, но и за возможность предлагать такие решения. Представьте себе, что мы проводим мероприятие в регионе, где уважают традиции, но при этом хорошо понимают важность обновления, в городе, где можно развивать бизнес, объединить людей и совершенно по-новому представить нашу отрасль.

**Какие позитивные изменения происходят в нашей индустрии в период сегодняшней технологической революции?**

Прежде всего важно отметить снижение выбросов, которое достигается за счет виртуального участия и

сокращения объема пассажирских перевозок, отходов и использования площадей. Однако также никак нельзя забывать о пользе для общества и инклюзивности. Нужно говорить об устойчивости не только в контексте экологии, но и с точки зрения объединения общества и учета интересов людей, которые не могут выступить и добиться того, чтобы их услышали. Например, человека, такого как я, который всегда рад возможности обсудить эти темы, потому что он имеет большой практический опыт и хорошо разбирается в ситуации, очень часто приглашают на мероприятие в качестве спикера. Сегодня, если я выступаю онлайн, мое местонахождение не имеет значения: если у меня высокая скорость интернета, то я могу быть где угодно и спокойно участвовать в конференции. Кроме того, этот формат также позволяет услышать новые мнения, например, из первых уст узнать об экологических проблемах в отдельных регионах.

Думаю, что значительные изменения возможны в сегменте деловых путешествий. Мне хорошо известна ситуация в ивент отрасли: весь год мы много общаемся с коллегами в онлайн. Не имея другого выбора, мы начали принимать участие в виртуальных мероприятиях, и некоторые из них изменили мир к лучшему. То есть для меня важнейшим преимуществом является возможность высказаться.

**Как адаптировать пассажирские перевозки для соблюдения новых требований и принципов?**

Я бы выделил авиаперевозки отдельно, потому что в сегменте наземного транспорта возможностей намного больше. Поезда считают экологичным решением,

“ Представьте себе, что мы проводим мероприятие в регионе, где уважают традиции, но при этом хорошо понимают важность обновления, в городе, где можно развивать бизнес, объединить людей и совершенно по-новому представить нашу отрасль.

поэтому требуется поддержка и финансирование развития железнодорожного сектора. Нам нужно вкладывать средства в развитие зеленых видов транспорта. Железные дороги – безусловно подходящий выбор, однако также необходимо развивать инфраструктуру для электротранспорта и велосипедов. Инвестирование в создание такой системы позволяет снижать выбросы, аварийность на дорогах, способствовать здоровью общества и так далее. Для поддержки развития экологических видов транспорта, таких как поезда, велосипеды, автобусы и электромобили, необходимы субсидии и инвестиции в инфраструктуру: по мере роста сложности и загруженности сети будет увеличиваться ее эффективность. Для этого капиталовложения потребуются перенаправить из сектора авиаперевозок, особенно когда доступно удобное решение с использованием наземного транспорта. Перераспределение инвестиций может способствовать началу изменений в секторе авиаперевозок. Весной 2021 года в Швеции обсуждался закон о возможном введении в двух аэропортах налога на посадку, который будет зависеть от уровня выбросов самолетов. Таким образом, с менее экологических самолетов будет взиматься более высокий налог. Почти наверняка после пандемии государства начнут оказывать финансовую помощь авиакомпаниям, и, надеюсь, примут ряд зеленых условий. Например, чтобы получить помощь, национального авиаперевозчика могут заставить взять обязательства по повышению устойчивости для поддержки общего движения в будущем.

**Что же такое устойчивая культура организации в 2021 году?**

Я всегда очень осторожно отношусь к понятиям, которые мы используем, и меня крайне беспокоит, когда понятия искажают, подменяют и неправильно ис-

пользуют. Людям всегда было сложно разобраться в значениях термина «устойчивость». Его считают жаргоном с размытым смыслом. Как только мы скрываем значения за каким-то одним словом, они становятся ярлыками, из-за которых могут возникать разногласия. Нам нужны более универсальные понятия, которые подойдут любому. Если необходимо справиться с расизмом, то можно поговорить о климате, и наоборот. Таким образом проще достичь взаимопонимания и идти дальше. Если бы я хотел загадать желание об итогах этого года, то пожелал бы, чтобы мы говорили не об устойчивости, а об обновлении. Простой стабильности и поддержки недостаточно: нам нужно убеждать людей поверить в восстановление, возрождение, в возможность вновь сблизиться с природой, чтобы там найти источник обновления. Мы можем найти способы не только для сокращения выбросов CO<sub>2</sub>, но и для формирования нового мировоззрения. Как мне сделать место, в котором я нахожусь, лучше, чем оно было, когда я пришел туда? Нам всем приятно быть частью чего-то нового и более позитивного, и мы не должны забывать об этом в 2021 году.

#### ПРИМЕЧАНИЕ РЕДАКТОРА HQ

*Вскоре после этой беседы конгресс-бюро города Глазго, где будет проводиться Конференция ООН по изменению климата 2021 года, стало первым конгресс-бюро, которое вошло в состав Tourism Declares Climate Emergency.*

“ Нам нужно инвестировать в развитие более экологических видов транспорта.



**TOURISM DECLARES  
CLIMATE EMERGENCY**



TOURISMDECLARES.COM



## **BALTIC WEEKEND**

9-10 СЕНТЯБРЯ 2021  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

КРУПНЕЙШИЙ В ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ МЕЖДУНАРОДНЫЙ  
ФОРУМ ПО КОММУНИКАЦИЯМ, КОТОРЫЙ ЕЖЕГОДНО  
ПРОХОДИТ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ. ЗА 21 ГОД ФОРУМ  
ЗАРЕКОМЕНДОВАЛ СЕБЯ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ  
ДИСКУССИОННАЯ ПЛОЩАДКА ДЛЯ ДИАЛОГА И  
НЕТВОРКИНГА МЕЖДУ РОССИЙСКИМИ И ЗАРУБЕЖНЫМИ  
ПРОФЕССИОНАЛАМИ В ОБЛАСТИ КОММУНИКАЦИЙ.

### **ПО ВОПРОСАМ УЧАСТИЯ**

INFO@BALTICWEEKEND.COM  
8 (812) 380 00 05

[WWW.BALTICWEEKEND.COM](http://WWW.BALTICWEEKEND.COM)

# Baltic Weekend



# ЛИЦОМ К ЛИЦУ

## ВРЕМЯ ЛИДЕРОВ

- 52** Александр Стуглев:  
«Многие участники сравнили  
ПМЭФ-2021 с Первым сентября»

## ИНТЕРВЬЮ

- 62** Денис Заславский:  
«Медицинские конференции  
позволяют делиться знаниями»

## ГЕРОИ СОБЫТИЙ

- 66** Максим Бузин:  
«Дизайн помогает раскрыть  
идеи мероприятия  
и вдохновляет участников»

# АЛЕКСАНДР СТУГЛЕВ: «МНОГИЕ УЧАСТНИКИ СРАВНИВАЛИ ПМЭФ-2021 С ПЕРВЫМ СЕНТЯБРЯ»

## ФОТО:

Григорий Собченко

*Петербургский международный экономический форум всегда был эталоном проведения мероприятия. В июне 2021 года он стал еще и самым громким возвращением в событийной индустрии после ограничений, связанных с пандемией коронавируса. Главный редактор журнала CongressTime Дарья Островская встретилась с директором Фонда Росконгресс Александром Стуглевым и узнала у него, как изменился форум в новых условиях, что ждет мероприятия в будущем и какие новые проекты развивает Фонд сегодня.*

**Александр Анатольевич, предлагаю начать наше интервью с Петербургского международного форума (ПМЭФ). Как вы оцениваете его проведение? С какими ограничениями пришлось столкнуться?**

С точки зрения организации я оцениваю проведение форума как вполне успешное. В первую очередь мы обращаем внимание на отзывы наших участников, отзывы со стороны организационного комитета, на отзывы, которые мы получаем от широкого круга общественности. Несомненно, одним из самых главных вызовов для оргкомитета и для нас как оператора было проведение столь масштабного мероприятия в условиях ковид-ограничений во всем мире. На мой взгляд, все структуры, которые были задействованы в проведении форума, в том числе Фонд Росконгресс, с этой задачей справились успешно. И в Санкт-Петербурге состоялось одно из крупнейших международных событий в истории современной событийной индустрии.

**Это первое большое мероприятие такого уровня, прошедшее после пандемии не только в России, но и в мире.**

Да, оно стало первым. Были применены все необходимые технологии для обеспечения безопасности здоровья участников, в том числе ПЦР-тестирование, контроль доступа, создание определенного уровня общего иммунитета участников и прочее. Все они разрабатывались совместно с Роспотребнадзором.

**С учетом действующих ограничений международное участие сильно изменилось по сравнению с 2019 годом?**

В части спроса международное участие в 2021 году практически не изменилось. Россия сделала все возможное для того, чтобы прибытие иностранных делегатов и их пребывание на площадке ПМЭФ были комфортными. Достаточно было получить отрицательный ПЦР-тест у себя в стране до приезда в Россию. Не



было необходимости проходить карантинные мероприятия. Далее для получения права доступа на площадку форума участники сдавали ПЦР-тест в определенных Роспотребнадзором центрах. При этом созданная информационная система позволяла автоматически загружать результаты в систему аккредитации и активировать бейдж участников в случае отрицательного ПЦР-теста. Соответствующее уведомление они получали на свою электронную почту. Мы просили участников до получения результата не прибывать на площадку. Это помогло снизить риски заражения. Если вдруг кто-то получал положительный результат, он не попадал в среду тех, кто идет на площадку или едет на шаттлах.

#### **Сколько всего тестов было сделано?**

Около 60 тысяч. Из них менее 1% положительных. К сожалению, большинство таких результатов пришлось на подрядные организации в период подготовки. Для нас это создало дополнительные сложности, потому что с точки зрения застройки и организации работы положительные ПЦР-тесты закрывали целые отделы в различных подрядных организациях и приходилось искать замену. Когда мы готовили ПМЭФ, мы со всеми подрядчиками проговаривали необходимость резервирования персонала в пределах 30% и открывали им доступ по предварительной аккредитации. Но этого оказалось недостаточно. По правилам Роспотребнадзора ограничения вводятся не только к заболевшему, но и к его окружению. В результате большое количество людей было

вынуждено уходить на самоизоляцию вслед за человеком с положительным тестом.

#### **Насколько дороже стало проведение форума из-за таких мер?**

Для бюджета форума это существенные затраты. В первую очередь это непосредственные расходы на проведение тестов. Фонд Росконгресс оплачивал тестирование волонтеров, сотрудников оргкомитета, а также частично персонала подрядных организаций. Кроме того, мы ввели ПЦР-тестирование и экспресс-тестирование всех сотрудников, работающих в наших офисах в Москве и Санкт-Петербурге. Это связано с тем, что выявление даже одного из них в случае подтверждения ковида, а тем более целых отделов из-за карантинных мер, было бы для нас слишком дорогим накануне проведения мероприятия.

Участники оплачивали ПЦР-тестирование самостоятельно на тех условиях, которые определил Роспотребнадзор. Тест стоил около 1200 рублей. При этом, помимо тестирования и создания для этого необходимой инфраструктуры, важно было подготовить и организовать ИТ-решения для автоматизации получения доступа на площадку.

Мы были обязаны обеспечить всех участников средствами индивидуальной защиты – масками. Кроме того, увеличилось количество уборок залов и других объектов на площадке, изменились подходы к организации питания, для дезинфекции регулярно использовались альфа-лампы и так далее. Все это немаленькие затраты, которые оце-

ниваются не в один десяток миллионов рублей.

#### **По вашим прогнозам, что-то из этих мер останется в будущем, например, через год на том же форуме?**

Думаю, что по отношению к таким мероприятиям, как ПМЭФ, Восточный экономический форум и для событий с участием глав государств, правительств, высших должностных лиц меры сохранятся и, вполне возможно, даже расширятся за счет применения новых технологий и решений. В части обычных торговых выставок, отраслевых и научных конференций будут действовать определенные меры, которые нам известны сегодня. Это и соблюдение социальной дистанции, и выполнение определенных гигиенических процедур – обработка рук, дезинфекция помещений, использование индивидуальных средств защиты на мероприятиях.

ПЦР-тестирование возможно для участников любого мероприятия, но это достаточно большие расходы. И если для ПМЭФ были выработаны специальные условия – стоимость теста обходилась фактически по себестоимости, то для любых других коммерческих мероприятий она будет выше. Например, у нас на тестирование персонала во время форума уходило не менее 200 тысяч рублей в день.

#### **В 2021 году ПМЭФ прозвучал очень громко, в том числе были неоднозначные информационные поводы.**

Вы имеете в виду Даню Милохина, бок ягненка за 17 тысяч рублей,

**Фонд Росконгресс** – социально ориентированный нефинансовый институт развития, крупнейший организатор международных, конгрессных, выставочных, деловых, общественных, спортивных мероприятий и событий в области культуры, созданный в соответствии с решением Президента Российской

Федерации. Фонд учрежден в 2007 году с целью содействия развитию экономического потенциала, продвижения национальных интересов и укрепления имиджа России. Официальный сайт и информационно-аналитическая система Фонда Росконгресс: [roscongress.org](http://roscongress.org).





виски за 960 тысяч рублей и высокую стоимость участия?

***Давайте начнем со стоимости участия.***

Стоимость участия определялась организационным комитетом. Решение было принято с учетом того, что в 2021 году сумма расходов на проведение форума существенно возросла, а количество участников на площадке было ограничено. Нам согласовали пребывание 5000 человек на площадке одновременно по всем дням, кроме дня пленарного заседания. Соответственно, мы очень серьезно подошли к планированию количества приглашенных на мероприятие, стараясь не потерять в качестве, обеспечить заполняемость залов и создать комфортные условия для работы

на сессиях. При этом мы прекрасно отдавали себе отчет, что инфраструктуру мы должны готовить в полном объеме, вне зависимости от того будет на площадке 5000 или 500 человек.

Кстати, всем, кто оплатил регистрационный взнос в 2020 году и перенес его на 2021 год, мы, как и обещали, сохранили условия участия по ценам прошлого года. Мы благодарны участникам, которые не отзывали платежи и позволили нам за счет этих средств продолжать подготовку форума. Также по согласованию с общественной организацией «Опора России» стоимость участия в мероприятиях ПМЭФ, посвященных вопросам развития малого и среднего предпринимательства, была определена как 25 тысяч рублей. Все

остальные были приглашены на ПМЭФ с учетом новых условий, утвержденных оргкомитетом. Это 960 тысяч рублей по пакету «Премиум» и 840 тысяч рублей по пакету «Стандарт».

***На спросе такая ценовая политика сильно отразилась?***

Одна из задач повышения стоимости заключалась и в том, чтобы сократить количество регистрируемых. Из опыта прошлых лет мы знаем, что участники привозят с собой заместителей и помощников. Мы предполагали, что при повышении цены компании не будут формировать большие делегации. Однако в этих прогнозах, к сожалению, мы ошиблись. И в некоторых случаях были вынуждены уже административно

отказывать в регистрации, исходя из тех количественных показателей доступа, которые мы могли позволить для площадки. Спрос превзошел все наши ожидания как со стороны иностранных компаний, так и со стороны российских организаций. Доля платных участников от общего количества делегатов ПМЭФ составила около 25%. Всего в 2021 году участие в форуме приняли более 13,5 тысяч человек из 141 страны мира. Кстати, многие участники сравнивали форум 2021 года с Первым сентября, когда все встретились и рассказывали, как провели лето, а в нашем случае 2020 год.

**Как выглядит структура доходов форума? Сто процентов – это взносы участников?**

Это взносы участников и спонсорские взносы.

**Какое соотношение между ними?**

Около 35% – взносы участников, остальное – спонсорские средства. Бюджетное финансирование сохраняется в районе 1%. Это сопровождается решением об определении Фонда Росконгресс единственным поставщиком для Минэкономразвития России и дает возможность всем другим субъектам обеспечить свое участие без конкурса. Решение о проведении форума было принято в этом году за три месяца до его начала. Для многих органов государственной власти и госкомпаний уже было невозможно осуществить необходимые по закону процедуры по конкурсному обеспечению своего участия.

**Значит, история о проведении ПМЭФ за бюджетные деньги – это миф?**

Государственные органы власти и федерального, и регионального уровня участвуют в ПМЭФ. Расходы производятся по тем целевым направлениям, которые необходимы для обеспечения участия в форуме либо главы региона, либо

любого другого государственного служащего. Поэтому, когда СМИ сообщают, что тот или иной регион или госкомпания провели конкурс, чаще всего это относится либо к формированию выставочной экспозиции, либо к обеспечению работы делегации на форуме.

---

*В 2021 году участие в форуме приняли более 13,5 тысяч человек из 141 страны мира.*

---

**Еще одной темой для обсуждения в этом году стали приглашенные спикеры, среди которых был тиктокер Дания Милохин. Как бы вы описали, для кого и для чего проводится форум сегодня?**

Необходимо сразу отметить, что в рамках ПМЭФ, помимо основной деловой программы, работало много других дискуссионных площадок. Одной из них стал Молодежный Петербургский международный экономический форум, пленарное заседание которого привлекло большое количество просмотров в социальных сетях. Возраст его участников – 16–18 лет. Очень содержательные ребята, которые задают правильные вопросы, способные уже сейчас поставить в тупик известных ученых, предпринимателей и политиков. Это будущее мировой экономики.

Однако об этом мало кто написал подробно, потому что сегодня наша реальность подразумевает такое понятие, как хайп и зарабатывание на трендах. В данном случае Дания Милохин – продукт современной экономики. Он не появился из ниоткуда и не попал случайно на сессию

Форума креативного бизнеса, который проходил на площадке ПМЭФ. Есть совершенно определенный экономический феномен – инфлюенс-маркетинг. Инфлюенсеры производят определенные действия и активности, чтобы стать заметными. Это влечет за собой подражание, потом почитание, формируются огромная группа поклонников или фоловеров. При этом среди инфлюенсеров есть молодые люди совсем другого плана. Например, в форуме участвовал блогер Константин Заруцкий AcademeG, который создает интересные технические проекты. На ПМЭФ был представлен его автомобиль «Победа» на гусеничном ходу. Это вполне понятный продукт, который может быть масштабирован до промышленных размеров в будущем.

Повторюсь, это все продукт современной экономики. Здесь бессмысленно кого-то осуждать. Например, если банк использует инфлюенсера в своей рекламной кампании, понимая, что это привлекает новых держателей карт, то это законы рынка. Компании используют тот рекламный ресурс, который сегодня востребован их аудиторией. Что она из себя представляет – вопрос не к банку, а к тем, кто ее воспитывал. Поэтому Дания Милохин – вполне понятный механизм реализации маркетинговых задач для той или иной структуры. Точно так же, как и Моргенштерн.

**Альфа-банк привлек с его помощью 162 тысячи новых клиентов.**

Я не хочу оценивать действия Альфа-банка в данном случае, но если они находят это полезным и эффективным, то это всего лишь решение экономической задачи при помощи современных инструментов. Дальше можно обсуждать, как выглядит Моргенштерн, какие песни поет, но давайте обратимся к истории. В моей молодости были группы «Кино», «Алиса», «Аквариум», которые тоже были «неудобными» и «неправильными»

ми» для старшего поколения. И на этом тоже создавались определенные продукты – наклейки, календарики, перезаписи, футболки и так далее, которые стоили недорого. Это тоже решение экономических задач. Соответственно, мир всегда сопровождает подобного рода тренды. У молодежи есть свое представление, а взрослое поколение всегда будет воспринимать их по-другому.

**Получается, что одна из задач форума – представить такие тренды?**

Я не вижу проблемы в том, чтобы любые тренды были представлены на площадке ПМЭФ. Программный комитет и наши партнеры работают вполне сбалансированно при формировании деловых мероприятий. И я еще раз подчеркиваю, если СМИ и прочие комментаторы находят ценность только в описании участия в ПМЭФ Дани Милохина, то, значит, такие задачи они ставят перед собой и так оценивают интересы своей целевой аудитории. Как говорится, что интересует, то и находите.

К сожалению, сегодня мы часто живем по законам хайпа. Но есть и другие реалии, например, законы экономики. Написали про

бок ягненка за 17 тысяч рублей, давайте напишем про чай за 1200 рублей. А кто в театре последний раз был? Сколько там все стоит?

**Или в аэропорту.**

Да, но в отличие от аэропорта и театрального буфета, которые являются стационарными объектами и где арендаторы рассчитывают свою выручку, затраты и инвестиции в инфраструктуру на длительное время, компания, которая обеспечивала питание на ПМЭФ, для нас была партнером по организации питания только на период проведения форума. Мы предоставили для них площадку, а дальше все затраты по созданию инфраструктуры, организации питания участников, закупке продуктов и найму персонала они несли самостоятельно. При этом инвестор хочет вернуть свои средства. Естественно, что с учетом периода работы ресторана цены будут отличаться от стационарных объектов. Это законы экономики. И, конечно, там могут появиться некоторые эксклюзивные или, следуя трендам, хайповые блюда, которые значительно отличаются по цене. Никто не мешал прочитать меню и процитировать его полностью с указанием остальных позиций. Здесь

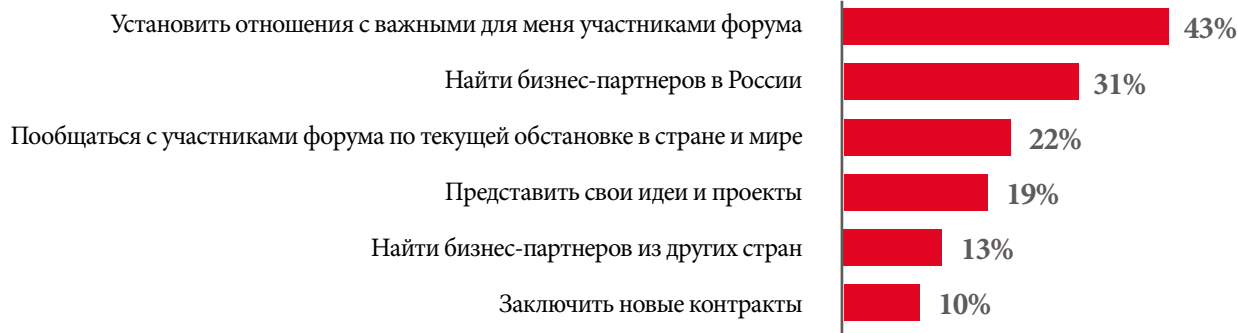
можно только посоветовать всем комментаторам более профессионально смотреть на вещи.

**Часто ПМЭФ сравнивают с Давосским форумом. Что можно по-заимствовать у коллег с точки зрения организации?**

Уверен, что и ПМЭФ, и форум, который проводится в Давосе, являются лидерами по технологиям проведения и организации участия. И в том, и в другом случае существуют высокие требования к качеству площадки, выработке мер безопасности и к логистике. На обоих форумах очень серьезно прорабатывается программа мероприятий. Формируется определенный уровень участников. Именно благодаря этому наши площадки пользуются спросом. Здесь в одном месте и в одно время можно создать для себя ту систему коммуникаций, которая в обычной жизни потребует, наверное, нескольких месяцев работы и больших организационных затрат. За это участники и платят.

