

# CongressTime

Время конгрессов



**УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ  
СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ:  
ДЛЯ КОГО И ЗАЧЕМ?**





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://www.facebook.com/rncconsult)

## 3 СЛОВО РЕДАКТОРА

## КОНТЕКСТ

## 4 КОНТРИБЬЮТОРЫ

## 6 ЭТО ВАЖНО

## ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ

## 8 Деловой туризм в России: новый этап развития

## 10 Событийная отрасль: жизнь после вируса

## 12 Конгрессно-выставочная индустрия: взгляд в будущее

## В ЦИФРАХ

## 14 COVID-19: угрозы и вызовы для событийной индустрии в России

## МНЕНИЕ

## 16 Коронавирус – вызов для индустрии встреч

## 17 События с устойчивым постлевкусем

## ИСТОРИЯ С ОБЛОЖКИ

## О ГЛАВНОМ

20 Курс на устойчивые мероприятия  
КЕЙС

## 28 IX Евразийский Ивент Форум: реформация

## ОПЫТ

## 32 Устойчивое развитие: от идеи до воплощения

HEADQUARTERS  
THE ASSOCIATION  
MAGAZINE

## 36 Приветствие HQ

## 37 Путешествие в поиске русской души

## 40 Основы управления ассоциациями в вопросах и ответах

## ЛИЦОМ К ЛИЦУ

## ВРЕМЯ ЛИДЕРОВ

## 46 Алексей Калачев: «Нам необходимо начать с себя и создать конкурентоспособный продукт»

## ИНТЕРВЬЮ

## 52 Сильная сторона России на международном рынке:

*аутентичность и разнообразие регионов*

## ГЕРОИ СОБЫТИЙ

## 56 Владимир Чернов: «Насколько успешно работает собака, во многом зависит от кинолога»

## КОНГРЕССЫ КАК БИЗНЕС

## СТРАТЕГИИ

## 62 Выигрываем тендеры на проведение международных конгрессов

## СООБЩЕСТВО

## 66 Let's bike it! Движение в будущее

## КОНСУЛЬТАЦИЯ

## 70 Почему нужны профессиональные стандарты ивент индустрии

## НЕКОНГРЕСС

## 74 Корпоративные приключения как инструмент тимбилдинга

## РЕГИОНЫ

## ФОКУС

## 80 Северная столица конгрессов России. Новые возможности Санкт-Петербурга

## 88 Санкт-Петербург раздает верительные грамоты. Зачем городу амбассадоры?

## 90 Рейтинг событийного потенциала регионов России

## ПРЕЗЕНТАЦИЯ

## 94 Как деревню превратить в успешный центр событий

## EVENT-LIVE.RU

## ИДЕЯ

## 100 Фестивализируй это! Десять новых идей для нескучных конференций

## 102 Как технические туры могут дополнить деловую программу

## ПОСТСКРИПТУМ

## 106 БИБЛИОТЕКА ВНИЦ

## 107 НОВИНКИ

## 108 ЕЖЕДНЕВНИК

Журнал CongressTime

Выходит четыре раза в год  
Издается при поддержке  
Торгово-промышленной палаты  
Российской ФедерацииИздатель  
ООО «ВНИЦ Р-н-С»  
Россия, 197110, Санкт-Петербург,  
Лодейнопольская ул., 5  
Тел. +7 (812) 320 9693Экспертный совет  
Владимир Дмитриев,  
вице-президент ТПП РФ,  
председатель экспертного советаСергей Беднов,  
председатель Комитета ТПП РФ по  
выставочно-ярмарочной и конгрессной  
деятельности, генеральный директор  
компании «Экспоцентр»Сергей Воронков,  
президент РСВЯ, генеральный директор  
компании «ЭкспоФорум-Интернэшнл»Алексей Калачев,  
директор Национального конгресс-бюроДарья Островская,  
генеральный директор ВНИЦ R&CСергей Селиванов,  
директор Департамента выставочной,  
ярмарочной и конгрессной деятельности ТПП РФАлександр Стуглев,  
председатель правления,  
директор Фонда РосконгрессГлавный редактор  
Дарья ОстровскаяРуководитель объединенной  
редакции ВНИЦ R&C  
Александра ЮрковаШеф-редактор  
Людмила РевошинаВыпускающий редактор  
Константин ЗбаровскийАналитика и тексты  
Вероника Подвочатная  
Елена Четыркина  
Алексей ЧуваевПереводчик  
Иван КороткийКорректор  
Татьяна МироноваДизайн и верстка  
Мария Земцева  
Анна КолесниченкоРекламная служба  
Анастасия Маслова

Фотографии

ВНИЦ R&C, Фонд Росконгресс,  
Национальное конгресс-бюро, РСВЯ,  
UFI, ADSW 2019, Sustainable Brand Index,  
Kapusta Market, HQ, Григорий Собченко,  
ENITED, svz.de, Конгресс Визит Бюро Сочи,  
Конгрессно-выставочное бюро Санкт-  
Петербурга, Илья Варламов/Let's bike it!,  
depositphotos.com, vk.com/turi29, dipclubspb.ru,  
gg34.ru, North American Gas Forum, Slido,  
Inhorgenta Munich, Siebel Scholars Conference,  
Гефест Капитал, mobilecharger.infoЖурнал зарегистрирован Федеральной  
службой по надзору в сфере связи,  
информационных технологий и массовых  
коммуникаций. Регистрационный номер:  
ПИ № ФС 77 – 77917 от 6 марта 2020 года.Редакция не несет ответственности  
за содержание рекламных материалов.  
Мнение авторов может  
не совпадать с позицией редакции.При перепечатке материалов  
и использовании их в любой форме,  
в том числе и в электронных СМИ,  
ссылка на CongressTime обязательна.

# КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЕ БЮРО САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

- ваш помощник в организации  
бизнес-мероприятий



## ПОД КЛЮЧ

Комплексное сопровождение мероприятий



## ТОЛЬКО ЛУЧШИЕ

Выбор профессиональных поставщиков услуг в Санкт-Петербурге



## О ВАС УЗНАЮТ

Информационная и консалтинговая поддержка



## ЭТО НАДЕЖНО

При содействии Правительства Санкт-Петербурга

САНКТ  
ПЕТЕР  
БУРГ

СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ

<https://saintpetersburgcb.com>