По организации доступа на различные мероприятия в качестве отличия можно сказать, что на Давосском форуме применяется достаточно жесткая система

**С ЧЕМ СВЯЗАНЫ ОСНОВНЫЕ ОЖИДАНИЯ И ЦЕЛИ УЧАСТИЯ В ФОРУМЕ  
РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА УЧАСТНИКОВ ПМЭФ-2021**



Методология: онлайн-опрос участников ПМЭФ-2021.  
Источники: Фонд Росконгресс, ВЦИОМ, июнь 2021 г.

квотирования. Она привязана к цифровым технологиям, и доступ в зал осуществляется через систему, позволяющую регулировать количество людей в нем. Ни больше, ни меньше. В этом есть большой плюс по отношению ко всем участникам. Кто пришел позже, тот и не попал. Хотя в Давосе стоимость беджа и участия в целом значительно выше, чем в Санкт-Петербурге. Несмотря на суммы, которые оплачивают участники, места на всех в залах не предусмотрены. Например, если не ошибаюсь, на пленарном заседании предусмотрено 1700 мест на 3500 участников. Да, есть определенные категории – гуру события, специальные гости, докладчики, значимые партнеры Давосского форума и так далее, для которых зарезервировано 20 или 30 мест. Им предоставляется отдельный вход в зал. Все остальные участники равны по возможностям. На мероприятии есть система предварительных бронирований. Причем она тоже работает достаточно демократично. В зал по предварительной брони необходимо зайти за 10 минут до начала сессии, после этого начинается свободный доступ участников. Это, с одной стороны, обеспечивает наполняемость зала, с другой – дисциплинирует делегатов. Но такая система достаточно дорогостоящая, требующая определенных сложившихся традиций и подходов в отношениях с участниками.

Мы более лояльны к участникам ПМЭФ, стараемся максимально удовлетворить спрос на получение информации и на коммуникации, поэтому жесткого доступа в зал не вводим. Вполне возможно, что в какой-то ближайшей перспективе ввиду огромного спроса мы будем вынуждены применять цифровые технологии для входа в зал, несмотря на дополнительные затраты, которые это повлечет. Уже сейчас все сессии нашего форума можно посмотреть в записи или онлайн в реальном времени.

***Это очень удобно. Вы были одними из первых, кто создал такую систему на мероприятии.***

Мы внедрили это даже раньше Давосского форума. Все в нашей отрасли каким-то образом наблюдают за трендами, за новыми технологиями организации и проведения мероприятий для того, чтобы с каждым годом становиться лучше. Я думаю, что и система, которую мы использовали при проведении масштабного события с безопасным доступом и созданием коллективного иммунитета на отдельно взятой площадке, будет каким-то образом использована зарубежными и российскими организаторами. Мы благодарны всем, кто помог ее создать.

***Безусловно, Россия является привлекательной для организаторов мероприятий по многим параметрам, в том числе по уровню развития научных школ.***

***Существует для вас какой-то мировой эталон проведения мероприятий?***

Мероприятия Фонда Росконгресс.

***Отличный ответ. У Фонда Росконгресс очень много мероприятий. Недавно прошел туристический форум на ВДНХ, до этого было автомобильное шоу в Санкт-Петербурге. По какому принципу выбираются мероприятия для проведения? Какие***

***проекты еще планируется запустить?***

Мы настроены на развитие отраслевых проектов, стараемся работать с экспертным сообществом и органами власти. Ограничения прошлого года, перенос ключевых форумов на 2021 год дали нам возможность применить свои ресурсы к мероприятиям B2C и к мероприятиям, направленным на развитие определенных секторов экономики, которые имеют самый широкий круг потребителей. Мы поняли, что это является достаточно интересным и перспективным направлением. В партнерстве с экспертным сообществом, профессионалами, в том числе из выставочной индустрии, мы будем такие проекты развивать и дальше. У нас уже есть успешный опыт. Например, Российская энергетическая неделя. Сейчас проводим мероприятия для автомобильной индустрии, но с фокусом на технические решения, информационные технологии, законодательство и так далее.

Проекты для туристической отрасли сегодня также привлекательны. Этому способствовало перераспределение потока между внешним и внутренним туризмом. Кроме того, сами регионы достаточно активно последние годы ведут маркетинговые кампании по привлечению как соотечественников, так и иностранных туристов. В качестве примера можно привести Камчатку, Дальний Восток, Байкал и Алтай. Хотя отдых в этих регионах недешевый, точно так же, как, например, в Гренландии или Исландии.

***В продолжение разговора о туризме и о том, что появились новые возможности во время пандемии, на ваш взгляд, у событийной индустрии есть такие же шансы, как у туризма, на развитие внутреннего спроса?***

Если говорить про событийную индустрию в широком понимании этого слова, то в нашей стране есть значительные успехи. Тот



же ПМЭФ является примером успешно организованного большого события с обеспечением необходимых мер безопасности для его участников с учетом ситуации с ковидом в мире. И здесь Россия – безусловный лидер, потому что мы это сделали первыми. Все вместе. Если говорить про лидирующие позиции в каких-то количественных показателях, то во всем мире сейчас, к сожалению, событийная индустрия в лучшем случае живет в тех границах, которые

определены государством: мероприятия либо проходят внутри страны в условиях жестких ограничений, либо вообще запрещены. В связи с этим сейчас оценивать перспективы для отрасли достаточно сложно. Все будет зависеть от развития ситуации с COVID-19.

Безусловно, Россия является привлекательной для организаторов мероприятий по многим параметрам, в том числе по уровню развития научных школ,

по уровню развития медицины и медицинских технологий и так далее. У нас появилось много высокопрофессиональных и качественных конгрессно-выставочных комплексов. Например, ЭкспоФорум в Санкт-Петербурге. Можно говорить о том, что в ближайшее время в Москве произойдут серьезные изменения в этой сфере, в том числе за счет реконструкции и инвестиций в ВДНХ. Несомненно, есть качественная инфраструктура, оставшаяся как наследие после прове-

дения Олимпийских игр в Сочи, развитие событийного кластера научных и деловых мероприятий на базе университета во Владивостоке, создание инфраструктуры в Екатеринбурге, Казани, Челябинске и так далее. Сегодня Россия достойно выглядит в плане возможностей для проведения больших мероприятий.

**На ваш взгляд, что-то еще необходимо со стороны государства для поддержки отрасли?**

Я считаю, что государство может рассматривать событийную индустрию в целом как значимую отрасль для экономики России. В первую очередь из-за мультипликативного эффекта, который дают мероприятия для экономики: происходит загрузка не только событийной, но и туристической инфраструктуры, работают транспортные компании, предприятия сервисной сферы и прочие. Если говорить, например, про ПМЭФ, то его проведение в Санкт-Петербурге создает огромное количество рабочих мест в городе. Гостиницы, медицина, рестораны, музеи, театры, местный транспорт и так далее – это все малый и средний бизнес, который приносит доход и в бюджет Санкт-Петербурга.

Со стороны государства отрасли необходима информационная поддержка, законодательная база, а также содействие в части введения специальностей и создания определенных условий для получения образования по тем или иным направлениям. В плане продвижения и маркетинговой деятельности поддержка Национального конгресс-бюро тоже является важной вехой работы отрасли с государством.

Конечно, было бы правильно, чтобы поддержку могли получить и долгие инвестиции через различные институты развития, инфраструктурные объекты, конгрессно-выставочные комплексы, гостиничные кластеры, создание новых мероприятий в регионах. Недавно по линии АНО «Россия –

страна возможностей» я участвовал в конкурсном отборе событийных проектов. Мне очень понравились те инициативы, которые предлагаются их авторами. Они привязаны к разным регионам, достаточно качественные в части проработки деталей и обладают большим ресурсом для масштабирования как в нашей стране, так и на международном рынке.

**Мы очень много говорили о Фонде Росконгресс. Сегодня это не только организатор и оператор мероприятий, но и институт развития. Какова его структура?**

Сегодня Фонд Росконгресс, обладая определенным уровнем знаний, компетенций и контактов, является нефинансовым институтом развития, который не только способствует росту бизнеса компаний – участников наших форумов, но и сам готов вкладываться и интеллектуально, и финансово в развитие определенных направлений. Именно поэтому мы создали новые структуры в нашей системе.

Одна из них платформа «РК-Спорт». Спортивные мероприятия являются важной частью социальной и корпоративной культуры компаний, поэтому мы поддерживаем их организацию в рамках наших форумов. Кроме того, они способствуют неформальным коммуникациям между участниками.

Социальное направление обеспечивает наш дочерний Фонд «Инносоциум», который структурирует участие некоммерческих организаций в наших мероприятиях, создает для них коммуникационные площадки, реализует самостоятельные проекты, собирает средства на поддержку различного рода инициатив и так далее.

Фонд «РК-Инвестиции» обеспечивает взаимодействие с инвестиционным сообществом, а также создает площадки, которые позволяют стартапам и инвесторам находить друг друга.

Фонд развития экспертно-аналитической деятельности «Контакт», в работе которого Фонд Росконгресс принимает участие вместе с другими социально значимыми институтами, занимается освещением вопросов в области образования, здравоохранения, туризма и культуры. Именно эта организация отвечала за проведение проекта «ПМЭФ Юниор», мероприятия уникального формата, которое объединило более 200 российских и иностранных школьников на площадке форума. Также есть продюсерский центр «РК-Арт», проект Business Priority, проект «Экспертная группа регионов» и многие другие.

**Каким будет Фонд Росконгресс в 2030 году?**

Уверен, что Фонд как оператор и организатор мероприятий будет всегда идти чуть впереди времени, придумывать новые форматы и создавать новые смыслы. Мы будем участвовать во всех социально значимых проектах для государства в целом и для отдельных регионов, будем стараться развивать собственную школу и формировать кадровый резерв для отрасли. ■

## БЛИЦ-ИНТЕРВЬЮ

**Как выглядит ваш стандартный рабочий день?**

По-разному. У нас же нет рабочего дня в его стандартном понимании. Все время на связи.

**Где вы ищете новые идеи и вдохновение?**

В основном в наблюдениях за разными процессами, необязательно относящимися к нашей отрасли.

**Какую книгу вы порекомендовали бы нашим читателям?**

«Золотой ключик, или Приключения Буратино» Алексея Толстого. В ней очень точно описаны основные жизненные ценности, которые никто не отменял.

Фонд Росконгресс – социально ориентированный нефинансовый институт развития, крупнейший организатор международных, конгрессных, выставочных, деловых, общественных, спортивных мероприятий и событий в области культуры, созданный в соответствии с решением Президента Российской Федерации.

Фонд учрежден в 2007 году с целью содействия развитию экономического потенциала, продвижения национальных интересов и укрепления имиджа России. Фонд всесторонне изучает, анализирует, формирует и освещает вопросы российской и глобальной экономической повестки. Обеспечивает администрирование и содействует продвижению бизнес-проектов и привлечению инвестиций, способствует развитию социального предпринимательства и благотворительных проектов.

Участники из

**208** стран и территорий

**> 15 000** представителей СМИ

**> 5 000** экспертов в России и за рубежом вовлечены в аналитическую и экспертную работу

**155** соглашений с внешнеэкономическими партнерами, объединениями промышленников и предпринимателей, финансовыми, торговыми и бизнес-ассоциациями

в **75** странах мира



2–4 сентября 2021  
Владивосток, Россия

[FORUMVOSTOK.RU](http://FORUMVOSTOK.RU)



13–15 октября 2021  
Санкт-Петербург, Россия

[EAWF.RU](http://EAWF.RU)



13–16 октября 2021  
Москва, Россия

[RUSENERGYWEEK.COM](http://RUSENERGYWEEK.COM)



20–21 октября 2021  
Верона, Италия

[FORUMVERONA.COM](http://FORUMVERONA.COM)



2021  
Россия

[IDEAS-FORUM.RU](http://IDEAS-FORUM.RU)



Ноябрь 2021  
Россия

[FORUMHEALTH.RU](http://FORUMHEALTH.RU)



2022  
Сочи, Россия

[RUSINVESTFORUM.ORG](http://RUSINVESTFORUM.ORG)



2022  
Санкт-Петербург, Россия

[FORUMARCTICA.RU](http://FORUMARCTICA.RU)



2022  
Санкт-Петербург, Россия

[FORUMSPB.COM](http://FORUMSPB.COM)



24–27 октября 2022  
Санкт-Петербург, Россия

[WORLDENERGYCONGRESSRUSSIA.ORG](http://WORLDENERGYCONGRESSRUSSIA.ORG)



2022  
[SUMMITAFRICA.RU](http://SUMMITAFRICA.RU)



на русском языке  
[t.me/Roscongress](https://t.me/Roscongress)

на английском языке  
[t.me/RoscongressDirect](https://t.me/RoscongressDirect)

на испанском языке  
[t.me/RoscongressEsp](https://t.me/RoscongressEsp)

Реклама 6+

# ДЕНИС ЗАСЛАВСКИЙ: «МЕДИЦИНСКИЕ КОНФЕРЕНЦИИ ПОЗВОЛЯЮТ ДЕЛИТЬСЯ ЗНАНИЯМИ»

ФОТО:

CongressTime

Больше всего конгрессов в мире проводится в области медицины. Врачи проходят постоянное обучение в различных форматах, но конференции становятся основным источником информации об актуальных методах лечения, проведенных исследованиях и новых технологиях диагностики. При этом медицинские конференции имеют свою специфику с точки зрения процесса организации, формирования научной и образовательной программы, поддержки государства и привлечения финансирования. О том, какие факторы содействуют росту таких событий, почему не всегда врачи могут встретиться онлайн и как оценивается успешность медицинского мероприятия, обозревателю CongressTime Веронике Подвочатной рассказал доктор медицинских наук, профессор Санкт-Петербургского государственного педиатрического медицинского университета, член совета директоров Европейской академии дерматологии и венерологии EADV от России Денис Заславский.

**Денис Владимирович, какую, по вашему мнению, роль играют конференции в развитии медицинской науки и каждого врача в частности?**

Утвержденная с 2012 года Концепция развития непрерывного медицинского и фармацевтического образования в России обязывает докторов постоянно повышать свой профессионализм и накапливать новые знания в рамках специальности. Доктор обязан не только проходить образовательные курсы, но и участвовать в профильных конференциях, семинарах и мастер-классах. Такие мероприятия позволяют обновлять и актуализировать знания, подтверждать свою квалификацию на регулярных процедурах аккредитации и, в конечном итоге, продолжать вести медицинскую деятельность.

Пандемия коронавируса показала важность изучения инфекционных болез-

**Мероприятия позволяют делиться опытом и актуализировать клинические рекомендации, которые ложатся в основу лечения пациентов.**

ней. К таким видам заболеваний нельзя относиться, как к терапевтическим. Инфекции всегда возвращаются. Чтобы медицинская система была готова к

новым вспышкам, недостаточно иметь только лишь обширный коечный фонд. Необходимое количество коек можно оперативно развернуть в мобильных госпиталях и больницах-трансформерах. Однако на подготовку врачей уходят десятилетия. Одно поколение готовит следующее на основе знаний, накопленных их учителями. Мероприятия позволяют делиться опытом и актуализировать клинические рекомендации, которые ложатся в основу лечения пациентов.

**Что способствует развитию медицинской конференции?**

Подавляющее количество ключевых сегодня медицинских мероприятий начиналось с инициативы узкого круга единомышленников. Затем маховик раскручивается, и о событии узнает все больше людей. Авторитет организаторов конференции в профессиональ-





ной среде играет в этом деле ключевую роль. Например, авторитет выдающегося венеролога Вениамина Тарновского, активно участвовавшего в организации XII Международного медицинского конгресса в Москве в 1897 году, позволил привлечь на мероприятие 8200 участников, почти две трети из которых были иностранными делегатами.

Помогает развитию таких событий и государственная поддержка. Российское общество дерматовенерологов и косметологов было зарегистрировано на государственном уровне первым в мире – в 1885 году. С тех пор органы власти тем или иным образом поддерживают конференции нашего общества. Всероссийский съезд дерматовенерологов и косметологов включен в план научно-практических мероприятий Министерства здравоохранения Российской Федерации на 2021 год. В этом случае организацию мероприятия берет на себя Минздрав, принимая участие в тематических секциях и круглых столах. Кроме того, он в свою очередь просит региональные профильные министерства и комитеты поддерживать событие и направить докторов со всей России для участия в съезде.

**Какую медицинскую конференцию можно назвать успешной? К чему стоит стремиться организаторам?**

Критерии зависят от особенностей специальности. Такие разделы медицины, как дерматология и косметология, неотделимы друг от друга. Тем не менее, ключевые мероприятия в этих областях – Всероссийский съезд дерматовенерологов и косметологов и Ассамблея эстетической медицины и трихологии – отличаются друг от друга по многим параметрам.

Включение конференции в план научно-практических мероприятий Министерства здравоохранения Российской Федерации – несомненный показатель значимости события. Участвуя во Всероссийском съезде дерматовенерологов, врачи могут получить те самые заветные кредиты Непрерывного медицинского образования (НМО), так необходимые для прохождения аккредитации. Однако в этом случае у оргкомитета сокращаются возможности

для интеграции спонсоров – фармацевтических компаний, производителей медицинских изделий, в том числе медицинского и лабораторного оборудования. Становится гораздо сложнее встроить доклад от представителей предприятий и фирм в научную сетку. Участие для врачей в такой конференции обязано быть бесплатным. Чтобы снизить расходы на организацию мероприятия, площадку для его проведения обычно предоставляют институты и научные центры.

### *Поддержка государства чрезвычайно важна для развития медицинских конференций.*

Помощь косметолога не входит в перечень услуг, оказываемых в рамках обязательного медицинского страхования и в программе госгарантий, и по этой причине участие в Ассамблее эстетической медицины и трихологии не поощряется в рамках системы НМО. В связи с этим оно является платным, и оргкомитет может свободнее взаимодействовать со спонсорами. Поддержка медицинских компаний позволяет арендовать для проведения Ассамблеи выставочный центр или конгрессный зал в отеле, приглашать признанных специалистов из-за рубежа в качестве спикеров, вести просветительскую работу с населением. Например, в 2018 году к проведению Ассамблеи в Омске была приурочена художественная выставка, посвященная медицине в искусстве. Ее участниками становились дети и подростки. Возможно, благодаря этой выставке кто-то из них захочет стать врачом в будущем. В подобные проекты мы вкладываем большую часть средств, полученных от спонсоров.

**Существуют ли количественные показатели успеха медицинской конференции?**

Об успехе научного мероприятия лучше всего говорит число делегатов и его рост год от года. Для доктора участие в конференции подразумевает отсутствие на рабочем месте и массу бюрократических проволочек в связи с этим. Каждый участник – подтверждение ценности мероприятия. В нашей среде говорят так: «Врачи голосуют ногами».

Еще один важный критерий значимости научной конференции – это след, который она оставляет в системе организации медицинской службы. Обычно по итогам проведения мероприятия наиболее значимые тезисы или даже тексты всех докладов публикуются в научных журналах, на них начинают ссылаться в диссертациях и других научных трудах. Высокий индекс научного цитирования материалов конференции по оценке Российского индекса научного цитирования (РИНЦ), а также таких систем, как Scopus и Web of Science, свидетельствует о том, что организаторы старались не зря.

Важным условием является участие в мероприятиях молодых ученых, аспирантов. На конференции появляется уникальная возможность обсудить перспективу планируемой работы, лично получить совет и рекомендации ведущих дерматовенерологов. Обязательно нужно мотивировать новое поколение врачей наградами и стажировками.

**Какие барьеры сегодня тормозят развитие российских научных конференций в сфере медицины?**

В 2021 году одним из таких препятствий определенно стала новая коронавирусная инфекция COVID-19. И дело не только в ограничениях на проведение мероприятий. Врачи заняты, они лечат людей. И онлайн-мероприятия не панацея, ведь многие доктора работают руками, им необходимо прочувствовать, увидеть собственными глазами необходимые манипуляции. В онлайн нельзя научить лечению зубов, пальпации кожных элементов сыпи или забору мазков.

В области дерматовенерологии важным фактором, замедляющим рост мероприятий, является узость рынка дерматологических и косметологических средств отечественного производства.



Сравнительно небольшое количество российских фармакологических компаний готово поддерживать проведение научных конференций. Вместо того чтобы напрямую взаимодействовать со своей фокусной группой – врачами, производители предпочитают вкладываться в рекламу. Кроме того, мешает сложность документооборота. Даже на подписание партнерских соглашений тратятся месяцы.

Поддержка государства чрезвычайно важна для развития медицинских конференций. Но в первую очередь власти поддерживают конференции по направлениям, напрямую связанным с прибылью и убылью населения, например, онкологией, кардиологией и педиатрией. Однако, на мой взгляд, ошибочно смотреть только на показатели смертности. От дерматологических заболеваний значительно страдает качество жизни человека. Согласно последним исследованиям, на лечение атопического дерматита, одного из самых распространенных кожных заболеваний среди детей, семья в среднем тратит 50 тысяч рублей.

Только в 2019 году было выявлено 466 тысяч детей с атопическим дерматитом, а ведь это только те, кому поставили диагноз впервые. Кожные заболевания ударяют по карману каждой из этих семей, и как следствие, влияют на экономику страны.

***Каким вы видите будущее медицинских научных конференций в России? Какие изменения необходимы для роста числа международных участников?***

В настоящий момент существует проблема несоответствия перечней образовательных элементов непрерывного образования в России и за рубежом. Проще говоря, наши иностранные коллеги не получают за участие в российских мероприятиях баллы в рамках принятых в их странах систем. Согласование систем и списков мероприятий определенно повысит интерес докторов из других стран к российским научным событиям. Также этому помогает работа с брендами – территорий, медицинских сообществ и их представителей. В этом направлении работает Комитет

по развитию туризма Санкт-Петербурга и Конгрессно-выставочное бюро Санкт-Петербурга с его программой амбассадоров города. Еще одним фактором может стать облегчение визовых барьеров. Практику уже зарекомендовавшего себя безвизового въезда в Россию для участников международных спортивных соревнований стоит распространить на делегатов научных мероприятий. Именно визы являются главной головной болью для наших иностранных коллег, планирующих принимать участие в научных конференциях. Наконец, поднять значимость российских медицинских мероприятий позволит повышение уровня владения иностранными языками. Отчасти эту проблему снимает синхронный перевод, однако сегодня международным средством общения между докторами является английский, хотя в прошлые века были французский и латынь. Скорее всего, в ближайшем будущем эта роль перейдет китайскому языку, но, кто знает, быть может однажды врачи всего мира будут использовать для общения со своими коллегами русский. Я верю, что это время наступит. ■

# МАКСИМ БУЗИН: «ДИЗАЙН ПОМОГАЕТ РАСКРЫТЬ ИДЕИ МЕРОПРИЯТИЯ И ВДОХНОВЛЯЕТ УЧАСТНИКОВ»



## ФОТО:

Григорий Собченко, из архивов саммитов стран БРИКС и ШОС – 2015, XIX Всемирного фестиваля молодежи и студентов

*По разным данным, от 60 до 80% информации мы воспринимаем с помощью зрения, и потому оформление и дизайн играют важную роль в формировании общего впечатления от мероприятия. В то же время большая часть работы дизайнеров скрыта от глаз участников и организаторов. Как создаются образы для оформления события, какие тенденции существуют в дизайне мероприятий и чем фирменный стиль для события отличается от оформления пакета для молока – об этом обозревателю CongressTime Веронике Подвочатной рассказал дизайнер и креативный директор визуально-коммуникационной группы DesignDepot Максим Бузин.*

**Для каждого мероприятия заказчикам нужен уникальный, узнаваемый и подходящий стиль. Где дизайнеры ищут образы, которые становятся основой оформления события?**

Любой проект начинается со сбора информации. Дизайнеры изучают специфику мероприятия, его аудиторию, задачи организаторов, их видение миссии события. Мы строим планы здания, прокладываем пути движения потоков от вокзалов до площадки проведения события и до отеля. Дизайнер должен заранее проанализировать, на каких носителях появится оформление, и какие каналы коммуникации будут использоваться для продвижения. Только после этого мы приступаем к формированию концепции – поиску цветовых решений, графических элементов, шрифтов. Обычно в итоге мы представляем заказчику несколько вариантов.