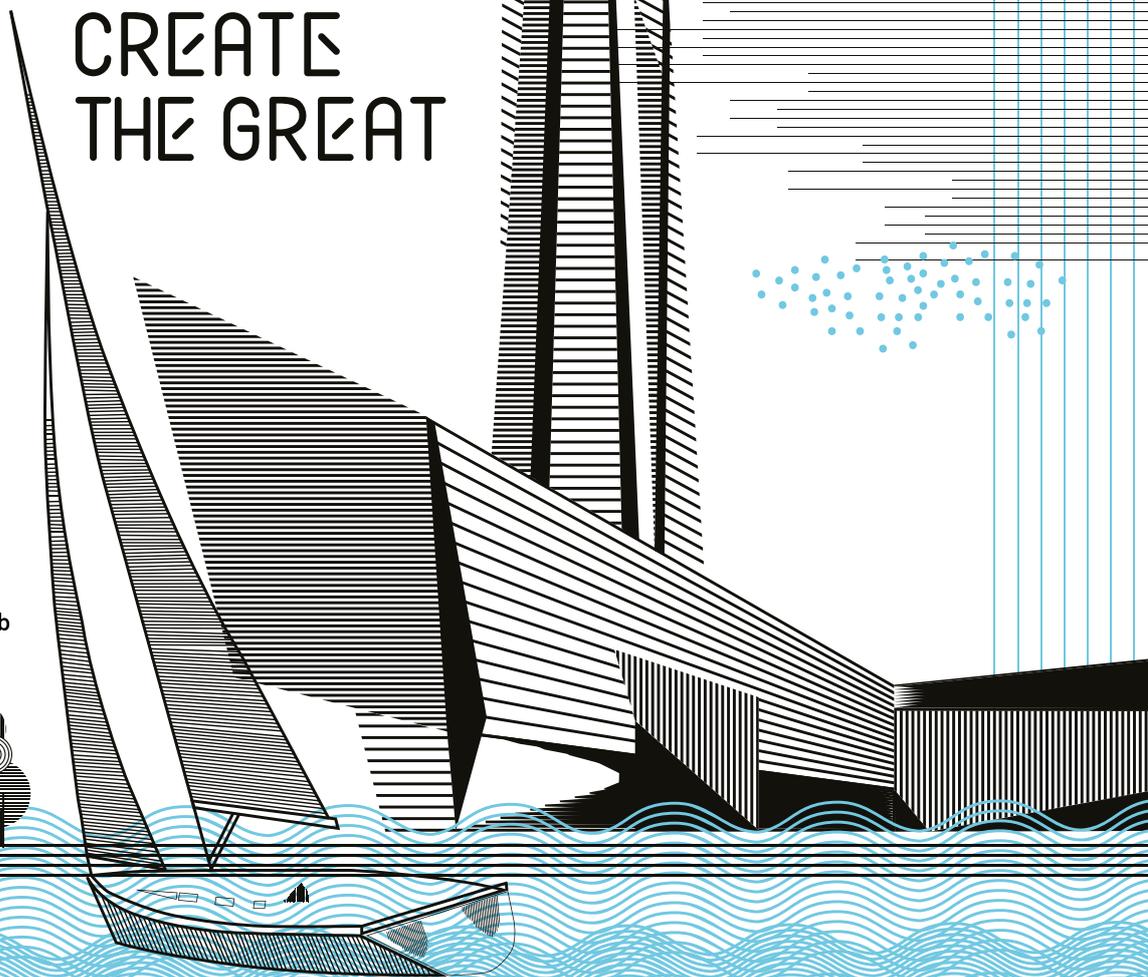
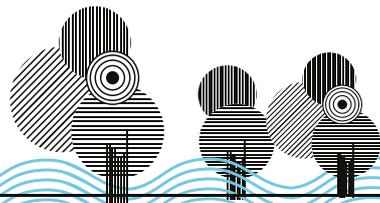


<https://www.facebook.com/spbcb>



<https://www.instagram.com/spbcb>

CREATE  
THE GREAT



В начале 2020 года CongressTime вошел в портфель проектов Выставочного научно-исследовательского центра R&C. С 1995 года мы изучаем развитие ивент индустрии в России и мире, проводим исследования, организуем профессиональные мероприятия и ведем отраслевой портал. Теперь у нас есть возможность обобщить накопленный опыт на страницах периодического аналитического издания.

Подготовка первого номера обновленной версии CongressTime напоминала скорее бег с препятствиями, чем редакционную работу. Съемки и интервью героев в условиях начинающейся изоляции, закрытие типографий, отмена мероприятий, на которых мы планировали распространять журнал, сложности с адресной доставкой читателям. Как результат, издание представлено пока в онлайн-формате.

CongressTime

Что изменилось в журнале? С одной стороны, в обновленном издании мы хотели показать, что событийная индустрия разнообразна и состоит не только из конгрессов. С другой – рассказать о людях, которые умеют и любят делать мероприятия. Для этого мы добавили новые рубрики и разделы. Больше внимания будет уделено работе отраслевых и профессиональных сообществ, их опыту по организации конгрессов. В этом нас поддерживает партнер – экспертное издание Headquarters. The Association Magazine, его материалы представлены на страницах CongressTime.