**То есть ваша работа заканчивается, когда начинается основная подготовка к мероприятию?**

Это не так. Дизайнер также обеспечивает авторский надзор на производстве, чтобы все конструкции и визуальные решения были смонтированы должным образом. Иногда приходится вмешиваться, чтобы результат оказался идеальным. Но даже и после официального старта мероприятия мы остаемся вклю-

ченными в процесс. Порой оформление события меняется несколько раз за время его проведения, и дизайнеры следят за тем, чтобы каждый элемент, каждая табличка навигации были на своем месте в нужный момент.

**Для участника мероприятия одной из главных ценностей события являются впечатления, а дизайн помогает их создавать.**

**Чем принципиально отличается задача по поиску стиля оформления мероприятия от задачи по придумыванию упаковки продукта, который можно поддержать в руках, например, пакета для молока?**

Покупатель молока в первую очередь приобретает продукт, а уже потом его упаковку и эмоции, которые она дарит. Напротив, для участника мероприятия одной из главных ценностей события явля-

ются впечатления, а дизайн помогает их создавать.

Кроме того, в основе разработки стиля для события лежит скорее дизайн пространства, а не дизайн продукта. Важно отразить особенности локации, выбранной для проведения события, архитектурный стиль площадки, особенно если она сама обладает особой культурно-исторической ценностью.

**Выходит, что дизайн напрямую влияет на эффективность мероприятия?**

Безусловно, так как одна из задач дизайнера – вовлечь участников в активности мероприятия, мобилизовать их и настроить на взаимодействие друг с другом. Плохое оформление мешает участникам сосредоточиться на событии. В таких случаях ситуацию не спасет даже интересная программа, участники будут думать только о буфете.

**Как зависит оформление от задач мероприятия?**

У каждого события свои цели. На международном форуме важно показать страну его проведения и призвать к сотрудничеству. Фестивали существуют для того, чтобы нести радость и эмоции. Эти цели мы стремимся донести визуальными метафорами. Оформление помогает создать нужную атмосферу



и позитивное настроение у всех – участников, обслуживающего персонала и представителей медиа. На СМИ и блогеров особенно важно произвести правильное впечатление, поскольку журналисты транслируют заложенные в оформлении смыслы на аудиторию своих изданий и каналов. Поэтому мы продумываем, как мероприятие будет выглядеть в кадре, заранее учитываем возможные ракурсы и освещение.

**Стоит ли консультироваться с дизайнером перед выбором площадки для мероприятия? В каких местах легче всего работать?**

Хороший дизайнер справится с особенностями любой локации и сможет найти такие идеи, которые будут скрывать ее минусы и выделять достоинства. Гораздо важнее инфраструктура и коммуникация с персоналом площадки. Большая удача, если ее персонал открыт к совместной работе с дизайнером, готов предоставить планы здания и вообще обладает достаточным опытом в проведении событий. Тогда задачи по оформлению будут решены на высшем уровне вне за-

висимости от того, музей это, концертный зал, конгрессный центр или лофт.

---

*В дизайне нет табу на какие-то определенные цвета или решения, как нет сегодня и общего стиля, который довлеет в оформлении.*

---

**Какие тренды существуют в оформлении мероприятий?**

В дизайне нет табу на какие-то определенные цвета или решения, как нет сегодня и общего стиля, который довлеет в оформлении. Даже грубый неотесанный стык может выглядеть интересной дета-

лю, если его правильно обыграть. Например, грузовые поддоны становятся основой для оформления сцены, а сувенирную продукцию изготавливают из переработанных материалов. Это не портит впечатление от мероприятия, а напротив, позволяет организаторам говорить об экологичности своих подходов.

Главным трендом дизайна мероприятий стала их диджитализация. С течением времени на событиях появляется все больше электронных носителей, чаще используются приложения, применяются технологии 3D-маппинга, дополненной реальности. Поэтому перед дизайнером стоит задача создать такое оформление, которое поможет объединить цифровое пространство мероприятия вместе с материальной локацией, площадкой и ее залами.

**Расскажите о событиях, для которых разработка фирменного стиля была особенной интересной задачей.**

Одним из таких проектов, конечно, стала работа для саммитов

стран БРИКС и Шанхайской организации сотрудничества (ШОС), которые состоялись в Уфе в 2015 году. Важно понимать, что это были два самостоятельных мероприятия, проходившие параллельно, и мы разработали идентичку, которая объединяла их, а также учитывала особенности Уфы как места проведения. В оформлении саммита БРИКС мы использовали композицию из цветных линий, которые складывались в блоки. Это подчеркивало деловой характер мероприятия, но в то же время отсылало к созвучию его названия со словом bricks (англ. – кирпичи) и образу строительства мировой экономики. На саммите ШОС обсуждались вопросы сотрудничества стран в области обороны. Для него мы подобрали оформление в сдержанных оттенках синего цвета и использовали нейтральные фактуры. Объ-

единяющим элементом стали узор, вдохновленный национальными башкирскими мотивами, и цвета флага Республики Башкортостан. Оформление в итоге получилось свежим, аутентичным и разнообразным. В дальнейшем дизайн этих событий стал отправной точкой для формирования территориального брендинга региона.

Еще одним любопытным кейсом была разработка фирменного стиля для XIX Всемирного фестиваля молодежи и студентов, который прошел в 2017 году в Сочи. Наша страна принимала это событие в третий раз, и нам было важно подчеркнуть преемственность, а также донести идеи объединения, перспектив и стремления к добру. Основным стал элемент, состоящий из профилей молодых людей разных национальностей, а его центром – образ голубя, символа

мира. Также был разработан паттерн из волнообразных линий, отсылающий к ландшафту Сочи. Он не только помог обыграть специфику территории, но и пригодился в случаях, когда требовалось оформление более нейтрального характера. Например, при съемках видео или в случаях, когда лица людей использовать было неуместно. Мы применили разные цвета для зонирования пространств разной направленности, чтобы помочь участникам ориентироваться на местности. А еще одним символом выступил белый мишка, он стал маскотом мероприятия. Можно было бы выбрать для этой цели голубя, но мы отказались от такой идеи. Ростовые куклы в форме птицы выглядели бы слишком странно. Зато голубь отлично смотрелся на сувенирной продукции, которую участники увезли с собой на память. ■



**VI Форум Event LIVE**



**#EVENTLIVE**

**FORUM.EVENT-LIVE.RU**

**ФОРУМ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ  
ИВЕНТ ИНДУСТРИИ  
И ИХ ЗАКАЗЧИКОВ**

Не смогли посетить Форум?  
Получите доступ к видеозаписям деловой  
программы Форума Event LIVE 2021



РЕКЛАМА

ПО ВОПРОСАМ ПОЛУЧЕНИЯ ДОСТУПА К ДЕЛОВОЙ ПРОГРАММЕ ФОРУМА EVENT LIVE:

**ЕЛЕНА КАРПОВА**  
**Тел. +7 921 977 82 32**  
**sales@event-live.ru**





## СТРАТЕГИИ

- 72** Всемирная выставка объединит умы человечества
- 78** Цифровой нетворкинг на мероприятии: дружить нельзя платить

## КОНСУЛЬТАЦИЯ

- 82** Как правильно организовать фам-трип
- 86** Геймификация и игровые механики мероприятий
- 90** Десять шагов к трансформации бизнеса в новой реальности

# КОНГРЕССЫ КАК БИЗНЕС

## НЕКОНГРЕСС

- 92** Собрание сочинений: зачем туристам ехать в провинцию

## ТЕХНОЛОГИИ

- 96** Цифровой формат: экстренное решение или новая нормальность

# ВСЕМИРНАЯ ВЫСТАВКА ОБЪЕДИНИТ УМЫ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА



## АВТОР:

*Дмитрий Михайлов,  
генеральный директор  
АНО «Национальный выставочный  
оператор»*

## ФОТО:

*Expo2020dubai.com, ВДНХ*

---

*В октябре в Дубае откроется Всемирная универсальная выставка ЭКСПО-2020. Впервые такое мероприятие проводится в регионах Ближний Восток, Северная Африка и Юго-Восточная Азия (MENASA). Выставка в Дубае обещает стать одним из самых масштабных событий в истории ЭКСПО – в ней примут участие более 190 стран. Организаторы прогнозируют, что выставку посетят около 25 млн человек. Это будет одно из первых глобальных офлайн-мероприятий с начала пандемии COVID-19. Россия представит на ЭКСПО оригинальную концепцию навильона, который поразит воображение посетителей архитектурой и экспозицией.*

---



## ЭКСПО – КОМУ ЭТО ВЫГОДНО?

Почему страны борются за право принять у себя Всемирную выставку? Какое влияние оказывает ЭКСПО на экономику принимающих стран? Ответить на эти вопросы однозначно нельзя, а точный подсчет затруднителен. Есть очевидные показатели, такие как количество проданных билетов и мультипликативный эффект для туристической отрасли. Но страны, принимающие ЭКСПО, ставят перед собой и другие цели. В их числе стремление продемонстрировать экономические достижения, привлечь инвестиции, предложить варианты решения глобальных проблем.

Традиция проведения международных выставок зародилась в середине XIX века. Примером послужил опыт французских национальных экспозиций. Первая Всемирная выставка открылась 1 мая 1851 года в Лондоне под названием «Всемирная выставка промышленных работ всех народов». Для ее проведения в Гайд-парке построили Хрустальный дворец – гигантское сооружение из стекла и железа. Первую Всемирную выставку посетили 6 млн человек.

С 1928 года организацию и проведение ЭКСПО контролирует Международное бюро выставок (BIE) со штаб-квартирой в Париже.

**«Национальный выставочный оператор»** – автономная некоммерческая организация, созданная для предоставления услуг в сфере конгрессно-выставочной деятельности. Его единственным учредителем является Государственная корпорация «Ростех». «Национальный выставочный оператор» – единственный исполнитель государственного контракта, связанного с реализацией участия Российской Федерации во Всемирной универсальной выставке ЭКСПО-2020.

Существует два вида выставок – всемирные и специализированные. Первые носят универсальный характер, проводятся раз в пять лет и длятся до полугода. Специализированные выставки проводят в сроки между ними. Они ограничены более узкой тематикой, менее масштабные и не такие продолжительные.

Несмотря на то, что сегодня демонстрация технических достижений отходит на второй план, страны стремятся показать свою роль в решении глобальных проблем человечества, используют ЭКСПО как инструмент территориального брендинга. Исследование группы Tjaco Walvis показало, что на выставке в Ганновере в 2000 году 73% стран главной целью своего участия видели улучшение имиджа государства.

В истории ЭКСПО есть неудачи и примеры успеха. После Ганноверской выставки на построенные здания не нашлось покупателей, и Германия понесла существенные экономические убытки. Наиболее успешным проектом эксперты выставочной отрасли считают ЭКСПО-2010 в Шанхае. Помимо значительного дохода от рекордного количества посетителей – 73 млн человек, город улучшил жилую, деловую и транспортную инфраструктуру. И сегодня страны вновь стремятся выиграть право проведения Всемирной выставки так



же, как и других мировых событий, таких как Олимпиады или чемпионаты мира по футболу.

За всю свою историю ЭКСПО ни разу не проходила в нашей стране. Первая попытка провести Всемирную выставку в России в 1893 году не реализовалась из-за финансовых и политических проблем. В 1950-х СССР добился права проведения ЭКСПО, приурочил событие к 50-летию Октябрьской революции, но потом отозвал заявку. В новейшую эпоху Москва уступила в борьбе за право проведения ЭКСПО-2010 Шанхаю, а Екатеринбург дважды выставлял заявку, но в итоге ЭКСПО-2020 пройдет в Дубае, а ЭКСПО-2025 в Осаке.

В 2021 году правительство России подало заявку в Международное бюро выставок (БВЕ) на право проведения в Москве ЭКСПО-2030. Темой российского ЭКСПО в случае победы столицы станет «Прогресс человечества. Общее видение гармоничного мира». Предполагаемая площадка для проведения выставки располагается в Новой Москве рядом с аэропортом Внуково.

## РОССИЯ НА ВСЕМИРНЫХ ВЫСТАВКАХ

Наша страна всегда принимала самое активное участие во Всемирной выставке, ее павильоны были посещаемы и привлекали внимание яркими и необычными архитектурными решениями, а экспозиции демонстрировали передовые для своего времени технические достижения.

В XIX веке Российская империя знакомила посетителей с русской культурой, павильоны были стилизованы под избы, боярские хоромы и Московский Кремль, в них представили платки, меха, посуду, ювелирные изделия. С начала XX века центральное место в экспозициях заняли промышленные изделия. На Парижской выставке 1900 года был представлен проект Транссибирской железной дороги, за достижения в области радиосвязи золотой медалью был

## ИСТОРИЯ ВСЕМИРНЫХ ВЫСТАВОК

С 1851 года состоялось более 50 международных выставок. За это время ЭКСПО прошла три периода своего развития.

**Индустриальная эпоха (1851–1938 годы).** В этот период выставки демонстрировали главным образом технологические достижения различных стран. На Всемирной выставке впервые были представлены швейная машинка, телефон Белла, печатная машинка Remington, кетчуп Heinz, фонограф Эдисона, неоновые лампы,

фильмы со звуком, дизельный двигатель, цветная фотография и нейлон.

**Эпоха культурного обмена (1939–1987 годы).** Начиная со Всемирной выставки в Нью-Йорке 1939 года, экспозиции стали посвящать вопросам будущего человечества. Тогда это нашло отражение в теме «Построить мир будущего». Затем темами выставок были «Более гуманный мир» (1958 год), «Прогресс и гармония для человечества» (1970 год). В этот период страны стремятся представить, помимо технических, цивилизационные,

культурные достижения и видение, как достичь лучшего будущего.

**Эпоха национального брендинга (с 1988 года по настоящее время).** В последний период развития ЭКСПО акценты все больше смещаются в сторону глобальных вопросов: «Новый путь к развитию» (1993 год), «Океан: наследие будущего» (1998 год), «Человечество. Природа. Технология» (2000 год), «Вода и устойчивое развитие» (2008 год), «Лучший город, лучшая жизнь» (2010 год).

награжден изобретатель Александр Попов, а за проект Красноярского железнодорожного моста – инженер Лавр Проскураков.

Участие СССР в Парижской выставке 1925 года стало одним из первых актов культурного обмена между СССР и Францией. Тогда советский павильон, построенный из дерева, был одним из самых популярных и простоял в Париже до середины 1950-х годов. На выставке 1937 года СССР представил один из крупнейших комплексов, который венчала скульптура «Рабочий и колхозница» высотой 24 м. В то время павильон СССР поделил главный приз с Германией.

В 1939 году на выставке в Нью-Йорке экспозиция Советского Союза разместилась на площади 12 тысяч м<sup>2</sup>. В павильоне был представлен фрагмент станции московского метро «Маяковская», а также самолет Валерия Чкалова, на котором он совершил перелет через Северный полюс.

Необычность архитектуры и оригинальность конструкции советского

павильона, который назвали «Парфеноном из стали и стекла», были отмечены на ЭКСПО 1958 года в Брюсселе. На выставке СССР показал копию первого искусственного спутника Земли, а число посетителей экспозиции Страны Советов превысило 30 млн человек.

На выставке 1967 года в Монреале павильон СССР также был одним из самых посещаемых. С экспозицией познакомились 13 млн человек. Павильон называли «Хрустальным дворцом» или «Летающей крышей». По окончании выставки сооружение привезли в Москву и поставили у северного входа ВДНХ. В честь ЭКСПО-1967 он получил название «Монреальский». На выставке в Осаке в 1970 году СССР вновь представил монументальный павильон площадью 25 тысяч м<sup>2</sup>, стилизованный под красное знамя.

В последующем советские и российские павильоны на ЭКСПО были уже не столь грандиозными, но в числе наиболее посещаемых, а экспонаты неизменно приковывали внимание. В 1975 году в Окинаве Советский

Союз показал первую в мире крупномасштабную карту Мирового океана. В 1993 году в Тэджоне посетители павильона нашей страны увидели макет орбитального космического комплекса «Мир», в 1998-м в Лиссабоне – стартовый комплекс для запуска космических ракет с экватора, а в 2005-м в Нагое – макет космического корабля многоразового использования «Клипер».

### ПЕРВАЯ ВСЕМИРНАЯ ВЫСТАВКА НА БЛИЖНЕМ ВОСТОКЕ

Не будет преувеличением сказать, что ЭКСПО в Дубае – одно из наиболее ожидаемых международных событий 2021 года. Мир измучен пандемией, изоляцией, ограничениями на путешествия, отсутствием тесного человеческого общения. Организаторы мероприятий устали от отмен и переносов запланированных конгрессов, выставок и спортивных соревнований. Поэтому ход подготовки открытия ЭКСПО-2020 сегодня приковывает пристальное внимание. Наблюдая за этим процессом, можно





сказать, что выставка обещает стать одной из самых масштабных. Организаторы и участники прилагают большие усилия, чтобы сделать это событие запоминающимся, насыщенным деловыми и культурными программами, принимаются самые серьезные меры, чтобы посещение выставки было безопасным и комфортным.

Дубай выиграл право проведения ЭКСПО-2020 по итогам голосования на Генеральной ассамблее Международного бюро выставок 27 ноября 2013 года в Париже. Тема выставки: «Объединяя умы, создаем будущее». Событие должно было состояться в период с 20 октября 2020 года по 10 апреля 2021 года. В связи с пандемией COVID-19 выставка была перенесена, такое решение принято впервые в истории ЭКСПО. Чтобы сохранить бренд, организаторы решили сохранить название. В итоге ЭКСПО-2020 распахнет свои двери для посетителей 1 октября 2021 года и завершится 31 марта 2022 года.

Масштабность событию придает тот факт, что в период проведения

выставки в ОАЭ будет проходить грандиозное празднование 50-летия со дня основания Объединенных Арабских Эмиратов, на которое будут приглашены лидеры государств, международных организаций и делового сообщества со всего мира.

ЭКСПО-2020 развернется на территории площадью 438 га между городами Дубай и Абу-Даби. Центральную площадь Аль-Васл окружают три тематических района: «Возможность», «Мобильность» и «Устойчивость».

Особое внимание организаторы ЭКСПО-2020 уделяют деловой программе. Планируется проведение более 200 мероприятий, которые разбиты на 11 тематических недель: «Климат и зеленая экономика», «Освоение космоса», «Развитие городской среды», «Толерантность и мультикультурализм», «Золотой юбилей ОАЭ», «Знания и образование», «Туризм и путешествия», «Глобальные цели», «Медицина и здравоохранение», «Продовольствие» и «Вода». Кроме того, во время ЭКСПО-2020 пройдут глобальные международные мероприятия, такие как Всемирный

исламский экономический форум, UN HABITAT Forum, World Wildlife Forum и другие.

«Всемирная выставка – это событие, которое поможет понять, каким станет наше будущее и как нам его построить. Сегодня как никогда необходимо объединяться не только на уровне государств, но и простым людям. Всемирная выставка позволит нам общаться и вновь почувствовать дух сотрудничества, – отметила государственный министр Объединенных Арабских Эмиратов по международному сотрудничеству, генеральный директор ЭКСПО-2020 в Дубае Рим Аль Хашими, выступая на Петербургском международном экономическом форуме (ПМЭФ-2021). – Конечно, технологии играют важнейшую роль в объединении людей, но они не в состоянии сделать то, что может дать выставка. Экспозиция будет работать полгода, и у нас появится больше времени и возможностей для того, чтобы понять друг друга. Говоря о взаимопонимании между людьми, я имею в виду, что ничто не может заменить общение лицом к лицу. Это путешествие, которое нужно совершить вместе. Мы видим,

что представители более 90 стран, заявивших об участии в ЭКСПО-2020, осознали, что мир изменился и сегодня появляются новые возможности для коммуникации».

По оценке организаторов ЭКСПО-2020, проведение выставки приведет к созданию 277 тысяч новых рабочих мест и привлечет в экономику региона около \$40 млрд. Около 80% объектов выставки будут сохранены и продолжают функционировать как Дистрикт-2020, где будет реализована программа развития малого предпринимательства Scale2Dubai.

### РОССИЯ О ТВОРЧЕСКОМ ПОТЕНЦИАЛЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО РАЗУМА

Тема российского участия в ЭКСПО-2020 – «Творческий разум: определяя будущее». Она созвучна главному послыу выставки в Дубае и говорит о созидающем потенциале человеческих разумов, демонстрирует Россию как один из мировых интеллектуальных, креативных центров, открытых для сотрудничества на благо общего будущего.

Павильон расположен в тематическом районе «Мобильность». Его ориги-

нальный архитектурный образ, разработанный архитектором Сергеем Чобаном, олицетворяет идею постоянного движения как залога успешного развития. Здание представляет собой купольный объем, внешняя часть которого покрыта множеством переплетенных разноцветных трубок-нитей. Создается впечатление, что они не имеют ни начала, ни конца, символизируя бесконечный процесс познания, стремительность ускоряющегося прогресса и непрерывное движение вперед. Павильон России станет одним из крупнейших на выставке – его площадь составит около 3600 м<sup>2</sup>, высота – более 26 м.

Внутренняя экспозиция, получившая название «Механика чуда», построена вокруг грандиозного центрального экспоната и расскажет о пяти формах человеческого разума – «Познающий», «Созидающий», «Социальный», «Эмоциональный» и «Культурный». Как отметил Генеральный комиссар российской секции на ЭКСПО-2020, заместитель министра промышленности и торговли Российской Федерации Алексей Груздев, экспозиция продемонстрирует, как творческий разум находит свое проявление в каждой сфере жизни человека. Она расскажет о достижениях российских ученых в области

исследования человеческого разума, покажет инновационный и созидательный потенциал России и познанием посетителей с последними достижениями российской креативной индустрии.

Также Россия представит на выставке обширную деловую программу, которая будет включать мероприятия на разнообразные темы, такие как освоение космоса, образование, достижения женщин в современном мире, сельское хозяйство, туризм, культура и искусство. В рамках культурной программы на площадке пройдут фестивали балета, русского фольклора и современной музыки, детский фестиваль, оригинальные художественные проекты. Впервые по инициативе России в рамках ЭКСПО-2020 состоится международный шахматный турнир. В павильоне пройдут дни поэзии, лекции по русской культуре и истории кинематографа страны. Кульминацией станет празднование Национального дня России 4 декабря 2021 года, к которому приурочено проведение делового мероприятия под эгидой Петербургского международного экономического форума и гала-концерта с участием звезд российской эстрады, оперы и балета. ■



*Алексей Калачев,  
генеральный директор  
АНО «Заявочный комитет  
«Москва ЭКСПО-2030»*

На ЭКСПО-2020 мы представляем столицу России как город-кандидат на право проведения Всемирной выставки в Москве в 2030 году. Тема заявки столицы: «Прогресс

человечества. Общее видение гармоничного мира». ЭКСПО – это уникальное событие, которое проходит раз в пять лет и по своим масштабам во многом превосходит такие крупные события, как Олимпийские игры и Чемпионат мира по футболу. Россия – постоянный участник ЭКСПО, начиная с первой выставки в Лондоне в 1851 году. Несмотря на активное участие в выставочном движении ЭКСПО, Россия ни разу не принимала выставку на своей территории. Мы неоднократно боролись за право проведения Всемирной выставки – дважды в качестве города-кандидата выступал Екатеринбург. Но тогда победить не

удалось. Надеемся, что все те возможности и преимущества, которые есть у Москвы и России, смогут заинтересовать делегатов 169 стран мира, и они проголосуют за то, чтобы ЭКСПО-2030 состоялась в Москве. Решение о проведении Всемирной выставки принимается по итогам голосования делегатами Международного бюро выставок ВВЕ. Голосование в рамках Генеральной ассамблеи ВВЕ, по итогам которого объявят город-победитель, состоится в 2023 году. У нас есть чуть больше двух лет, и за этот период мы должны провести масштабную работу и убедить делегатов стран отдать свой голос за Москву.



# ЦИФРОВОЙ НЕТВОРКИНГ НА МЕРОПРИЯТИИ: ДРУЖИТЬ НЕЛЬЗЯ ПЛАТИТЬ

## АВТОР:

**Ирина Пучкова,**  
коммерческий директор компании  
Loggосon, бизнес-тренер по продажам  
и нетворкингу Инструментальной  
тренинговой группы YEx

## ФОТО:

архив мероприятия  
DevOpsDays Moscow 2017

*Событийная индустрия претерпела серьезные изменения из-за пандемии коронавируса. Мероприятия проходят в онлайн- или гибридном формате, трансформировался и подход к организации нетворкинга. Обмен визитками и живой контакт между участниками уже роскошь. Цифровой нетворкинг стал не только дополнением деловой программы виртуального события, но часто единственным вариантом делового общения. Как повысить доходность организации цифрового нетворкинга на мероприятии?*

## ТРАНСФОРМАЦИЯ НЕТВОРКИНГА

Давайте разберемся, для чего участникам мероприятий нужен нетворкинг, и какой смысл они вкладывают в него. Понять, как он трансформировался, поможет опыт организаторов международных конференций DevOpsDays Moscow, состоявшихся в 2017 и 2018 годы, DevOps Forum 2019 и исследование, которое мы провели весной

2020 года среди экспертов ИТ-отрасли – руководителей компаний и инженеров. В опросе участвовали 42 респондента из России, Украины, Белоруссии. Респондентам было предложено выбрать один или несколько вариантов ответов на девять вопросов и дать комментарий. Как показал опрос, для 83,3% специалистов нетворкинг это «Возможность завести новые и поддержать старые связи», 74,4% считают это «Приятным и конструктивным общением с пред-



ставителями отрасли». «Инструментом продвижения личного бренда, узнаваемости в профессиональном сообществе или на рынке труда» назвали нетворкинг 52,4% опрошенных. За определение «Коммерческий инструмент продвижения, продажи и покупки, получения особых условий через связи» проголосовали 21,4% специалистов.

Трансформация традиционного нетворкинга в цифровой отрасли выглядит следующим образом:

- Управленцы и инженеры в области ИТ применяют нетворкинг по потребности и редко монетизируют. Некоторые из них интуитивно владеют этим навыком, но само понятие для них новое.
- Количество новых деловых контактов при массовой удаленной работе стагнирует. Прирост контактов происходит у тех, кто видит в цифровом нетворкинге особые возможности.
- Мессенджеры сокращают затраты времени на подбор необходимых слов. Видеоконференция становится альтернативой личной встречи.
- При использовании цифровых каналов связи передача смыслов искажается. Это компенсируется кратким и структурным изложением сути сообщений и повышением качества коммуникации.
- Цифровые каналы не дают полностью выразить свои эмоции. Онлайн-нетворкинг в сравнении с живым деловым общением более сдержанный.
- Цифровой нетворкинг сокращает социальную дистанцию и способствует продвижению личного бренда на всероссийском и мировом уровне.
- Онлайн-нетворкинг сможет заме-

нить традиционный нескоро и не во всех сферах деятельности.

- Предстоит развивать осознанность, усилить этап подготовки к развитию сети контактов.

До пандемии цифровой нетворкинг применялся как дополнение к очному контакту, а в современных условиях стал ключевым. Он позволяет без дополнительных финансовых и логистических затрат поддерживать контакт в любой точке мира и выбирать, с кем конвертировать его в личные встречи. В отдельных случаях онлайн-встречи стали предпочитать очной для удобства организации времени. Изменился их формат. Видеоконференция стала предварительным этапом очной встречи или заменила ее. Личный контакт сохранился для особых случаев.

#### НЕТВОРКИНГ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ КОНФЕРЕНЦИЯХ ИТ-ОТРАСЛИ

Проанализируем опыт использования цифрового нетворкинга на примере международных конференций DevOpsDays Moscow 2017 и 2018, DevOps Forum 2019. Механизмы нетворкинга и мобильных приложений известны большинству организаторов событий, поэтому не будем останавливаться на том, как они работают и говорить о нюансах. Рассмотрим только аспект вовлеченности аудитории в использование цифрового решения, интегрированного в очное событие.

Конференция DevOpsDays – некоммерческая конференция ИТ-сообщества. Основана в Бельгии и проводится

в других странах с 2009 года. В России впервые состоялась в 2017 году. Очный нетворкинг сообщества DevOps – основа этой конференции. На событиях DevOpsDays Moscow в 2017 и 2018 годах цифровой нетворкинг с доступом из браузера был обеспечен оператором с помощью онлайн-сервиса. Дополнительно с его помощью участники предложили выбрать темы для проведения сессий в формате Open Space. Голоса за тот или иной вариант в режиме реального времени, делегаты повлияли на формирование программы мероприятия.

В 2017 году на конференции зарегистрировали визитки и воспользовались цифровым решением 65,6% участников. В 2018 году таких делегатов стало меньше – 42,25%. При этом участники начали активно делиться происходящим в соцсетях. Подчеркну, что это ИТ-аудитория, которая с цифровым форматом на «ты». Отрицательная динамика вовлеченности и снижение количества регистраций в нетворкинг-сервисе говорят о том, что на очном мероприятии живое общение, в том числе спонтанное в кулуарах, по-прежнему в приоритете, а цифровые каналы коммуникации решили лишь часть задач. Преимущественно участники использовали их для голосований, вопросов спикеру, распространения фотографий, скачивания презентаций и, в меньшей степени, непосредственно для создания новых и поддержания действующих социальных связей.

Ключевой целью конференции DevOps Forum 2019 стала трансформация DevOps-идей в эффективные бизнес-решения. Аудитория мероприятия: специалисты ИТ-отрасли (45%),

#### ЧЕМ ДЛЯ ВАС В БОЛЬШЕЙ СТЕПЕНИ ЯВЛЯЕТСЯ НЕТВОРКИНГ?



Источник:  
данные опроса экспертов ИТ-отрасли, 2020 г.

менеджеры среднего звена (40%), главы компаний и директора по информационным технологиям (15%). Всего в конференции приняли участие 300 профессионалов индустрии.

### МОБИЛЬНЫЙ НЕТВОРКИНГ

Для решения задач на DevOps Forum 2019 работал новый поставщик цифрового нетворкинг-решения, и участникам события было предложено брендированное мобильное приложение, в котором авторизовалось 66% аудитории.

При помощи цифрового нетворкинга на DevOps Forum 2019 познакомились 9,6% участников, а 14,6% – делегаты, зарегистрировавшие визитки. В мобильном приложении был проведен опрос. Участники ответили на вопрос: «Нетворкинг – это одна из основ успешности в современном бизнесе! Удалось ли вам установить полезные контакты во время конференции?». В опросе участвовали 24,7% пользователей приложения. Итоги показали, что 42,8% респондентов не ставили такой цели. Столько же пользователей приложения ответили: «Кое с кем удалось познакомиться». При этом 10,2% опрошенных «пытались, но труды оказались напрасными». А 4,08% респондентов ответили, что у них появилось много новых знакомых.

Конверсия в согласованные встречи в мобильном приложении составила всего 1,6% от общего количества участников события и 2,5% – от числа зарегистрировавших визитки. Несмотря на разнообразие функций мобильного приложения вовлеченность аудитории осталась низкой. Цифровой нетворкинг не стал ключевым инструментом для создания новых и

поддержания действующих связей: в полной мере потенциал мобильного приложения не был исчерпан. Большая часть потребностей в налаживании контактов реализована традиционным способом.

В нетворкинг-сервисе и мобильном приложении участники могли поддерживать контакты в течение года после мероприятия. Цифровые коммуникации завершились по окончании событий.

Как правило, в цифровой нетворкинг вовлечены в среднем 50% участников события. В меньшей степени они используют полезный функционал, предназначенный непосредственно для создания новых и поддержания действующих социальных связей. Если это коммерческие продукты, то они не окупают в полной мере вложенных в них денег. КПД их использования предстоит повышать или использовать альтернативные низкокзатратные варианты.

По итогам организации трех конференций сделаны выводы:

- Наличие цифрового нетворкинга на мероприятии стало нормой и сформировало коммуникативное и избирательное поведение аудитории.
- При проведении онлайн-событий участникам стало сложнее взаимодействовать, а организаторам – вовлекать их в нетворкинг-активности.
- По окончании мероприятия активность в нетворкинг-сервисах и мобильном приложении прекращается, несмотря на возможность продолжения общения в них. Динамика вовлеченности участников сходит на нет.
- Использование конкретных коммуникативных платформ и иных цифровых сервисов напрямую влияет на качество и количество нетворкинга.

- Цифровой нетворкинг на онлайн-событиях зачастую представлен механиками и алгоритмами, которые иногда выключают человеческую индивидуальность, например, формат чатов.
- Цифровые каналы нетворкинга на мероприятии полностью не заменят отсутствие коммуникативных навыков участников или особенность живых человеческих эмоций и обмен энергией.

### МОНЕТИЗАЦИЯ ЦИФРОВОГО НЕТВОРКИНГА

Как повысить доходность цифрового нетворкинга на мероприятии?

1. Не спешите тратить деньги на готовые решения для цифрового нетворкинга. Включите критическое мышление и распорядитесь бюджетом рационально. Модно – не значит оправданно. Не все организаторы событий собирают статистику, анализируют ее и подсчитывают возврат инвестиций. Задача заключается в том, чтобы удовлетворить истинные потребности участников и повысить КПД цифрового нетворкинга, а не просто обеспечить интерактив.
2. Введите разные категории билетов на мероприятие в зависимости от функциональности цифрового нетворкинга. Проанализируйте и ранжируйте функциональность диджитал-решений. Разделите ее на базовый и дополнительный уровни. Первый предлагает привычные интерактивные функции: голосование, скачивание презентаций, вопросы спикерам, обсуждение докладов и прочее. Все, что выходит за рамки – это уровень повышенного комфорта, включенный в добавленную стоимость билета.

### ВОВЛЕЧЕНИЕ АУДИТОРИИ КОНФЕРЕНЦИЙ DEVOPSDAYS MOSCOW. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Активность участников	DevOpsDaysMoscow 2017 (500 делегатов)	DevOpsDaysMoscow 2018 (400 делегатов)	Динамика
Сообщения	1250	406	-844
Визитки	328	169	-159
Беседы	329	131	-198
Упоминания в Twitter	268	325	+57

Данные по итогам проведения конференций DevOpsDays Moscow в 2017 и 2018 гг.

Например, на очных мероприятиях VIP-билет предполагает обед со спикерами и/или узким кругом участников. Теперь релевантные выгоды имеет смысл перевести в цифру. Это могут быть наборы минимум, оптимум и максимум.

3. Организуйте и проводите коммерческие групповые нетворкинг-сессии по заданному алгоритму и графику. Такие события можно проводить до, в процессе и по окончании мероприятия. Категории нетворкинг-сессий могут быть разной стоимости, которая зависит от того, с кем конкретно состоится знакомство: среди всех желающих или избранного количества участников, выбирающих собеседников по определенным критериям. В первом случае стоимость должна быть ниже, во втором – выше из-за индивидуального подхода.

4. Предложите аудитории оформить коммерческую подписку на обновления информации об участниках мероприятия. Рассылайте подборку рекомендаций для знакомства с заранее проработанной информацией. Например, раз в месяц нетворкинг-менеджеры собирают свежие данные о новых участниках, карьерных изменениях постоянных гостей и их потребностях и отправляют сообщение подписчикам.

5. Организуйте встречи между конкретными участниками и с повесткой вопросов к обсуждению. Оплата взимается за факт состоявшихся встреч, умноженных на их количество. Kontakтами участники при встрече обмениваются самостоятельно. Для проведения встреч необходимо организовать виртуальное пространство и кураторскую поддержку.

6. Предложите информационно-консультационные услуги по нетворкингу и смежными с ними областями знаний: систематические мастер-классы и тренинги.

7. Рекомендуйте консалтинговые услуги по нетворкингу. Это может быть почасовая или фиксированная оплата услуг консультанта, который поможет решить конкретный вопрос участника. Например, далеко не каждый гость события умеет презентовать себя, даже при наличии весомого опыта, профессиональных результатов и достижений. При необходимости – консультант подготавливает его к встрече.

8. Организуйте подписку на методическую информацию и базу знаний о нетворкинге. В нее могут входить алгоритмы знакомств, проверенные на практике; рекомендации организаторов событий и прочая отобранная и структурированная информация от российских и мировых экспертов.

9. Внедрите коммерческую подписку на полезный контент, сгенерированный самими участниками. Это могут быть практические рекомендации, опыт проб и ошибок в виде текстов или видеосюжетов.

10. Предложите членство в закрытом клубе участников. Это может быть продажа клубных карт или абонентская плата за доступ к контактам единомышленников и непосредственному взаимодействию с ними.

11. Предложите коммерческие услуги по организации совместного досуга, например, походы в кино или путешествия вместе с участниками мероприятий.

12. Создайте собственную нетворкинг-платформу, отвечающую всем потребностям участников в цифровом нетворкинге, и продавайте к ней доступ.

13. Собирайте метрики и подключайте спонсоров, заинтересованных в расширении круга контактов и зоны влияния.

Прежде чем повышать доходность от данного вида деятельности, убедитесь в готовности вашей аудитории платить за это. Насколько ваши участники чувствительны к этим переменам? Начните с предложения пробных бесплатных периодов подписки и демоверсий коммерческих опций.

Сделайте в первую очередь ставку на качество. При формировании цен обратите внимание, что дополнительные нетворкинг-услуги могут приобретать физические лица, которые посещали мероприятие за корпоративный счет. Это значит, что суммы для аудитории должны быть «подъемными» и с ними не жалко было бы расстаться, получив взамен выгоду.

Не стоит всем участникам предлагать коммерческие услуги по нетворкингу. Капитализируйте только тех, кому это на самом деле необходимо. Сегодня организовать цифровой нетворкинг на мероприятии уже недостаточно. Гибко формируйте гибридные подходы, задействуйте инструменты комьюнити-менеджмента, создавайте сообщество, а потом делайте для него новые события. Сделайте свой выбор и во фразе «Цифровой нетворкинг на мероприятии: дружить нельзя платить», поставьте запятую в подходящем месте. ■

## ВОВЛЕЧЕНИЕ АУДИТОРИИ DEVOPSFORUM 2019

Визитки	198
Инициировано диалогов в чате	38
Выслано приглашений в чат	32
Принято приглашений	26
Всего сообщений	145
Назначено встреч	9
Выслано приглашений	8
Согласовано встреч	5

Активность участников	Количество
Всего познакомились	29
Сколько раз в среднем добавили в «Избранное» конкретные доклады	21
Среднее количество вопросов и комментариев по выступлениям спикеров	3

Данные по итогам проведения конференции DevOps Forum в 2019 г.

# КАК ПРАВИЛЬНО ОРГАНИЗОВАТЬ ФАМ-ТРИП



## АВТОР:

Дмитрий Осипов,  
управляющий партнер компании  
«Фордевинд DMC & Event»

## ФОТО:

компания «Фордевинд DMC & Event»

*Ознакомительные поездки для организаторов корпоративных туров и деловых событий отличаются от классических рекламных турпоездки, которые проводят различные операторы для представителей туристических агентств. Это связано со спецификой отрасли. Каким же должен быть ознакомительный тур для профессиональных организаторов мероприятий?*

## КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД

Во время сборных ознакомительных туров – фам-трипов (англ. – fam trip) для представителей организаторов корпоративных поездок и деловых событий, как правило, участников интересуют все те же основные туристические возможности региона: аэропорт, отели, транспорт, рестораны, экскурсионные объекты. Но специфика в том, что речь идет о больших группах гостей, прибывающих одновременно. Отели инспектируются именно с точки зрения возможности приема больших корпоративных групп, важными моментами является должный уровень сервиса и конференц-возможности. То же самое касается транспорта, ресторанов и других различных площадок.

Необходимо обратить внимание на знакомство участников с транспортной инфраструктурой региона, в частности, связанность перемещений групп различной численности, общую логистику в рамках тех или иных планируемых мероприятий.

Помимо вышеперечисленных стандартных пунктов, в программы ознакомительных туров должны входить готовые предложения по организации командообразующих мероприятий, корпоративных приключений и квестов, нестандартных экскурсий, пикников, этнографических и других тематических программ досуга и отдыха.

Часто проводятся ознакомительные инспекции в рамках уже существующих заказов. При этом демонстрируются не только разнообразие объектов, площадок и ресурсов, но и логистика, план и общие контуры уже подготовленной программы для определенного региона. Такие ознакомительные туры – это в первую очередь ответ на конкретные вопросы заказчика в рамках планируемого им проекта. И чем более он релевантен задачам, тем больше шансов на успех.

*Ознакомительные туры – это в первую очередь ответ на конкретные вопросы заказчика в рамках планируемого им проекта.*

## ПРАВИЛА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Имея большой практический опыт организации фам-трипов и профессиональных инспекций, мы определяем десять обязательных элементов при формировании и проведении ознакомительных туров:

1. **Содержательность.** Необходимо максимально раскрыть возможности региона, заранее согласовывая с участниками фам-трипа их интересы и приоритеты в получении новой информации о дестинации. В зависимости от этого формируется содержание программ, выстраиваются временные пропорции и приоритеты в посещении тех или иных отелей, площадок, экскурсионных объектов.
2. **Обязательность.** Важным моментом является неизменность заявленной и согласованной программы. Если что-то меняется в результате неких форс-мажорных обстоятельств, нужно подобрать равноценную замену и в любом случае заранее предупредить об этом участников.
3. **Баланс.** Цель – дать максимум полезной информации, но с другой стороны не создать ее переизбыток, не перегрузить участников. Здесь важно правильно расставлять акценты и выделять главное.
4. **Сценарий.** Важно облечь всю программу фам-трипа в некий единый игровой сценарий. Это может быть квест, тимбилдинг, приключение, увлекательная сюжетная линия.
5. **Логистика.** Все перемещения группы должны быть тщательно продуманы. Участникам не нужно проводить в дороге много времени. Не должно быть слишком длинных переездов. Необходимо выстроить план посещения объектов. Обязательно продумать санитарные остановки и перерывы для отдыха.



6. Тайминг. Все должно идти по расписанию. Здесь нужно сказать пару слов об одном негативном моменте, с которым приходится иметь дело и даже бороться – это так называемые фотографы – участники, которые любят везде себя запечатлеть и зачастую задерживают группу.

7. Персонал. Необходим грамотный, знающий гид. Лучше два сопровождающих: опытный менеджер от лица компании, не понаслышке знающий регион с точки зрения организации мероприятий, а также профессиональный экскурсовод, знакомый с историей и традициями региона.

8. Транспорт. Автобусы и мини-вэны должны быть комфортными, новыми, водители – опытными и проверенными.

9. Отдых. Обязательный момент поездки – свободное время для участников. Нельзя забывать, что, несмотря на отчасти развлекательный характер, ознакомительный тур – это работа, и коллегам необходим отдых для лучшего усваивания новой информации.

10. Эмоции. Программа мероприятий и поездка по региону должны оставить светлые чувства и позитивные впечатления, которые участники тура в дальнейшем передадут своим коллегам и клиентам.

#### КАК ИЗБЕЖАТЬ НЕГАТИВНЫХ МОМЕНТОВ

Один из негативных моментов, с которым часто сталкиваются при организации фам-типов – участие

в программах неспециалистов. Это родственники, друзья, так называемые нужные люди. Сложно проверить, действительно ли данный участник в списке является сотрудником той компании, от лица которой он едет. Часто бывает, что о таком человеке просит компания-партнер, заказчик и отказать невозможно. «Нужные люди» обычно легко выявляются в процессе проверки. Они проявляют мало интереса к профессиональным и техническим вопросам программы, не интересуются объектами и услугами поставщиков, не задают вопросов. Обычно количество таких участников невелико, примерно 10–15% от состава группы.

Кроме того, есть и так называемые профессиональные участники – они присутствуют на всех событиях, их постоянно встречают в составе той

или иной группы, но никакого эффекта от их активности не ощущается, они не принимают решений и никак не влияют на формирование спроса, поступление заказов. В свою очередь, «всезнайки с негативом» ко всему относятся отрицательно, редко бывают довольны, все ругают. К таким участникам сложно найти подход, они на своей волне. В такой ситуации лучше находиться рядом с ними, стараться нейтрализовать негативную реакцию позитивными комментариями.

### ЦЕНА ФАМ-ТРИПА

Мы считаем, что ознакомительные туры должны быть платными. Стоимость фам-трипа надо рассчитывать с учетом минимальных цен на услуги поставщиков и всевозможных скидок. Организующее агентство не должно делать какие-либо свои наценки на проекты подобного рода. С другой стороны, программа не может быть полностью комплементарной. Это касается как сборных ознакомительных туров, так и инспекций в рамках планируемых проектов. Как правило, в последнем случае, если заказ подтверждается, то стоимость предварительной инспекции компенсируется заказчику – просто вычитается из цены реализуемого проекта.

Наличие стоимости у фам-трипа – это некий фильтр, который отсеивает лишних участников и оставляет только заинтересованных профессионалов. С другой стороны, гораздо легче выстраивается работа с поставщиками, принимающими участие в формировании туров. Во-первых, при наличии оплаты гораздо легче требовать нужное качество услуг, во-вторых, нет моральной зависимости от поставщиков и рисков испортить отношения.

### ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФАМ-ТРИПА

Показателями расчета эффективности такой поездки являются: повышение количества продаж,

повышение имиджа бренда, налаживание партнерских отношений с потенциальными заказчиками. Приблизительные подсчеты эффективности основываются на данных о динамике продаж: выясняется отношение между выручкой, полученной предположительно от данного ознакомительного тура, и затратами на него.

Расчет результативности включает в себя: анализ объемов продаж до проведения ознакомительного тура, вычисление количества продаж с учетом дополнительной реализации, появившейся в результате проведенного события.

Расчет производится по формуле:

$$\Theta = (B_2 - B_1) * P / Z_p,$$

где:

$\Theta$  – эффективность фам-трипа;

$B_2$  – финансовые данные по выручке за аналогичный период после проведения события;

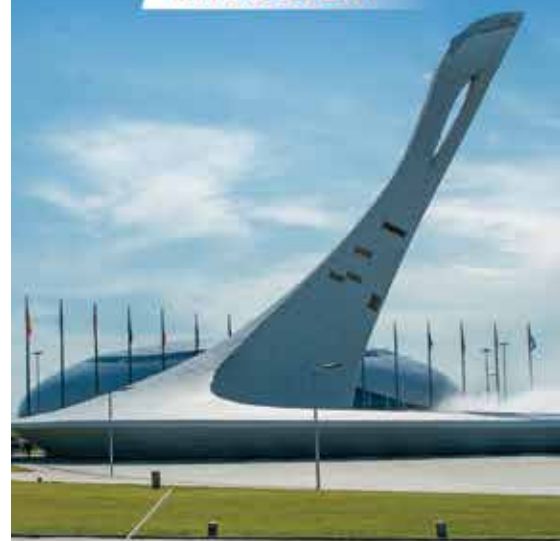
$B_1$  – показатели выручки за аналогичный период времени, предшествующий поездке;

$P$  – рентабельность продаж;

$Z_p$  – затраты на тур.

Если величина этого показателя превышает единицу, это говорит о позитивном влиянии фам-трипа. Но это теория и, кстати, не всегда точная и правильная, так как эффект от ознакомительной поездки зачастую растянут во времени, а увеличение объема поступающих заявок может зависеть и от других факторов. Поэтому самым практичным и простым измерителем эффективности является обратная связь с участниками проекта. Если они благодарят организаторов, общаются в своих письмах, что получили необходимую информацию и готовы сотрудничать с вами, то фам-трип действительно был эффективным. ■

РЕКЛАМА



**ЭКСПЕРТНЫЙ ПОДХОД  
К ОРГАНИЗАЦИИ  
КОРПОРАТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ**

Площадка Экскурсия

Транспорт Шоу-программа

Форум Мастер-класс

Приключение Квест

Вечеринка Презентация

Кейтеринг Гала-ужин Тимбилдинг

Дегустация

Турнир Персонал Отель

Конференция

**ОФИСЫ:**  
Сочи, Геленджик

**ПРИНИМАЮЩАЯ СТОРОНА:**  
Краснодарский край,  
Адыгея, Абхазия

**ГРУППА КОМПАНИЙ «ФОРДЕВИНД»**

**forwind.ru**  
Тел.: 8 (800) 511 40 90

gel.forwind.ru / sochi-catering.ru  
seasail.ru / letski.ru  
bigsochi.vip / gelen.vip



# ГЕЙМИФИКАЦИЯ И ИГРОВЫЕ МЕХАНИКИ МЕРОПРИЯТИЙ

## АВТОР:

*Алесь Жук,  
создатель квестов DozoR,  
компании Mviki-Mviki  
и онлайн-платформы  
корпоративных ивентов Smartio*

---

*В современном обществе игры удовлетворяют потребности человека, поскольку реальный мир не справляется с этой задачей. Люди стремятся к более разнообразной и осмысленной жизни, к достижению результатов. Игра – это простая и доступная возможность побыть тем, кем вы не являетесь, именно поэтому она дает ощущение контроля над жизнью, часто выдуманной. Игровые механики являются доступным способом удержания внимания. Они применимы почти в любой сфере, в том числе в образовании и продажах. Как правильно использовать игры при организации мероприятий?*

---



## НАДО ЖИТЬ ИГРАЮЧИ

С детства людям нравится играть, потому что у такого занятия есть цель, правила, понятные четкие границы и награда. Например, именно так психологи рекомендуют приучать ребенка чистить зубы: вместе с родителями дети отмечают в календаре смайликами выполнение процедуры и получают за достижение цели обещанную игрушку. Позже специалисты по тайм-менеджменту учат нас записывать и вычеркивать выполненные задачи в ежедневнике, а наставники по организации производства демонстрируют на досках прогресс в работе, перемещая карточки с решенными вопросами в отдельную колонку. Таким образом, геймификация постоянно присутствует в нашей жизни.

Игра – это всплеск дофамина и ожидание награды, преодоление препятствий, достижение цели, возможность быть частью чего-то большего и новое социальное пространство, на которое влияет человек. Игры позволяют нам думать, что мы сейчас получим нечто большее, заставляют мозг работать, гормоны начинают активно вырабатываться, и мы действительно приобретаем что-то новое от каждой игры.

Сегодня геймификацию активно используют различные компании. Например, онлайн-брокер Robinhood сделал процесс покупки акций интересной игрой, за счет чего получил миллионы пользователей и миллиарды инвестиций. Компания «Тинькофф» также использует игровую механику, предлагая бесплатное обучение инвестициям, награждает участников курсов акциями своего банка. Приложения Fabulous и Noom, разработанные специалистами Кремневой долины, формируют новые полезные привычки, в игровом формате приучают к здоровому образу жизни и ежедневно забирают внимание и деньги пользователей. Заигрались и бах! – вы уже ин-

вестируете, делаете ставки, хотите быть умнее других, регулярно выполняете определенные действия, покупаете товары предлагаемого производителя, забывая, что все это удерживает ваше внимание и на самом деле приносит пользу создателю игры.

Инструменты геймификации эффективно используются и в ивент индустрии. Любой пункт мероприятия можно сделать игрой, в зависимости от задачи.

Знакомство большого количества людей. Раздайте на конференции бейджи с изображениями различных животных, попросите участников найти свою «стаю» и выяснить, что именно их объединяет, и на площадке заработает полезный нетворкинг.

Обучение, получение новых навыков. Во время онлайн- или офлайн-конференции с приглашенными спикерами, предложите участникам мини-квиз. Игроки с помощью телефона зайдут на страницу конференции и ответят на несколько вопросов на тему выступлений, например: «Какую тенденцию эксперт назвал основополагающей в 2021 году?». Назначьте приз, наградите победителей в прямом эфире или со сцены в финале мероприятия. Это значительно улучшит восприятие и усвоение информации конференции.

Привлечение внимания к стенду. На крупных выставках и конференциях с большими потоками посетителей компании необходимо выделиться среди других экспонентов. Представьте ваш продукт или услуги в формате игры, чтобы эмоциональная привязка позволила выделиться стенду компании среди множества других и запомнить бренд.

Создание уникального контента мероприятия. С помощью игровых заданий можно увеличить вовлеченность участников события и заинтересовать содержанием. По-

стоянно удерживайте внимание целевой аудитории, меняя динамику конкурсов.

## ИГРОВЫЕ ПРИНЦИПЫ КОРПОРАТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

На обучающих или деловых корпоративных мероприятиях также регулярно используются игровые механики. Геймификация позволяет сделать событие особенным, интересным, эмоциональным и, соответственно, максимально эффективным. Вы можете сделать игру отдельной частью мероприятия или провести весь ивент в игровом формате.

Вот несколько основных принципов геймификации, помогающих сделать событие более увлекательным.

- Общая миссия игры, схожая с миссией и задачами компании.
- Концепция игры, связанная с профессиональной деятельностью компании. Сплочение против общего врага – конкурента, внедрение элементов истории развития бизнеса в игру, раунды и задания из профессиональной сферы.
- Визуализация прогресса – рейтинги, развитие персонажа, которого ведет команда, тайминг, если играете на время, сбор артефактов командами для достижения общей цели и множество других вариантов оформления игры.
- Серия задач, где каждая следующая немного сложнее предыдущей. Чем они сложнее, не поддаются решению сразу, чем больше командой приложено усилий, тем сильнее положительные эмоции.
- Новые факты, исследование мира и неизвестных территорий. То, о чем участники ранее не знали, развивает их и дает полезную интересную информацию.
- Разнообразии задач и способов их решения. Работа для ума и возможность каждому участнику команды открыть и показать себя.

## ОСОБЕННОСТИ И ЗАДАЧИ ГЕЙМИФИКАЦИИ ОНЛАЙН-МЕРОПРИЯТИЙ

Некоторые прогрессивные компании, в основном в ИТ-сфере, еще в 2019 году до пандемии начали выделять для сотрудников несколько свободных дней в месяц для работы из дома. Некоторые из них арендовали загородный дом или отель для отдыха и работы сотрудников. По данным исследований CNBC и Forbes, массовый переход специалистов компаний в онлайн-режим обусловлен множеством факторов, не только пандемией.

Конечно, нельзя сказать, что в удаленном режиме эффективнее справляться со всеми рабочими задачами, но при большом количестве сотрудников именно онлайн-мероприятия стали самым эффективным способом коммуникации. Это наше будущее. Онлайн-тимбилдинги могут помочь в достижении конкретных целей:

- знакомство сотрудников между собой;
- адаптация новых людей в коллективе;
- командообразование за счет совместного времяпрепровождения;
- обучение новым навыкам и функциям;
- донесение информации и правил до всех отделов компании;
- развлечение, переключение внимания и отдых.

У онлайн есть свои особенности. В таком формате очень сложно удерживать внимание. Приходится конкурировать с соцсетями, бытом, семьей, домашними животными, обычной жизнью участников мероприятия. Онлайн-событие – это всего лишь еще одно окно на экране компьютеров. Легко отключить видео, звук, переключить внимание на что-то другое. Многозадачности не существует, и, либо человек занят своими делами и мыслями, либо он на мероприятии с вами.

Опыт компании Smartio показывает, что сегодня все больше популярен формат непродолжительных мероприятий с короткими выступлениями спикеров. Как бы не было обидно выступающим по 40 минут или по два часа, интерес слушателей к ним обычно сохраняется в течение 7–10 минут. Онлайн-игры в среднем длятся 1,5–2 часа, потом участники устают. Поэтому необходимо постоянное взаимодействие со зрителями, некий интерактив, который будет удерживать фокус внимания на происходящем на экране. Есть действенные методы вовлечения аудитории онлайн-событий.

- Возможность общаться, а не только слушать. Опросники, выведение ответов в облако слов на общий экран, анкеты, чаты, комнаты для команд – все это дает людям то самое необходимое взаимодействие, которого не хватает из-за дефицита общения.
- Погружение в игру с первого момента, даже если это конференция. Набор баллов, дополнительные бонусные задачи, награды за лучший вопрос спикеру помогают сотрудникам быть не просто зрителями, а активными участниками ивента.
- Возможность быть услышанным, голосования, по результатам которых принимаются решения в компании, даже если это просто выбор логотипа для команды, корпоративного подарка или благотворительной акции. Участникам очень нравится квест с развилкой, когда путем голосования решается, какое действие совершает персонаж, какое задание или тема раунда будут следующими.
- Мини-соревнования также мотивируют остаться в игре в случае, если вы можете предоставить призы участникам, например, всем, кто проявил максимальную активность или посетил больше лекций.
- Чат в онлайн-игре для команд и зрителей – это возможность передать привет другому отделу

компании или городу, подогреть азарт, сочиняя кричалки, сообщать ведущему, какое настроение у игроков и другое неформальное общение.

- Связь интеллектуальных игр и квестов с деятельностью компании. Сценарист по запросу может придумать раунды или задания не на отвлеченные, а на актуальные для ваших сотрудников темы. И тем самым сделать игру увлекательнее.

При использовании этих способов, даже если не все присутствующие на мероприятии заняты в игре, выступают или задают спикерам вопросы, то они все равно могут взаимодействовать и влиять на происходящее, оставаясь незаметными, но весьма заинтересованными участниками события. ■

### ПОЛЕЗНЫЕ ПРАВИЛА ГЕЙМИФИКАЦИИ

- Удивляйте. Люди любят новое, интересную информацию, сделать то, чего никогда еще не совершали. Выбирайте новые форматы онлайн- и офлайн-мероприятий и вы откроете другие качества в ваших сотрудниках.
- Актуализируйте. Всем интересно то, что связано лично с ними. Вплетайте в ваше событие факты о компании и сотрудниках, давайте возможность людям быть услышанными и влиять на общую победу.
- Объединяйте. Даже в соревновательный формат добавляйте одну общую цель, достичь которую могут все команды разом, совместив, например, полученные в игре ключи, артефакты или заработанные баллы. Соедините это с миссией компании и мероприятие будет мотивировать.

# Подписаться сейчас!

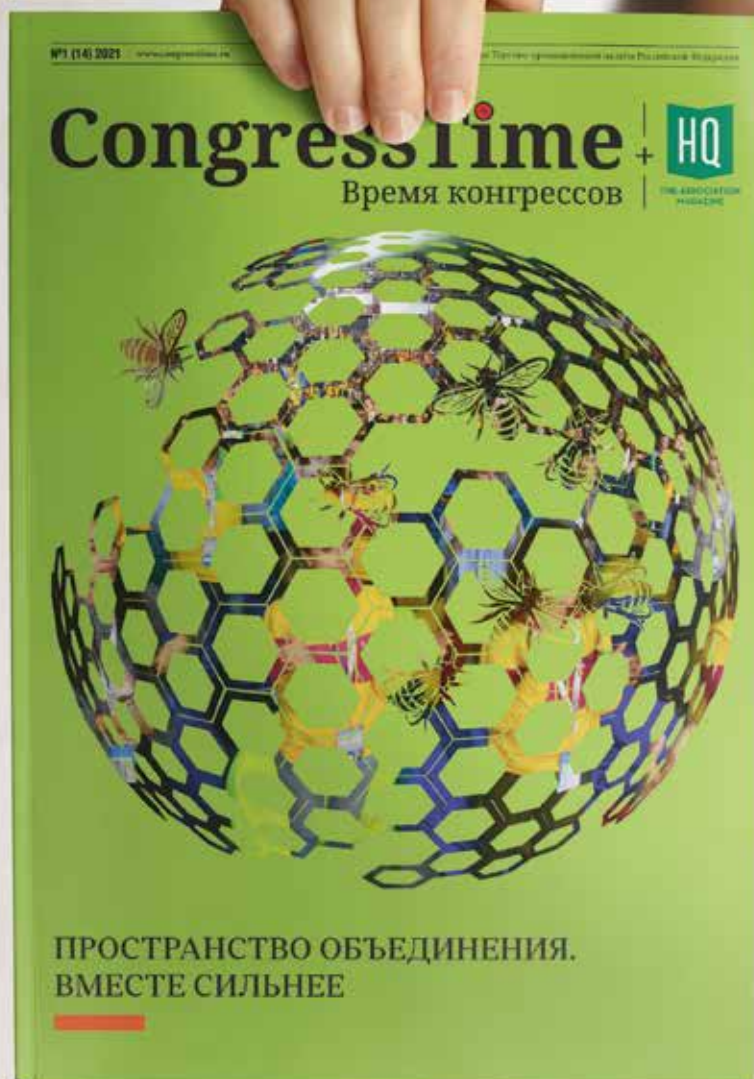
Получайте  
бесплатно  
печатный журнал  
CongressTime  
в течение 2021 года\*

Оформите бесплатную подписку  
на сайте [congresstime.ru](http://congresstime.ru)

или пришлите копию купона

- Заполните и подпишите бланк
- Отсканируйте страницу  
журнала с бланком
- Отправьте по адресу:  
[info@congresstime.ru](mailto:info@congresstime.ru)

*\* Предложение действительно  
при оформлении подписки  
до 31 августа 2021 года*



## Бланк подписки

Организация, отдел (полное название) \_\_\_\_\_

Индекс \_\_\_\_\_

Почтовый адрес организации \_\_\_\_\_

Электронный адрес организации \_\_\_\_\_

**CongressTime** + **HQ**  
Время конгрессов | THE ASSOCIATION  
MAGAZINE

Редакция журнала CongressTime  
Учредитель и издатель:  
ООО «ВНИЦ Р-н-С», Санкт-Петербург  
Регистрационный номер:  
ПИ № ФС77-77917 от 6 марта 2020 года  
E-mail: [info@congresstime.ru](mailto:info@congresstime.ru)  
[www.congresstime.ru](http://www.congresstime.ru)



# ДЕСЯТЬ ШАГОВ К ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА В НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ

## АВТОР:

**Татьяна Спурнова,**  
основатель компании  
«Бюро трансформаций бизнеса  
Татьяны Спурновой»,  
основатель и генеральный директор  
агентства MaxMedium

## ФОТО:

MaxMedium

*Сегодня наш прошлый опыт становится нерелевантным. Это хороший фундамент, но в современных реалиях нужно на все взглянуть по-новому, необходимы другие навыки, инструменты, форматы. Пришло время пересматривать свой бизнес и искать варианты, куда и как его трансформировать. Как в текущей ситуации выстроить стратегию?*

Именно в кризисные моменты я совершала прорывы сразу во всех сферах жизни. Как предприниматель в событийной сфере и бизнес-консультант советую сегодня не действовать хаотично, так как ресурсы ограничены, а реальность меняется чуть ли не каждый день. Нужно пошагово выстраивать свой путь развития. Лучше играть вдолгую, а не прикрывать дыры, хвататься за возможности, срок жизни которых неделя или две. Трансформировать бизнес в новой реальности можно, совершив десять шагов.

**1.** Необходимо определиться, что, как собственник, вы хотите от своего бизнеса. Обозначьте личные цели – куда нужно двигаться вам и компании, где должны оказаться через заданный период – после пандемии, в следующем году и так далее.

**2.** Оцените свою точку «а» и имеющиеся ресурсы – время, люди, деньги. Какая у вас команда и уровень ее экспертизы? Какими временными и финансовыми ресурсами располагаете для перестройки бизнеса? Также важно не забыть про личные возможности и ресурсы вашей команды – наполнены ли вы энергией или приближены к состоянию выгорания?

**3.** Проанализируйте сильные стороны собственного бизнеса и вашей команды. Возможно, что вы обладаете уникальным опытом и компетенциями или наладили бизнес-процессы и у вас есть показательные актуальные кейсы, которые сегодня нужны рынку. Ваша задача выявить свои сильные стороны и понять, как можно рассказать о них постоянным и потенциальным клиентам.

**4.** Оцените текущие возможности рынка. Если сильные стороны – это история про внутренние процессы в компании, то возможности – это внешние факторы, на которые мы не влияем. Например, уход из ниши конкурентов, низкая стоимость аренды и другие факторы. Определите, каким образом ваши сильные стороны могут перекрыть появившиеся возможности и что

для этого нужно сделать, например, адаптировать продукты, услуги, добавить удобные и актуальные для клиентов сервисы.

С одним из наших клиентов мы определили более узкий сегмент в туристическом бизнесе и предложили новый продукт – короткие активные путешествия в формате продолжительных выходных для людей старше 16 лет, и это идеально сработало. Также мы создали воронку – локальные походы, например, прогулки с детьми в Подмосковье. В результате бизнес клиента вырос за полгода почти в два раза, а часть маршрутов передана новым гидам.

**5.** Риски и угрозы на рынке лучше предугадать заранее. Известно, если предупрежден – значит вооружен. Риски – это внешние факторы, на которые вы не в состоянии повлиять, но можете их учесть и спрогнозировать, чтобы нейтрализовать возможные угрозы для вашего бизнеса или превратить их в возможности.

Например, закрытие границ из-за пандемии стало для конгрессной индустрии риском: сократились поездки и объем импорта. С другой стороны, сейчас много местных производителей различных товаров хотят, чтобы о них узнали. На базе своей экспертизы вы можете создать нетворкинг-пространство, объединить бизнесы и помочь им. Если польза будет очевидна, то такой риск станет возможностью, а ваши сильные стороны помогут в решении задач.

**6.** Оцените финансовую эффективность своего бизнеса. Рост прибыли обеспечивается не только ростом оборота и увеличением количества заказов, но также снижением расходов.

Попробуйте найти ответ на вопрос и варианты решений, как можно получить такой же результат для клиента при меньшей себестоимости.

Для коллаборации используйте тактику коллаборация, инструменты кросс-маркетинга, аутсорсинг и так

далее. Любой выгодный формат, который поможет управлять расходами, а также создавать новые интересные партнерства.

**7.** Сейчас в тренде экономика совместного потребления (англ. – sharing economy). Подумайте, с кем из возможных партнеров и компаний вы можете вместе создавать продукты, события, услуги – для этого важна единая целевая аудитория и в рамках одного продукта закрытие нескольких потребностей. Так в текущей ситуации вы усилите свою экспертизу, сэкономите бюджет, создадите клиентам добавленную стоимость и ценность, которая может быть в том числе и информационной, в виде какого-то продукта, консультации, сервиса.

Также посмотрите в сторону создания продуктов для совместного потребления: создайте экспозицию, которую могут использовать последовательно разные индустрии, например, мини-выставку за разумные деньги.

**8.** Выстраивайте партнерства и коллаборации. Сегодня в числе трендов сотрудничество, например, взаимодействие различных компаний в области продвижения, кросс-маркетинг.

**9.** Развивайте личный бренд и компанию в социальных сетях. Это поможет вам не только стать заметным, но и транслировать свою философию и ценности целевым аудиториям.

**10.** Сейчас самое время учиться именно тому, что сегодня пользуется спросом. Задача состоит в том, чтобы получить знания и сразу же их применить. Мой личный опыт показывает, что учиться нужно у практиков, тех профессионалов, которые уже проделали тот путь, на который вы только вступаете. Многие ошибочно полагают, что для компании нужен специалист-гуру: он придет и все изменит к лучшему. Но на практике это не работает. Для трансформации бизнеса советую привлекать внешнего консультанта-стратега, а исполнение доверьте своей команде. ■



# СОБРАНИЕ СОЧИНЕНИЙ: ЗАЧЕМ ТУРИСТАМ ЕХАТЬ В ПРОВИНЦИЮ

## АВТОР:

**Наталья Полева,**  
генеральный директор  
Объединения государственных  
литературно-мемориальных музеев  
Пензенской области

## ФОТО:

Купринский литературный праздник

Каждый сентябрь на протяжении почти 40 лет в Пензенской области проводится литературный праздник, посвященный жизни и творчеству выдающегося русского классика литературы Александра Куприна. Мероприятие объединяет гостей из разных уголков страны: литературоведов, писателей, ценителей творческого наследия Куприна и читателей, желающих больше узнать об авторе, утверждавшем, что «Наровчат вроде Москвы, но несколько красивее». В 2020 году Купринский литературный праздник вошел в топ-200 лучших туристических событий по версии Национального календаря событий Events in Russia.



## ПРАЗДНИК С ИСТОРИЕЙ

Литературный праздник приурочен ко дню рождения Александра Куприна и проводится в 150 километрах от Пензы – в городе Наровчат, который тесно связан с семьей писателя. Александр Куприн родился здесь в 1870 году и провел первые три года своей жизни. В 1981 году в Наровчат был открыт первый памятник и единственный в России музей писателя, который ежегодно привлекает внимание тысяч туристов. Эти обстоятельства стали благодатной почвой для проведения уникального мероприятия, являющегося заметным событием в культурной жизни региона, во многом способствующим развитию туристического потенциала. Организатором праздника выступило Объединение государственных литературно-мемориальных музеев Пензенской области.

Начало новой традиции было положено в 1985 году. Первый Купринский

праздник был посвящен 115-летию со дня рождения писателя. Тогда скромное событие началось литературным митингом, продолжилось концертом, экскурсией по музею и завершилось просмотром художественного фильма «Поединок». С каждым годом внимание к созданию мероприятия усиливалось. Успешному проведению Купринского литературного праздника послужил и опыт других литературных мероприятий в России, в частности, Лермонтовского дня поэзии в Пензенской области. В Пензу и Наровчат приезжали известные писатели, ученые, литературоведы, артисты кино Анатолий Ромашин, Валентина Талызина, Людмила Чурсина, поклонники творчества Куприна. Ко дню рождения писателя в Пензе выпускались новые издания, посвященные знаменитому земляку, организовывались научные конференции, циклы радиопередач, готовились театральные премьеры и, конечно, музейные выставки новых материалов и реэкспозиции в музее А. И. Куприна. С организацией и проведением

I Всероссийской научной Купринской конференции в 1995-м, а затем и Купринского творческого конкурса «Гранатовый браслет» в 2000 году, ставших впоследствии регулярными, праздник поднялся на новый уровень и получил широкий отклик в прессе.

## ЛИТЕРАТУРА ОФЛАЙН

В сентябре 2020 года состоялся XXXVI Купринский литературный праздник, который, пожалуй, стал самым масштабным за всю историю события. Он был посвящен 150-летию со дня рождения писателя и задумывался как кульминация юбилейного года. Мероприятие получило новый формат, позволяющий представить творчество Александра Куприна через разнообразие жанров и направлений искусства: театр, кино, живопись, музыку, фольклор, исторические реконструкции.

В первый день праздник охватил весь центр старинного Наровчата. По



традиции он начался с возложения цветов к бюсту Александра Куприна работы пензенского скульптора, заслуженного художника РФ, члена Союза художников России Владимира Курдова. Затем к гостям праздника присоединился «городской голова Ерофеев Савелий Павлович», и вместе с ним посетители попали на оживленную улицу «уездного города Наровчата», где для гостей открылись интерактивные площадки «Присутственные места», «Чайная», «Часовщикъ», «Ломбардъ», книжная, цветочная и модная лавки. Атмосферу создавали костюмированные персонажи – жители разных сословий «уездного города». В роли действующих лиц выступили артисты Пензенского областного драматического театра. Свое мастерство показали кузнецы, гончары, вместе с которыми можно было изготовить на память подкову «на счастье», на гончарном круге сделать сувенир – гранат.

Торжественное открытие праздника с участием официальных лиц, награждение лауреатов XXI Купринского творческого конкурса «Грана-

товый браслет» впервые прошли на специально установленной большой сцене в историческом центре Наровчата. В концертной программе приняли участие известные актеры театра и кино Елена Захарова, Андрей Зибров, заслуженный артист России Валерий Семин, творческие коллективы Пензы.

Впервые на Купринском литературном празднике работала «Прямая студия», где состоялись встречи с гостями мероприятия, куприноведами, авторами книг, документальных фильмов, режиссером и артистами спектакля «Яма». Выступления в прямом эфире транслировались на портале «Культура.РФ» и в социальных сетях. Зрители получили возможность взглянуть на творчество писателя через призму исследователей и деятелей культуры.

Музей А. И. Куприна представил межрегиональный выставочный проект «По купринским местам» с участием фотохудожников Пензы, Балаклавы, Гатчины, Санкт-Петербурга и Москвы.

## ИНТЕРАКТИВНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

На территории парка для гостей праздника работали тематические интерактивные площадки, посвященные увлечениям писателя: цирковая арена, атлетическое общество борцов, клуб любителей собак. С купринскими «сослуживцами-офицерами» можно было встретиться на бивуаке – реконструкции военного клуба.

Известно, что Александр Куприн был страстным спортсменом и одним из первых спортивных журналистов. Он постоянно напоминал: «Человек должен развивать все свои физические способности. Нельзя относиться беззаботно к своему телу». И упрекал: «А наши литераторы? На кого они похожи? Редко встретишь среди них человека с прямой фигурой, хорошо развитыми мускулами, точными движениями, правильной походкой. Большинство сутулы и кривобоки, при ходьбе выхляют всем туловищем, загибают ногами или волочат их — смотреть противно». Куприн пробовал свои силы чуть ли



не во всех известных в начале XX века видах спорта. Авиация, водолазное дело, гребля, лапта, парусный спорт, плавание, стрельба, тяжелая атлетика, борьба – ему хотелось испытать себя во всем.

Этой стороне жизни писателя были посвящены многочисленные интерактивные площадки Купринского праздника. Профессиональные спортсмены показали атлетическое шоу и провели мастер-класс, а все желающие могли попробовать себя в роли силача. Для любителей логических игр состоялась необычная партия в шашки из тыкв. Можно было поиграть в любимые русскими писателями городки или в стилизованной учебной комнате под руководством классной дамы написать диктант старинной перьевой ручкой и почувствовать себя гимназистом или юнкером времен Куприна.

Писатель, чьи бесчисленные увлечения поражали современников, не раз признавался, что садоводство – его второе призвание. Заядлым дачником он проявил себя в Гатчине, где приобрел «зеленый домик» с участком. Второй год в рамках праздника проводился фестиваль «Купринское яблоко» с дегустацией и продажей фруктов. На «Яблочной аллее» желающие могли попробовать любимое варенье матушки Куприна Любови Алексеевны.

Никого не оставили равнодушными оригинально оформленные книж-

ные ряды с купринской тематикой и мастер-классы, организованные библиотеками, кукольный спектакль, выставка кошек и цирковые представления.

Важное место среди увлечений писателя занимало цирковое искусство, что нашло широкое отражение в его творчестве. «Из всех публичных представлений люблю больше всего цирк: там человек – каков он есть на самом деле, сильный, смелый, в каждом движении пение и красота жизни», – писал Александр Куприн. Многолетняя дружба связывала его с борцами Иваном Заикиным, Иваном Поддубным и клоуном Джакомо Чирени. Рассказы и очерки Куприна о цирке составили тематический цикл: *Allez*, «В цирке», «Белый пудель», «Ольга Сур», «Свободный цирк» и другие. Учитывая равнодушие писателя к цирковому искусству, на праздник были приглашены воспитанники цирковых студий: клоуны, жонглеры, акробаты, силовые гимнасты, которые демонстрировали свое искусство и вовлекали гостей в веселые мастер-классы.

Интерес у детей и взрослых вызвали интерактивные площадки «Купринские сюжеты», где в театрализованном формате были представлены произведения Александра Ивановича: «Чудесный доктор», «Мой полет», «Олеся», «Суламифь» с участием белого пуделя, героя одноименного рассказа.

«Сувенирная аллея» удивила обилием изделий декоративно-прикладного творчества. На память можно было приобрести или попробовать сделать своими руками различные сувениры с тематикой, посвященной 150-летию писателя. На площадке праздника работало импровизированное туристическое бюро, которое предлагало пешеходные экскурсии по историческому центру Наровчат и памятным местам, связанным с семьей Куприных.

Традиционно в начале сентября Наровчат заполняют туристы, количество которых практически равно числу местных жителей. В городе насчитывают всего 5 тысяч человек, а в 2020 году на празднике побывало около 4 тысяч гостей из Пензы, Москвы, Нижнего Новгорода, Саратова и Саранска. Количество туристов постоянно растет, и многие путешественники неоднократно приезжают в Наровчат.

Организаторы Купринского литературного праздника каждый год удивляют посетителей насыщенной программой. Ее составляют таким образом, чтобы новое и интересное для себя мог почерпнуть любой гость, независимо от уровня знакомства с биографией и творчеством Александра Куприна. И раз в году туристы имеют возможность отправиться в Наровчат XIX века, который всей душой любил Александр Куприн. ■



**Наровчат** – старейший населенный пункт Пензенской области. Археологические раскопки подтвердили, что в 1157 году на территории существовало городище на реке Мокша. Первое упоминание города в летописях датируется 1261 годом. В середине XIV века поселение было центром чеканки серебряных и медных монет. В конце XVIII века на территории образован Наровчатский уезд, а в 1781 году месту присужден статус города и герб. Наровчат – один из культурных центров Пензенской области. В Наровчатском районе путешественники могут посетить Дом-музей А. И. Куприна, Музей истории и культуры народа буртас, Троице-Сканов монастырь, пещерный комплекс и другие достопримечательности.

# ЦИФРОВОЙ ФОРМАТ: ЭКСТРЕННОЕ РЕШЕНИЕ ИЛИ НОВАЯ НОРМАЛЬНОСТЬ

## АВТОР:

*Кристиан Глазмахер,  
старший вице-президент  
по корпоративному развитию  
компании Koelnmesse*

## ФОТО:

DMEXCO

*В 2020 году из-за пандемии коронавируса компании Koelnmesse пришлось отменить много отраслевых выставок. Очень часто организаторы мероприятий принимали решения о переносе событий на 2021–2022 годы или проводили их в онлайн-формате. Можно сказать, что эта тенденция сохраняется и сегодня. Мы так любим проводить живые мероприятия, зачем же нам цифровые события?*

## КАК ЗАРАБОТАТЬ НА ЦИФРОВЫХ ВЫСТАВКАХ

По данным Ассоциации промышленных выставок Германии AUMA, 70% всех выставок, запланированных на 2020 год в Германии, были отменены или перенесены. В 2021 году организаторы планировали 380 выставок. Однако на фоне продолжающейся пандемии проведение более ста мероприятий было отменено или отложено до 2022 года. В такой ситуации мы вынуждены предлагать своим клиентам новые услуги. Компания Koelnmesse сосредоточилась не только на выручке, но и на удержании клиентской базы.

Монетизация онлайн-событий – очень сложная задача. Наши клиенты уже привыкли получать доступ к цифровому контенту и при этом почти не тратить денег. Недостаточно просто орга-

низовать конференцию в Zoom. Чтобы соответствовать ожиданиям клиентов, важно понимать требования, которые они предъявляют к онлайн-формату.

Компания Koelnmesse провела несколько опросов, чтобы определить потребности экспонентов и гостей выставок и получила показательные ответы. Например, более 90% опрошенных посетителей отраслевых выставок отметили, что им было бы интересно просматривать более подробную информацию об экспонентах и их продукции, а также цифровые презентации, в которых экспоненты рассказывают о своих решениях. С другой стороны, наши специалисты отметили ряд серьезных различий в отдельных отраслях.

В каждой индустрии предъявляются свои требования к онлайн-мероприятиям и цифровому контенту, а также

существуют особенности спроса на онлайн-формат. Например, для некоторых отраслей крайне востребованными оказались прямые контакты с экспонентами в форме интерактивного подбора партнеров или общения по видеосвязи, тогда как другие отдали предпочтение видеовыступлениям в рамках онлайн-мероприятий с прямой трансляцией.

В зависимости от характера события необходимо предлагать различные продукты и пакеты услуг. В условиях отсутствия ценовых моделей было важно определить порядок ценообразования для новых цифровых форматов и сервисов. Более того, для монетизации услуг по организации полностью виртуальных событий требуется соответствующая правовая база. Поэтому надо разработать договорную основу, проанализировать, оценить и адаптировать сервисные условия компании.

## ПО СОБСТВЕННОМУ ОПЫТУ

В 2020 году мы получили первый опыт организации цифровых событий – впервые в полностью цифровом формате мы провели выставку видеоигр Gamescom и выставку индустрии диджитал-маркетинга DMEXCO.

Выставка Gamescom проводилась в формате B2C-мероприятия с разделением на основные потоки. Gamescom pow была основной площадкой: она начала свою работу в 2019 году параллельно с традиционной конференцией Gamescom и стала главной ареной презентаций живого контента, новинок мирового рынка и многого другого. Демонстрация видеоконтента проводилась с поддержкой разных платформ. Наряду с этим компания Koelnmesse предложила клиентам посетить зоны «Косплей», «Ретро», «Семья и друзья», «Кампус» и «Древню в стиле инди». Второй ключевой поток состоял из проводимых на платформе шоу в специальном формате, например, Open Night Live и других событий. В рамках третьего потока состоялась онлайн-конференция devcom для разработчиков, где участники могли искать партнеров, общаться и посещать мастер-классы.

Сочетание высококачественного контента и правильной организации позволило нам добиться успеха: мы смогли привлечь более 50 млн уникальных пользователей из 180 стран, а наши трансляции набрали более 94 млн просмотров.

В отличие от B2C-формата Gamescom, выставка DMEXCO проводилась исключительно для бизнес-аудитории. Перед мероприятием мы изучили цели наших экспонентов и учли их при создании цифровой платформы. Экспоненты получили возможность презентовать свою продукцию в специальной зоне Exhibitor Brand Room, участвовать в онлайн-трансляциях и общаться в виртуальных комнатах. Гостям выставки были предоставлены возможности для нетворкинга и участия в конференциях. В таком формате мы смогли успешно расширить глобальную географию участия DMEXCO.

Вместе с Gamescom и DMEXCO компания Koelnmesse получила первый ценный опыт, который позволяет заполнять вакуум, возникший после отмены традиционных выставок.

## РЕКОМЕНДАЦИИ ОРГАНИЗАТОРАМ МЕРОПРИЯТИЙ

Оба приведенных примера подтверждают необходимость тщательного планирования онлайн-мероприятий. Вначале организатор должен сделать выбор между цифровым и традиционным форматом проведения выставки. Требуется достаточное время, чтобы привлечь экспонентов для работы в цифровом формате. Именно поэтому следует избегать поспешности в принятии решений и посвятить подготовке платформы мероприятия не менее четырех месяцев.

Необходимо также обеспечить качественную работу платформы во время выставки. Сбои или проблемы с подключением крайне нежелательны. Участники надеются получить положительный опыт от использования цифровой платформы, и технические сложности могут негативно отразиться на репутации онлайн-мероприятий

в будущем. В худшем случае они будут отказываться от участия в них из-за неудачного опыта, полученного ранее. После мероприятия важно подвести итоги и отметить успехи и ошибки. В частности, нужно обратить внимание на то, что участники придают большое значение привлечению клиентов. Проведение конференций в рамках цифровых мероприятий позволяет сблизить экспонентов и потенциальных клиентов прежде всего за счет участия в сессиях с ключевыми докладами.

## БУДУЩЕЕ ОТРАСЛИ: ГИБРИДНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

Опыт компании Koelnmesse показывает, что онлайн-формат не исчезнет после пандемии COVID-19. Цифровые выставки дают возможности для серьезного расширения аудитории. Кроме того, экспоненты осваивают новые для себя способы презентации продукции виртуальным участникам. Гибридные мероприятия не могут полностью заменить очные события, но позволяют значительно расширить аудиторию. Экспоненты получают дополнительные возможности для продвижения своей продукции среди виртуальных участников.

Такие сильные бренды, как DMEXCO или Gamescom обладают преимуществами при переходе к гибриднему формату, так как являются авторитетными игроками рынка и работают с целевой аудиторией, тесно связанной с цифровыми технологиями. Эти площадки успешно привлекают участников, потому что у них уже есть собственное широкое сообщество сторонников.

Однако не стоит забывать, что при проведении гибридных выставок объем работы увеличивается вдвое. Одновременно работают две команды, одна из которых отвечает за организацию традиционной выставки, а другая занимается цифровой площадкой мероприятия.

Результаты, которые мы видим сегодня, подтверждают мнение о том, что в будущем гибридный формат будет чаще применяться на выставках. ■

# ОТДЫХ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ  
ФОРУМ-ВЫСТАВКА  
ПО ТУРИЗМУ

WE WILL  
ROCK  
TOURISM



**7-9 СЕНТЯБРЯ 2021**  
**ЭКСПОЦЕНТР, МОСКВА**

ПОЛУЧИТЬ БЕЙДЖ ПОСЕТИТЕЛЯ



ОРГАНИЗАТОР:

МОСКВА, РОССИЯ

ЕВРОЭКСПО



МОНАХ, АУСТРИЯ

EUROEXPO

ufi



РЕГИОН-ПАРТНЕР:



Правительство  
Нижегородской  
области



# РЕГИОНЫ

## ФОКУС

- 100** Волжские просторы.  
Самарская область
- 106** Общеэкономические  
и отраслевые рейтинги  
как инструменты оценки  
регионального рынка

# ВОЛЖСКИЕ ПРОСТОРЫ. САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ

ПО МАТЕРИАЛАМ

Туристского информационного центра  
Самарской области



**САМАРСКАЯ**  
область

*Самарская область известна живописной природой и богатой многовековой историей. Бескрайние просторы реки Волги, пейзажи Жигулевских гор, величественные курганы и памятники архитектуры никого не оставляют равнодушным. Приезжающие в Самарскую область деловые туристы и любители активного отдыха, особенно в летний сезон, понимают: здесь надо бывать.*

## **ВЫДЬ НА ВОЛГУ, ЧАРЛЬСТОН РАЗДАЕТСЯ**

Июль в Самарской области богат мероприятиями. Здесь проходят фестиваль музыки и искусств «Тремоло», Грушинский фестиваль – знаменитый слет любителей авторской песни, праздники «Жигулевская вишня» и «Сызранский помидор». Впервые в 2021 году в Парковом комплексе истории техники имени К. Г. Сахарова в Тольятти состоится автомобильный ретрофестиваль «Жигули». Инфраструктура Самарской области позволяет проводить в ре-

гионе мероприятия различных форматов: конгрессы, выставки, деловые встречи и спортивные соревнования. В 2018 году Самара принимала матчи Чемпионата мира по футболу. К этому событию была улучшена инфраструктура и построен современный стадион вместимостью более 44 тысяч человек. Любознательным путешественникам есть что посмотреть в Самаре. Гости могут прогуляться по набережным Волги, пешеходным улицам, осмотреть храмы и монастыри, увидеть образцы российского модерна, такие как особняк Курлиной и «Дом со слонами».



Самарская область занимает выгодное экономико-географическое положение, находясь на пересечении важнейших международных транспортных коридоров. По территории региона проходит ряд магистральных железнодорожных линий, связывающих западные, южные, юго-западные и восточные регионы страны.

#### КАК ДОБРАТЬСЯ

От Москвы до Самары – немногим более тысячи километров. Из столицы России до берегов Волги поезд доставляет пассажиров примерно за 14 часов. Гостей Самары, прибывших по железной дороге, встречает одна из главных достопримечательностей города – самый высокий вокзал в Европе. Он построен на месте исторического здания в 2001 году. Это сооружение из стекла и бетона со смотровой площадкой, откуда от-

крывается панорамный вид на город. Высота здания со шпилем – 101 м. Комфортабельный комплекс имеет площадь 32 тысячи м<sup>2</sup>, а залы ожидания вмещают одновременно до 2600 человек. Главный вокзал расположен в историческом центре города, и большинство знаковых достопримечательностей находятся от него в пешей доступности.

Быстрее добраться до Самары на самолете. Время полета из Москвы займет менее двух часов. Самолеты прибывают в международный аэропорт Курумоч имени С. П. Королева – одну из крупнейших воздушных гаваней в европейской части России по объемам пассажирских перевозок. Комплекс входит в холдинг «Аэропорты регионов». Из Самары осуществляются полеты по внутренним и международным направлениям. В конце 2014 года в аэропорту построен современный терминал.

В 2017 году Курумоч получил награду World Airport Awards, заняв в престижном рейтинге восьмое место в номинации «Лучший аэропорт макрорегиона Россия и СНГ» и третье место в номинации «Лучший региональный аэропорт макрорегиона Россия и СНГ». В 2018 году самарский аэропорт получил премию Skytrax World Airport Awards и занял третье место в номинации «Лучший региональный аэропорт России и СНГ».

#### С ВИДОМ НА ВОЛГУ

Большинство гостиниц в пределах Самары находятся в исторической части города. Многие из них расположены на берегу Волги, а из их номеров открывается вид на реку. Для любителей загородного отдыха в Самарской области также есть гостиничные комплексы и парк-отели. В числе наиболее популярных места



размещения повышенной комфортности – категории пять и четыре звезды.

**1. Lotte Hotel Samara** – отель категории пять звезд, принадлежащий южнокорейской сети Lotte Hotels & Resorts. В гостинице 193 номера, ресторан La Terrazza с выходом на летнюю террасу, уютный Lobby Lounge, 11 конференц-залов – трансформеров общей площадью более 1500 м<sup>2</sup>, фитнес-клуб и панорамный бассейн. Из номеров открываются виды на Волгу или исторический центр города. Интерьеры напоминают декорации к фильму «Великий Гэтсби» в стиле ар-деко. Также к услугам го-

стей предлагаются сауны: сухая, парная и травяная с ароматерапевтическим действием.

**2. Holiday Inn Samara** – входит в международную сеть отелей InterContinental Hotel Group и предлагает услуги для деловых туристов и путешественников. Гостиница категории четыре звезды работает с 2007 года. Она удобно расположена в центре исторического города, с видом на Волгу. В отеле хорошо сочетаются условия для отдыха, проведения деловых встреч и праздников. Для отдыха гостям предлагаются услуги тренажерного зала и СПА-зоны с бассейном, гидромассажной ванной,

финской сауной и турецким хаммамом.

**3. 7 Avenue Hotel & SPA** – первый в Самарской области не сетевой отель категории пять звезд. Открывшаяся перед Чемпионатом мира по футболу FIFA 2018 гостиница доказала высокий уровень обслуживания при стопроцентной загрузке. Для проведения различных мероприятий отель предоставляет конференц-площадку площадью 360 м<sup>2</sup> с видом на Жигулевские горы и Волгу. Комплекс располагает бассейном длиной 25 м и может размещать группы профессиональных спортсменов, которым необходимы каждодневные тренировки. В отеле есть три





5



6



7

галереи ресторанов и банкетный зал, а также СПА-комплекс.

**4. Cascade** – четырехзвездочный отель в Сызрани предлагает путешественникам современные и комфортабельные номера, оснащенные всем необходимым для комфортного проживания гостей. Из панорамных окон открываются великолепные виды на Волгу, собор Казанской иконы Божией Матери и Сызранский кремль.

**5. Парк-отель «Васильевский»** – элитный коттеджный комплекс категории четыре звезды, расположенный в 100 км от Самары, рядом

с селом Владимировка Безенчукского района Самарской области. Он принимает гостей с 2012 года. На берегу Волги расположен понтон для подхода водного транспорта. На территории парк-отеля расположено живописное озеро Махорино, которое летом служит гостям для купания и рыбалки, зимой – для катания на коньках. Площадь всей туристской базы 30 га. Здесь есть футбольное поле, площадки для игр в баскетбол и большой теннис. Банкетный зал ресторана комплекса одновременно вмещает 150 человек. В парк-отеле есть также винный погреб и кальянная зона. Комплекс рекомендуется для орга-

низации деловых и корпоративных мероприятий, различных торжеств.

**6. «Парк Отель»** – гостиничный комплекс категории четыре звезды в Тольятти предлагает 45 комфортабельных номеров, из которых открывается вид на Волжские просторы, Жигулевские горы и сосновый бор. Каждое утро в Зимнем зале гостей ждет завтрак по системе шведский стол в сопровождении живой музыки. На территории отеля работает спа-центр, благоустроен уникальный «Парк Истины» – место для уединения, вдохновения и созерцания, а также детская площадка, выполненная из экологически чистых материалов со стилизованными скульптурами животных. Деловые встречи или романтический ужин можно провести в ресторане «Удачное место».

**7. Lada Resort** – четырехзвездочный отель, расположенный в Тольятти, зеленом массиве, недалеко от реки Волги. К услугам гостей номера с гостиним уголком, чайником, принадлежностями для чая, кофе и питьевой водой. Собственная ванная комната укомплектована бесплатными туалетно-косметическими принадлежностями, феном, тапочками и халатом. В распоряжении гостей круглосуточная стойка регистрации и банкомат. Гости могут поиграть в бильярд, настольный теннис и бадминтон.

## ПУТЕШЕСТВИЯ ПО РЕКЕ С КОМФОРТОМ

Волга – главная река России. Всю красоту ее пейзажей можно увидеть во время прогулок на теплоходе. Круизный туризм является здесь одним из самых популярных видов отдыха. В навигационный сезон теплоходы перевозят по реке более 45 тысяч туристов, а самарские туроператоры обслуживают более 50 тысяч гостей, прибывших в регион по Волге. Самара занимает третье место в Российской Федерации после Москвы и Санкт-Петербурга по количеству туров по рекам и каналам и признана круизным



центром Поволжья. Каждый такой туристический маршрут уникален, обладает не только программой с перечнем исторических достопримечательностей, но своим настроением. Многообразен и выбор теплоходов, на которых можно отправиться в путешествие. Гостям предлагаются комфортабельные каюты, рестораны с аутентичной волжской кухней, развлекательные программы, экскурсионные туры во время стоянок: «Самара», «Тольятти», «Ширяево», «Винновка», «Волжский утес». Излюбленный туристами маршрут из Самары до села Ширяево, которое расположено в широкой долине между Жигулевскими горами. Здесь можно посетить смотровую площадку на горе Поповой, Ширяевские штольни и музей художника Ильи Репина, автора хрестоматийной картины «Бурлаки на Волге».

В селе Винновка, расположенном на юге Самарской Луки, главной достопримечательностью является Свято-Богородичный Казанский

мужской монастырь, на который открывается вид с теплохода. Поселок Волжский утес, где располагается еще одна стоянка, находится в Шигонском районе Самарской области, на берегу Куйбышевского водохранилища. Здесь есть оборудованный пляж.

Круизы по Волге помогают ощутить местный колорит Самарской области. Водные прогулки длятся от трех часов до нескольких дней. Отправиться в путешествие можно не только на теплоходах, но и на парусных судах.

Туристические компании региона предлагают гостям совершить прогулку по Волге на моторной яхте Smile класса люкс с выездным обслуживанием. С борта 38-метрового судна можно любоваться пейзажами Жигулевских гор и цветущими лотосами в дельте реки. Двухпалубная яхта имеет семь гостевых кают с ванными комнатами. Дизайн салонов выполнен в африканских, марокканских и индийских мотивах. На открытой па-

лубе находится просторная площадка для принятия солнечных ванн и зона джакузи. Выше размещен закрытый салон. На главной палубе находятся два салона для гостей.

#### БЛИЖЕ К ПРИРОДЕ

Пройти вдоль Жигулевских гор под парусом, встать на кайт, промчаться с огромной скоростью на вейкборде, погрузиться в глубины реки... Самарская область – пожалуй, одно из идеальных мест в России для любителей активного отдыха. Путешественники, увлекающиеся водными видами спорта, ценят величественную Волгу за ее изгибы, причудливые притоки и Куйбышевское водохранилище, за которым прочно закрепилось название Жигулевское море. В любое время года поклонники активного отдыха и альпинизма приезжают на возвышенности Самарской Луки и Жигулевские горы.

Пик популярности активного отдыха на Волге приходится на лет-



ний сезон. В это время здесь можно увидеть профессионалов и любителей парусного спорта. Примечательно, что желающие могут взять напрокат яхту любого класса и размера и, например, организовать небольшой двухдневный тур-приключение с рыбалкой. Каждое лето в Самарском регионе собираются фанаты вейкбординга – катания на широкой водной доске, прикрепленной тросом к впереди идущему катеру.

В регионе находятся особо охраняемые природные территории: заповедники и национальные парки, биосферные резерваты и ботанические сады, а также лечебно-оздоровительные курорты.

#### ДЛЯ ДЕЛОВЫХ ПУТЕШЕСТВЕННИКОВ

Богатое историко-культурное наследие, уникальность природных ресурсов и удобное транспортное со-

общение создают предпосылки для развития в Самарской области всех видов туризма. Наибольший потенциал в регионе имеют событийное, экологическое и культурно-познавательное направления. □

*Более подробную информацию о Самарской области, средствах размещения и туристических маршрутах можно узнать на сайте [samara.travel](http://samara.travel).*

#### ТУРИСТИЧЕСКАЯ ОТРАСЛЬ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ В ЦИФРАХ

**1,4 млн**

туристов

**95 250 га**

особо охраняемых  
природных  
территорий

**378**

средств  
размещения

**4369**

объектов  
культурного  
наследия

Источник: Туристский информационный центр Самарской области, 2021 г.

# ОБЩЕЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ОТРАСЛЕВЫЕ РЕЙТИНГИ КАК ИНСТРУМЕНТЫ ОЦЕНКИ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА

ПО МАТЕРИАЛАМ



ВЫСТАВОЧНЫЙ  
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ЦЕНТР

*Выставочный научно-исследовательский центр (ВНИЦ) R&C, проводящий на регулярной основе исследования событийного потенциала регионов России, проанализировал результаты общеэкономических и отраслевых рейтингов субъектов Российской Федерации.*

## ЗНАЧЕНИЕ СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Событийная индустрия – эффективный инструмент, который дает мощный толчок развитию региона, позволяет комплексно решать задачи рынка, способствует стабилизации бизнеса, развитию межрегиональных и международных отношений. Для проведения мероприятия в регионе правительства многих стран мира, региональные и местные власти целенаправленно содействуют созданию на своей территории событийной инфраструктуры, совершенствованию транспортной системы, строительству гостиниц, созданию комфортной городской среды. Это благоприятно влияет на экономику и социальную сферу региона, делает его более удобным для жителей и спо-

собствует появлению новых рабочих мест. Расходы одного участника делового мероприятия часто значительно выше, чем у туристов, посещающих регион с целью отдыха – в три-четыре раза. Большинство деловых событий происходит в то время, когда в туристическом бизнесе низкий сезон, поэтому они помогают поддерживать заполняемость гостиниц и поддерживать деятельность других предприятий в спокойные периоды.

Рейтинг событийного потенциала регионов России, который ежегодно составляет Выставочный научно-исследовательский центр (ВНИЦ) R&C, позволяет оценить состояние факторов развития ивент индустрии территорий. Эти факторы – предмет внимания для региональной власти, инструмент ее влияния на ситуацию в регионе. В фокусе находятся пять групп показа-

телей: состояние событийной инфраструктуры, политика региона в сфере ивент индустрии, продвижение территорий как событийной дестинации, опыт проведения крупных международных мероприятий и туристическая привлекательность субъектов России.

## ОБЩЕЭКОНОМИЧЕСКИЕ РЕЙТИНГИ

Событийный потенциал и его эффективное использование – одна из возможностей для роста экономики и социальной сферы территории. Его можно проиллюстрировать анализом связей с общеэкономическими рейтингами регионов.

Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах РФ составляет Агентство стратегических инициатив (АСИ). Рейтинг оценивает усилия региональных властей по созданию благоприятных условий ведения бизнеса и выявляет лучшие практики, а его результаты стимулируют конкуренцию в борьбе за инвестиции на региональном уровне.

Рейтинг социально-экономического положения регионов РФ – исследование проводит агентство РИА Новости (РИА Рейтинг) на основе официальной статистики. Он построен на принципе агрегирования ключевых показателей регионального развития, что позволяет дать ответ на вопрос о позициях того или иного субъекта на экономической карте России, определить диспропорции в уровне регионального развития. Первое исследование было опубликовано в 2011 году. Актуальность рейтинга определяется необходимостью повышения информационной прозрачности субъектов РФ, а также востребованностью информации о реальном положении дел в регионах и диспропорциях в региональном развитии со стороны местных властей, федеральных органов власти, бизнеса. Принципиально важным является то, что исследование построено на основе объективных показателей официальной статистики, доступных широкому кругу заинтересованных пользователей.

В рейтинге не используются экспертные оценки.

Рейтинг российских регионов по качеству жизни – исследование подготовлено экспертами агентства РИА Новости (РИА Рейтинг) по данным Росстата, Министерства здравоохранения РФ, Министерства финансов РФ, Центробанка и других открытых источников за 2019–2020 годы. Рейтинг построен на основе комплексного учета различных параметров, характеризующих качество жизни в регионах. При расчете проанализированы 70 показателей, которые объединены в 11 групп: уровень доходов населения, занятость и рынок труда, жилищные условия, безопасность проживания, демографическая ситуация, экологические и климатические условия, здоровье и уровень образования, обеспеченность объектами социальной инфраструктуры, уровень экономического развития, уровень развития малого бизнеса, освоенность территории и развитие транспортной инфраструктуры. Рейтинговый балл изменяется в диапазоне от 1 до 100.

Рейтинг «Лучшие регионы для жизни» подготовлен агентством «Национальные кредитные рейтинги» по заказу РБК. Данное исследование – это способ ранжировать регионы не по традиционным показателям экономического потенциала или инвестиционной активности, а по целому ряду индикаторов, непосредственно отражающих уровень жизни россиян, проживающих в той или иной местности, таким как розничный товароборот на душу населения в регионе, доступность жилья, обеспеченность медицинскими работниками, климатическая зона и другие – всего десять индикаторов. Показатели, характеризующие специфику региональных бюджетов, не включаются в расчет, поскольку не отражают напрямую качество жизни. Параметры, лежащие в основе рейтинга, строятся на базовых данных Росстата, Федеральной налоговой службы, Банка России.

Индекс креативного капитала российских городов – это исследование проводится компаниями Calvert 22 и PwC в России. Это система оценки реали-



*Светлана Чупшева,  
генеральный директор Агентства  
стратегических инициатив по  
продвижению новых проектов (АСИ)*

Сегодня мы видим улучшения показателей в регионах. Все 85 субъектов сумели создать базовую инфраструктуру, предложили инструменты работы для инвесторов. Например, в Республике Башкортостан приняли пакет мер поддержки, который расширил возможности бизнеса и больше предпринимателей смогли получить дополнительную помощь. В 2020 году в регионах были задействованы все необходимые инструменты, агентства по работе с бизнесом работали по системе одного окна. Консолидация и тесный диалог с деловым сообществом позволили не декларировать меры поддержки, а оперативно решать проблемы. Такая практика должна стать нормой взаимодействия органов власти с предпринимателями.

зованного и скрытого потенциала мегаполисов в сфере новой экономики. Индекс креативного капитала – первый индекс, который оценивает развитие новой экономики не только столицных городов, но и региональных центров. Практическая цель Индекса – оценить и сопоставить потенциал наиболее динамичных городов страны в контексте перспектив их экономической модернизации и инвестиционной привлекательности. Под креативным капиталом создатели Индекса понимают особенности социального климата, культурного и образовательного ландшафта, институциональной инфраструктуры, информационного пространства, способствующие при-

влечению представителей креативных профессий и реализации их потенциала с учетом как глобальных трендов, так и региональной специфики. В фокусе внимания Индекса находятся креативные индустрии, а также их взаимосвязь со сферой технологических инноваций, что позволяет говорить о едином инновационно-креативном секторе.

### АНАЛИЗ РЕЙТИНГОВ

В таблице и графике приведены результаты сопоставления топ-30 Рейтинга событийного потенциала регионов России с общеэкономическими рейтингами.

На графике представлено соотношение коэффициентов корреляции событийного рейтинга с каждым из

рассматриваемых экономических рейтингов. Корреляция не объясняет механизм взаимосвязи, а только показывает ее степень. При предварительной оценке нельзя сказать, кто на кого больше влияет. Можно только утверждать, что подобная взаимосвязь есть. Чтобы объяснить ее характер, нужны дополнительные исследования внутренних факто-

### СОПОСТАВЛЕНИЕ СУБЪЕКТОВ РФ, ВХОДЯЩИХ В ТОП-30 РЕЙТИНГА СОБЫТИЙНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ РОССИИ<sup>1</sup>

Топ-30 Рейтинга событийного потенциала регионов РФ, 2020 г. (ВНИЦ R&C)	Субъект РФ	Национальный инвестиционный рейтинг субъектов РФ, 2020 г. (Агентство стратегических инициатив)	Рейтинг социально-экономического положения регионов РФ, 2020 г. (РИА Рейтинг)	Рейтинг регионов РФ по качеству жизни, 2020 г. (РИА Новости)	Рейтинг «Лучшие регионы для жизни», 2020 г. («Национальные кредитные рейтинги», РБК)	Индекс креативного капитала городов
1	Санкт-Петербург	8	2	2	1	2
2	Свердловская область	35	7	15	10	4
3	Республика Татарстан	2	5	4	11	3
4	Краснодарский край (Сочи)	7	10	6	6	-
5	Республика Башкортостан	5	17	29	38	14
6	Калининградская область	11	32	10	29	7
7	Краснодарский край	7	10	6	6	6
8	Красноярский край	78	9	46	25	15
9	Самарская область	8	12	16	16	18
10	Приморский край	14	30	41	21	10
11	Нижегородская область	6	13	13	9	11
12	Челябинская область	9	19	25	47	23
13	Камчатский край	12	68	27	68	-
14	Мурманская область	не входит в топ-10	21	43	30	-
15	Ростовская область	12	14	17	18	13
16	Волгоградская область	не входит в топ-10	29	44	46	24
17	Кемеровская область	12	39	54	63	-
18	Ярославская область	8	38	31	12	-
19	Иркутская область	22	22	55	45	-
20	Владимирская область	51	45	32	28	-
21	Новгородская область	7	70	66	58	20
22	Архангельская область	не входит в топ-10	50	75	24	-
23	Хабаровский край	не входит в топ-10	40	30	17	-
24	Новосибирская область	не входит в топ-10	24	22	41	5
25	Тюменская область	3	11	14	8	12
26	Омская область	не входит в топ-10	31	60	57	25
27	Саратовская область	13	33	49	37	-
28	Республика Саха	10	35	65	26	8
29	Воронежская область	не входит в топ-10	16	8	5	-
30	Ханты-Мансийский АО – Югра	6	3	9	7	9

<sup>1</sup> Цветом выделена позиция, совпадающая с топ-10 экономических рейтингов.

ров, формирующих анализируемые результаты. Для определения более точной корреляции необходимо увеличение количества рассматриваемых случаев, то есть в данной ситуации – ретроспективы. Чем большее количество лет по каждому рейтингу будет охвачено, тем точнее будет корреляция.

Выставочный научно-исследовательский центр (ВНИЦ) R&C продолжает свои исследования в этом направлении и в следующих номерах журнала CongressTime представит полученные результаты. На данном этапе расчет коэффициента корреляции показал, что наибольшая взаимосвязь есть у событийного и креативного потенциала региона (0,7249). Средняя степень связи присутствует у событийного потенциала с качеством жизни и уровнем социально-экономического развития (0,6373 и 0,5843 соответственно). Наименьшую степень взаимосвязи обнаружили событийный и инвестиционный потенциал (0,1990). Данные результаты являются предварительными и нуждаются в дальнейшем изучении.

## ВЫВОДЫ

- Наибольшая взаимосвязь есть у событийного потенциала региона с уровнем креативного капитала, качеством жизни и уровнем социально-экономического развития.

- Присутствие в топ-30 событийного рейтинга увеличивает шансы региона попасть в топ-10 экономических рейтингов. Соответственно, присутствие в топ-10 событийного рейтинга еще больше увеличивает эти шансы.
- Санкт-Петербург, Республика Татарстан и Краснодарский край обладают высоким событийным потенциалом, который уже привел к лучшим экономическим и социальным показателям: все три субъекта РФ присутствуют в топ-10 всех рейтингов. Несколько выбивается из общей логики Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, но и он входит в топ-30 событийного рейтинга, что является также высоким показателем.
- Присутствие региона в топ-30 событийного и топ-10 инвестиционного рейтингов и отсутствие среди топов в двух других позволяет сделать вывод, что они находятся в начале пути роста. Высокий событийный потенциал обеспечил привлекательные инвестиционные характеристики, но не привел пока к лучшим показателям по другим рейтингам. Например, рывок Республики Башкортостан, занявшей 5-е место в событийном рейтинге в 2020 году, на 5-ю строчку в рейтинге АСИ, позволяет сделать вывод, что регион находится как раз на таком пути. ■



*Дарья Островская,  
генеральный директор  
Выставочного  
научно-исследовательского  
центра (ВНИЦ) R&C*

Оценка, осуществляемая с помощью рейтинга, обозначает проблемные точки и позволяет планировать деятельность по улучшению общей ситуации на региональном рынке. Благодаря этому можно ежегодно отслеживать и влиять на изменения в событийной индустрии и их воздействие на социально-экономическое развитие субъекта РФ. Как показало исследование ВНИЦ R&C, взаимосвязь рейтингов достаточно тесная. Чем выше позиция региона в событийном рейтинге, тем выше вероятность того, что и в других рейтингах территория займет топовую позицию. Их взаимосвязь уже очевидна, но механизм связи еще нуждается в дальнейших исследованиях.

## КОЭФФИЦИЕНТЫ КОРРЕЛЯЦИИ ОБЩЕЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕЙТИНГОВ С РЕЙТИНГОМ СОБЫТИЙНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ТОП-10)



Слабая корреляция: 0–0,5 Средняя корреляция: 0,5–0,7 Сильная корреляция: 0,7–1

Источник: ВНИЦ R&C

ДЕЛОВОЙ ПОРТАЛ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ  
ИВЕНТ ИНДУСТРИИ И ИХ ЗАКАЗЧИКОВ

# Event **LIVE**

ВАШ ИСТОЧНИК СВЕЖИХ ИДЕЙ, НОВОСТЕЙ  
И ЭКСПЕРТНЫХ ОЦЕНОК ПО ИВЕНТ ИНДУСТРИИ



[www.event-live.ru](http://www.event-live.ru)



ВЫСТАВОЧНЫЙ  
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ЦЕНТР





**ИДЕЯ**

**112** Мессенджер Telegram: помощник организаторов мероприятий

**114** Ивент в кино: пять фильмов о фестивалях



# МЕССЕНДЖЕР TELEGRAM: ПОМОЩНИК ОРГАНИЗАТОРОВ МЕРОПРИЯТИЙ

ПО МАТЕРИАЛАМ

**Event LIVE**

ДЕЛОВОЙ ПОРТАЛ ДЛЯ  
ПРОФЕССИОНАЛОВ ИВЕНТ-ИНДУСТРИИ

*Как привлечь новых участников на деловые мероприятия, поддерживать вовлеченность аудитории и координировать ее во время события? Решение этих задач может значительно упростить мессенджер Telegram. Портал Event LIVE изучил функции сервиса, которые могут пригодиться организатору мероприятий.*

## КОММУНИКАЦИЯ И КООРДИНАЦИЯ

Организаторы часто создают для участников чаты или информационные каналы с анонсами в мессенджерах. Приложения для обмена сообщениями популярны: осенью 2020 года 42% респондентов опроса, проведенного компанией Deloitte, отметили, что стали чаще пользоваться такими сервисами. Например, WhatsApp установлен на устройствах 70,6 млн россиян. И хотя в России Telegram не самый распространенный мессенджер, им пользуется 26,7 млн человек, на рынке у него есть преимущества. В частности, ограничения на количество участников чата здесь менее строгие, максимально до 200 тысяч

человек, а число подписчиков канала – неограниченно.

Telegram также позволяет облегчить переход между каналами коммуникации благодаря встроенным ссылкам. Таким образом можно создать экосистему с отдельными чатами-комнатами для разных категорий участников. Организаторы могут объединять чаты и каналы на схожие темы в папки и упорядочивать их в зависимости от приоритета. Эта возможность предоставляется всем пользователям мессенджера бесплатно. Для активации аналогичной функции в WhatsApp придется подключить бизнес-аккаунт.

Часто организаторы хотят предоставить участникам быстрый доступ к

важной информации. В Telegram такой текст можно закрепить. Тогда сообщение будет всегда находиться над окном чата или канала независимо от того, как давно оно было отправлено. В тексте можно описать правила коммуникации, контакты организаторов и ссылки для голосований. А чтобы выделить тему обсуждения, можно использовать хештеги.

Если часто возникает необходимость отправить какую-то информацию участнику лично, ее можно предварительно добавить в избранное – отдельный раздел, где потом ее легко найти. Например, оставить метку «избранное» на сканы договоров, списки участников и фотографии площадки.

### ПРИВЛЕЧЕНИЕ И УДЕРЖАНИЕ ВНИМАНИЯ

Все Telegram-каналы и чаты обладают короткой ссылкой, которая указана в их описании. С ее помощью любой член сообщества может пригласить к общению новых пользователей из числа своих коллег и друзей. Тем самым расширяется число участников мероприятия. Кстати, новые пользователи видят в чатах сообщения, которые были оставлены до момента, когда они добавились в сообщество. Благодаря этому администратору не обязательно вводить новичка в курс дела, он может самостоятельно ознакомиться с историей взаимодействия.

Еще одна полезная опция Telegram – собственный встроенный браузер. Для организаторов эта функция хо-

роша тем, что участники не покидают чаты, а после просмотра контента возвращаются в окно обсуждений. Также у мессенджера есть собственное облачное хранилище для файлов. По сути, каждая беседа в Telegram имеет свой мини-хостинг, доступный только его участникам. Ограничение только одно – размер файла не должен превышать 1,5 Гб.

### ВОВЛЕЧЕНИЕ АУДИТОРИИ

Особенности интерфейса Telegram позволяют любому желающему создать и интегрировать в работу чат-бот – простую программу, способную выполнять однотипные и повторяющиеся задачи. Такие помощники облегчают работу организаторов мероприятий. Например, есть боты для расшифровки аудиосообщений, озвучивания текста или его перевода на другой язык, проверки почты и другие. Их удобно использовать для экономии времени и организации рабочих процессов.

Также с помощью ботов можно быстро собрать отклики участников о мероприятии и поддерживать обратную связь. Простые опросы легко сконструировать за 10–15 минут с помощью @PollBot и @VoteBot. Для более сложных опросов разработан @QuAnBot – он позволяет включить или удалить свой голос, оставить комментарий к ответу и поделиться информацией о своей локации. Когда нужный алгоритм будет создан, бота можно добавить в чат к участникам и попросить поделиться своим мнением.

Специальные боты существуют и для проведения розыгрышей. Общаясь с ними, организатор утверждает условия конкурса – время и количество победителей. Затем бот публикует на выбранном канале пост с кнопкой и таймером. Для создания розыгрыша понадобится @VoterBiBot. Есть и другие боты, у каждого из которых есть свои особенности. Например, @RandomTGbot способен сгенерировать случайное число в заданном диапазоне, а @Spin\_everyday\_bot позволяет настроить конкурс один раз и проводить его ежедневно. Если в Telegram еще нет бота, который способен автоматизировать нужную задачу, его можно создать через посредника или самостоятельно на платформах-конструкторах.

Нельзя не упомянуть о стикерах – цифровых наклейках, которые можно использовать для короткого ответа на вопрос или выражения реакции. Создать свой набор изображений может любой пользователь. Некоторые организаторы пользуются этой возможностью для вовлечения аудитории и продвижения бренда мероприятия. Например, свои наборы стикеров есть у российской национальной премии «Золотая маска» и белорусского экофестиваля «Пастернак».

Все перечисленные функции мессенджера Telegram помогают организаторам повысить эффективность взаимодействия с аудиторией деловых мероприятий. Однако следует помнить, что конечный результат всегда зависит от специалистов. ■

## TELEGRAM-КАНАЛЫ ДЛЯ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ



**EVENT MBA**  
8382 подписчика  
Основан в 2017 г.

Канал ведет агентство Department. Ничего лишнего, визуальные концепции в мире ивента.



**EPIGRAPH**  
1869 подписчиков  
Основан в 2017 г.

Медиа о технологии в визуальных и маркетинговых коммуникациях агентства Eventum Premo.



**ВЕЛОСИПЕД ИВЕНТЩИКА**  
1234 подписчика  
Основан в 2017 г.

Представляет информацию для профессионалов ивент индустрии и маркетологов: новости отрасли, тендеры, обзоры событий и проч.



**TABRIZ I EMPIRE OF MUSIC**  
7996 подписчиков  
Основан в 2019 г.

Авторский канал Табриза Шахиди рассказывает об организации событий с участием звезд.



**MAKE EXPO NOT BUZZ**  
365 подписчиков  
Основан в 2020 г.

Канал публикует новости, инсайты, обсуждения об отраслевых выставках в России и в мире.



## ИВЕНТ В КИНО: ПЯТЬ ФИЛЬМОВ О ФЕСТИВАЛЯХ

ПО МАТЕРИАЛАМ

**Event LIVE**

ДЕЛОВОЙ ПОРТАЛ ДЛЯ  
ПРОФЕССИОНАЛОВ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ

*В кино сюжет часто закручивается вокруг фестивалей. В одних фильмах персонажи стремятся стать их участниками, чтобы исполнить свою мечту или изменить жизнь. В других – события являются местом действия и декорацией для личных драм главных героев. Event LIVE рекомендует к просмотру пять фильмов о фестивалях.*

### «РОДНЫЕ», РОССИЯ, 2020 ГОД

В центре повествования роуд-муви семья, состоящая из знакомых многим, практически архитипичных персонажей. Чтобы исполнить мечту всей своей жизни, отец (актер – Сергей Бурунов) вместе с женой, двумя сыновьями, дочерью и невесткой отправляются в путешествие на Грушинский фестиваль. В пути всплывают накопившиеся обиды и неразрешенные противоречия, которые персонажам при-

ходится обсуждать, часто на повышенных тонах.

Грушинский фестиваль, на который так желает попасть главный герой, – ставший культовым слет любителей авторской песни и профессиональных бардов. Традиционно он проходит недалеко от Самары, но в год съемок фильма из-за ограничений на проведение массовых мероприятий фестиваль прошел в онлайн-формате. Палаточный городок и знаменитую сцену в форме гитары воссоздали в Подмосковье.

Оценки фильма «Родные» достаточно противоречивые. Во многом этому способствует сложный характер главного героя и трейлер, обещающий зрителям искрометную музыкальную комедию. Не стоит обманываться: на самом деле «Родные» – это иногда даже очень неуютная драма о том, как часто понятием семья объединены люди с полярно противоположными характерами, ценностями и целями в жизни. Впрочем, шутки разной степени удачности в фильме тоже присутствуют.

**«ФЕСТИВАЛЬ РИФКИНА»,  
(RIFKIN'S FESTIVAL), США,  
ИТАЛИЯ, ИСПАНИЯ, 2020 ГОД**

Пожилый кинокритик Морт Рифкин приезжает на кинофестиваль в Сан-Себастьяне вместе со своей женой – пресс-агентом молодого и очень претенциозного режиссера. И пока участники мероприятия просматривают новые картины и обсуждают их суть, Рифкину и его супруге предстоит заглянуть себе в душу, определиться в своих чувствах и в финале найти гармонию. Режиссером и сценаристом «Фестиваля Рифкина» выступил легендарный Вуди Аллен – романтик и синефил. Таким же вышло и кино – немного инфантильным, но трогательным, с оммажами классическим черно-белым фильмам и томительной атмосферой Сан-Себастьяна.

Съемки фильма проходили в курортном городе на берегу Бискайского залива, где в действительности ежегодно проводится кинофестиваль – во Дворце конгрессов «Курсааль» и в кинотеатре «Виктория». Мировая премьера «Фестиваля Рифкина» также состоялась на кинофестивале в Сан-Себастьяне.

**«ТЯЖЕЛАЯ ПОЕЗДКА», (HEVI REISSU), ФИНЛЯНДИЯ, 2018 ГОД**

Кино рассказывает историю о четырех парнях из глухой финской деревушки, которых объединяет любовь к тяжелому року. Вот уже 12 лет они репетируют в подвале на оленьей ферме,

но ни разу не выступали на сцене. Все вокруг считают их неудачниками, но случайная встреча с организатором известного норвежского рок-фестиваля Northern Damnation дает им шанс прославиться. «Тяжелая поездка» – хулиганская финская комедия, которая последовательно высмеивает все мифы и клише, связанные с тяжелым роком и жизнью начинающих музыкантов.

В этом фильме битвы норвежского спецназа с реконструкторами в костюмах викингов сочетаются с завораживающей скандинавской природой, а по-настоящему черный юмор с почти диснеевской моралью: если ты веришь в свою мечту, стремись к ней, несмотря ни на что. Существующий в действительности фестиваль Northern Damnation появляется в кадре всего на 10 минут, но становится достойной кульминацией приключений главных героев.

**«ШТУРМУЯ ВУДСТОК», (TAKING WOODSTOCK), США, 2009 ГОД**

Преуспевающий американский дизайнер Эллиот Майкл Тайбер возвращается в сельский городок Бетел, чтобы помочь спасти небольшой мотель своих родителей от закрытия. В попытке собрать необходимую сумму денег он добивается у местных властей разрешения провести небольшое музыкальное событие. Параллельно с этим организаторы Вудстокского фестиваля остаются без площадки для своего мероприятия из-за протестов местных жителей. Эллиот решает

помочь им и приглашает в Бетел событие, которое войдет в историю как один из самых известных фестивалей в мире, проведенный с нарушением всевозможных правил безопасности.

Фильм вызвал у зрителей смешанные чувства, противоположные рецензии критиков и провалился в прокате, однако в отзывах на сайте IMDb пользователи хвалят его за искренность и атмосферу, близкую к той, которая когда-то ощущалась на настоящем «Вудстоке».

**«МИСТЕР БИН НА ОТДЫХЕ»,  
(MR. BEAN'S HOLIDAY),  
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ, 2007 ГОД**

Этот фильм – последняя и на этот раз полнометражная история про героя многосерийного телешоу незадачливого мистера Бина, роль которого исполнял британский комик Роуэн Аткинсон. Здесь он выигрывает в благотворительной лотерее тур в Канны как раз в то время, когда там проходит знаменитый кинофестиваль. Вместе с видеокамерой мистер Бин отправляется в поездку, попадает в череду неурядиц, теряет деньги и билеты, но находит новых друзей и становится звездой, когда его любительский фильм попадает на каннские экраны.

Как и в других фильмах из этого списка, фестиваль становится фоном для жизнерадостной дурашливой комедии о дружбе и любви к кино, а еще о справедливости и умении не впадать в уныние, что подчас выручает в самых безвыходных ситуациях. ■

**РЕЙТИНГ ФИЛЬМОВ,  
ПО МНЕНИЮ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ САЙТОВ О КИНО  
В РОССИИ И МИРЕ**

Фильм	Кинопоиск	IMDb
«Родные»	6,4 / 10	
«Тяжелая поездка», Hevi Reissu	7,0 / 10	7,0 / 10
«Фестиваль Рифкина», Rifkin's Festival	6,8 / 10	6,2 / 10
«Штурмуя Вудсток», Taking Woodstock	6,5 / 10	6,7 / 10
«Мистер Бин на отдыхе», Mr. Bean's Holiday	6,9 / 10	6,4 / 10

БАНКЕТНЫЙ СЕВЕРНЫЙ  
РЕСТОРАН МОДЕРН



Свадьбы | Юбилеи | Корпоративы  
Бизнес-завтраки | Деловые обеды | Кофе-брейки

Санкт-Петербург, Лодейнопольская ул., 5, лит. Б  
+ 7 (812) 635 95 00 | [www.n-modern.ru](http://www.n-modern.ru)

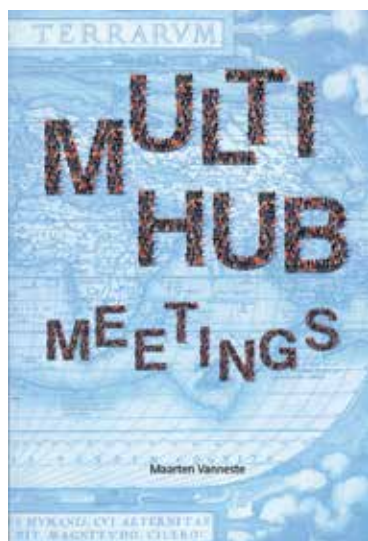


# ПОСТСКРИПТУМ

**118** БИБЛИОТЕКА ВНИЦ

**119** НОВИНКИ

**120** ЕЖЕДНЕВНИК



### **Multi Hub Meetings: When Groups Meet Groups** **Maarten Vanneste**

*Издательство Create Space, Скотс Вэлли, 2018 год*  
ISBN 978-198436250-6

Multi Hub Meetings проводятся на различных площадках, в разных городах и странах. Как отмечают профессионалы ивент отрасли, это очень инновационный и динамичный формат мероприятий с участием тысяч человек в нескольких местах в течение нескольких часов или дней. Книга Маартена Ваннесте объясняет организаторам встреч и их командам, как такой формат поможет проводить события. Успех специалистов ивент индустрии часто зависит от их умения реализовать свои идеи в нескольких местах. Эта книга создана при содействии участников конференции FRESH, первого события формата MultiHub, состоявшегося в 2017 году, организованного для профессионалов ивент индустрии в пяти городах. Книга Маартена Ваннесте – это еще один пример того, как сегодня меняется отрасль, мероприятия, и как важно быть в курсе современных событий.



### **Павильоны СССР на международных выставках** **Анна Петрова, Нелли Подгорская, Екатерина Усова**

*Издательство «Майер», Москва, 2013 год*  
ISBN 978-5-905494-10-9

Издание приурочено к выставке «История советских павильонов. Часть первая», организованной летом 2013 года музейно-выставочным объединением «Манеж» при партнерстве с Государственным научно-исследовательским музеем архитектуры имени А. В. Щусева и посвященной участию СССР в международных выставках. Архитектура, дизайн выставочных павильонов и экспозиций в них играли роль своего рода культурно-политического представительства страны за рубежом и, безусловно, оказывали колоссальное влияние на формирование государственного имиджа. Неслучайно строительство павильонов превращалось в событие чрезвычайной важности, к которому привлекались профессионалы и экстраординарные бюджеты. Первая глава истории выставочных павильонов, представляющих Россию в мире, закончилась с распадом СССР. Она блистательна и поучительна. Насколько ее уроки оказались полезны архитекторам, решающим задачи презентации новой России в современном мире, понятно из данной книги.



### **Туристический сувенир: от идеи до туриста** **Геннадий Шаталов, Вероника Косых**

*Издательство «Питер», Санкт-Петербург, 2021 год*  
ISBN:978-5-4461-1834-2

В книге представлен обобщенный опыт авторов, которые занимаются анализом туристических сувениров России с 2015 года. Приведены примеры успешного выпуска оригинальной продукции регионов страны, опубликованы результаты исследовательского проекта, отмечены особенности, приведена классификация данного вида товаров и алгоритм создания туристического продукта. Книга «Туристический сувенир: от идеи до туриста» адресована всем, кто проектирует, производит, продвигает и реализует сувениры для путешественников: мастерам народно-художественных промыслов, ремесленникам, дизайнерам, художникам, маркетологам, рекламистам, специалистам в области связей с общественностью, культурологам, владельцам сувенирных магазинов. Издание также заинтересует субъектов въездного и внутреннего туризма: представителей органов власти, туристские информационные центры, турфирмы, объекты размещения, питания, музеи и других.



## ■ ЗАРЯДНОЕ УСТРОЙСТВО ДЛЯ ДЕЗИНФЕКЦИИ



Несколько компаний одновременно предложили рынку гаджет, который совмещает беспроводное устройство для зарядки аккумуляторов смартфонов и стерилизатор. Производители заявляют, что с помощью девайса можно дезинфицировать офисные принадлежности, наушники, украшения, часы и прочие аксессуары. Пользователю достаточно сложить предметы в коробку ультрафиолетового стерилизатора и нажать кнопку. В течение 10 минут все они будут обеззаражены. Разработчики уверяют, что аппарат уничтожает до 99% болезнетворных бактерий, а его эффективность подтверждена исследованиями. Размеры устройства позволяют проводить дезинфекцию смартфонов и портативных устройств различных размеров.

## ■ ИННОВАЦИОННАЯ ЗАЩИТА ОТ БАКТЕРИЙ



На площадке Asia World-Expo продемонстрировали возможности дезинфекционной установки CleanTech. Инновационное оборудование использует систему запатентованной защиты от микробов с фотокатализатором Aegis 5700SC и жидкость для дезинфекции и очистки воздуха с натуральными ингредиентами BioEm. Перед входом на выставку посетители проходят через специальную комнату. Двери устройства открываются только после того, как людям будет автоматически измерена температура. Безопасный процесс дезинфекции одежды и ручной клади посетителей занимает всего 12 секунд. Система эффективно удаляет бактерии, грибок, плесень, формальдегид, летучие органические соединения и обеспечивает дезодорацию.

## ■ БЕЗОПАСНЫЕ ПОЛЕТЫ С МОБИЛЬНЫМ ПРИЛОЖЕНИЕМ



Осенью 2021 года Международная ассоциация воздушного транспорта предложит пассажирам самолетов мобильное приложение IATA Travel Pass. Новинка будет учитывать информацию, касающуюся вакцинации от коронавируса, и сможет помочь восстановлению рынка авиаперевозок. Мобильное приложение с персональными данными пассажира позволит информировать авиаперевозчиков о действующих визах и вакцинировании, наличии или отсутствии антител. Как отмечают представители авиакомпаний, это не повлияет на стоимость билетов, а даст возможность людям перемещаться по всему миру. При помощи мобильного приложения клиенты смогут найти данные о центрах тестирования и вакцинации в пункте отправления, а также получить соответствующий сертификат.

## ■ РОБОТ-ДЕЗИНФЕКТОР



На площадке Петербургского международного экономического форума был представлен робот-дезинфектор. Аппарат – результат совместной работы компании «Специальные технологии контроля» и Лаборатории робототехники Сбера. Робот-дезинфектор – это автономное устройство, которое самостоятельно строит маршруты и передвигается по помещениям. При этом он дезинфицирует воздух в автоматическом режиме специальными ультрафиолетовыми лампами, применяемыми в профессиональной очистке воздуха и поверхностей в помещениях. Модель оснащена датчиками движения с зоной покрытия 360 градусов, чтобы при появлении в помещении, где идет дезинфекция, людей или животных, отключать УФ-лампы.

Фото: [alfaheating.com](http://alfaheating.com), [asiaworld-expo.com](http://asiaworld-expo.com),  
[IATA](http://IATA.com), [stc-groups.ru](http://stc-groups.ru)

9–14 июля,  
2021 год

Лозанна,  
Швейцария

AIPC ANNUAL  
CONFERENCE

В 2021 году тема ежегодной конференции Международной ассоциации конгресс-центров AIPC называется «Подъем». Она отражает стремление сообщества AIPC вновь открыться для бизнеса и вывести деловые мероприятия на новый уровень. В рамках события планируется провести две конференции: первое событие пройдет в онлайн-формате 9 и 12 июля, а 13 и 14 июля в Лозанне состоится двухдневная выездная конференция. [aipc.org](http://aipc.org)

24–26 августа,  
2021 год

Луисвилл,  
США

SISO SUMMER  
CONFERENCE

Летняя конференция Общества независимых организаторов мероприятий SISO проходит под лозунгом: «Делитесь, учитесь и вдохновляйтесь». Это уникальная возможность встретиться с профессионалами, которые проводят крупнейшие в мире выставки. На летней конференции можно узнать о новых идеях, которые изменят ваш бизнес к лучшему, и найти способы решения проблем. За день до открытия мероприятия состоится Форум женского лидерства SISO. В рамках деловой программы Летней конференции SISO пройдут круглый стол по малому бизнесу, сессии по маркетингу, доходам, инновациям и бизнес-процессам. [siso.org/summer](http://siso.org/summer)

17–19 октября  
2021 год

Лозанна,  
Швейцария

CONVENING EMEA

Впервые мероприятие состоялось в 2017 году как «Европейский саммит инфлюенсеров» с участием ограниченного количества приглашенных лидеров бизнеса и влиятельных персон. В 2021 году Convening EMEA пройдет в Лозанне на берегу Женевского озера. Встреча представителей из стран Европы, Ближнего Востока и Африки состоится в гибридном формате. Однако у делегатов будет возможность пожать друг другу руки, пообщаться, восстановить связи с деловыми партнерами и клиентами, изучить возможности возвращения к бизнесу в новых условиях. [pcma.org/convening-emea](http://pcma.org/convening-emea)

10–12 августа,  
2021 год

Онлайн

UFI LATAM  
CONFERENCE

Конференция Всемирной ассоциации выставочной индустрии UFI латиноамериканского региона – это мероприятие для профессионалов отрасли, работающих на международном уровне. Участники события получат актуальную информацию о ситуации на рынке, о будущем развитии выставочного бизнеса в странах Латинской Америки, а также о деятельности отраслевых ассоциаций. Экспоненты и их ожидания, новые бизнес-модели, вопросы цифровизации и технологии, инновации, креативность и разрушение стереотипов, опыт других отраслей – эти и другие темы обсудят эксперты во время дискуссий на конференции UFI Latam. [ufi.org](http://ufi.org)

16–18 сентября,  
2021 год

Ставангер,  
Норвегия

СЕМИНАР ИССА  
ПО МАРКЕТИНГУ  
ДЕСТИНАЦИЙ  
ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Семинар Международной ассоциации конгрессов и конференций ИССА по маркетингу дестинаций для малого бизнеса планировалось провести в октябре 2020 года, но из-за пандемии COVID-19 мероприятие перенесли. Событие будет интересно специалистам в области маркетинга дестинаций из разных стран Европы и регионов, которые заинтересованы в привлечении на свою территорию небольших конференций. [iccaworld.org/evps](http://iccaworld.org/evps)

21–22 октября,  
2022 год

Токио,  
Япония

UIA ASSOCIATIONS  
ROUND TABLE  
ASIA-PACIFIC

Участники IX Круглого стола Союза международных ассоциаций UIA в Азиатско-Тихоокеанском регионе смогут встретиться с представителями профессиональных объединений, обменяться мнениями и наладить новые контакты. Эксперты поделятся опытом, расскажут о существующих проблемах и способах их решения. Мероприятие пройдет в гибридном формате. Во время сессий делегаты и спикеры будут находиться в виртуальных и локальных комнатах. Все участники смогут принять участие в обсуждениях в режиме реального времени. [uia.org/roundtable/2021/asiapacific](http://uia.org/roundtable/2021/asiapacific)



**ПетроКонгресс**  
КОНГРЕССНЫЙ ЦЕНТР

**Конгрессный центр «ПетроКонгресс» – современная удобная площадка в историческом центре Санкт-Петербурга для проведения ваших мероприятий:**

- 14 многофункциональных конференц-залов вместимостью от 5 до 450 человек
- современное мультимедийное оборудование, включая 4K проекторы
- ресторанное обслуживание
- соблюдение экологических норм и стандартов



**PetroCongress Congress Centre located in the historical centre of St. Petersburg ensures the most comfortable conditions for events:**

- 14 multi-purpose conference halls with a seating capacity from 5 to 450 pax
- modern multimedia equipment, including 4K projectors
- own restaurant service
- compliance with environmental norms and standards



Санкт-Петербург, Лодейнопольская ул., 5 | 5 Lodeynopolskaya str., St. Petersburg

+7 (812) 335 89 00

[sales@petrocongress.ru](mailto:sales@petrocongress.ru)

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

ДИАЛОГ ПРОФЕССИОНАЛОВ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ

 [vk.com/efeaforum](https://vk.com/efeaforum)  [facebook.com/efeaforum](https://facebook.com/efeaforum)



# XI Евразийский Ивент Форум

**ЗАДАЕМ ТРЕНДЫ С 2012 ГОДА**

**19-21 ЯНВАРЯ 2022**

Санкт-Петербург / КЦ "ПетроКонгресс"

[euras-forum.com](https://euras-forum.com) [#efea](https://twitter.com/efea)

Организатор



ВЫСТАВОЧНЫЙ  
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ЦЕНТР