Отдельные слова благодарности всем, кто участвовал в забеге: нашим контрибьюторам, экспертному совету и коллегам в редакции, которые сделали все, чтобы этот номер дошел до читателя. Надеемся, что журнал вам понравится. Кстати, обновленный номер CongressTime все-таки будет напечатан и доставлен адресатам после снятия ограничений.

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



Ирина Александрова, руководитель департамента по работе с ассоциациями и корпоративными заказчиками Национального конгресс-бюро. Ирина имеет многолетний опыт работы в событийной индустрии. Более 10 лет занимается взаимодействием с международными и российскими ассоциациями в области привлечения ротируемых мероприятий в Россию. В Национальном конгресс-бюро участвует в разработке программы амбассадоров и мер поддержки международных мероприятий ассоциаций, проводимых на территории России. Уверена, что для успешного привлечения мероприятий крайне важна командная работа всех участников рынка.

Елена Васильева, доктор экономических наук, профессор. Елена исследует креативные индустрии и новые профессии, преподает управление качеством и проектный менеджмент в Санкт-Петербургском государственном экономическом университете, участвует в международных проектах по разработке профессиональных стандартов, поддерживает и развивает идеи стандартизации и сертификации в новых отраслях. Идеолог и руководитель проектов «Десять профессий будущего – 2004–2006» Совета министров Северных стран, Baltic MICE tourism Training Center EU Tempus 2006–2009, «Европейские измерения в квалификациях для туристического сектора экономики России и Киргизии» EU Erasmus+.



Елена Горохова, кандидат экономических наук, соучредитель и руководитель зеленого агентства «Велес», Межрегиональной экологической общественной организации ЭКА, Фонда поддержки молодежных инициатив ЭРА. Пятнадцать лет занимается молодежной политикой и организацией молодежных форумов, конференций, фестивалей. На протяжении десяти лет координирует программу восстановления лесов в России, проводит масштабные волонтерские и корпоративные акции по посадкам деревьев на территориях, пострадавших от лесных пожаров. Организовала более 300 событий, в которых приняли участие от 100 до 10 тысяч человек. Входит в международное сообщество практиков и экспертов «Живые города».

Анна Клепиковская, директор по развитию «Лесной отель «Голубино». Анна верит в то, что природное и культурное наследие Русского Севера является огромным нераскрытым нематериальным активом нашей страны. В 2014 году ее семья занялась восстановлением туристической базы «Голубино» в Пинежском районе Архангельской области. В 2018 году зарегистрировала и возглавила Ассоциацию по сохранению и развитию природного и культурного наследия «Голос Севера». Анна Клепиковская регулярно выступает в качестве эксперта по вопросам взаимодействия малого бизнеса и бюджетных организаций, развития устойчивого туризма и сотрудничества с особо охраняемыми природными территориями.



Вивиян Ксю, управляющий директор и партнер Meeting Media Company, издатель журнала Headquarters (HQ) и HQ Passport. Вивиян живет и работает в Брюсселе – столице Европейского Союза, где расположены штаб-квартиры большинства крупнейших международных ассоциаций. Это позволяет ей общаться с руководителями ассоциаций, выяснять их потребности и наблюдать за развитием рынка. В индустрии событий Вивиян работает уже более пяти лет, активно сотрудничает с советами по туризму и конгресс-бюро по всему миру, помогая им выстраивать взаимодействие с ассоциациями и продвигать территории для проведения международных конгрессов.

Владимир Кумов, куратор проекта по развитию велокультуры Let's bike it!, основной целью которого является популяризация велосипедного транспорта и создание условий для его использования. Инициировал проведение Международного велоconгресса в Москве. В 2012–2014 годах продюсировал Московский международный фестиваль фильмов о велосипедах Bicycle Film Festival, а в 2018 году курировал организацию VI Зимнего велоconгресса. В 2015 году назначен советником заместителя министра транспорта Российской Федерации.



Андрей Мацарин, генеральный директор Конгрессно-выставочного бюро Санкт-Петербурга. Андрей принял участие в организации Кубка конфедераций FIFA 2017 и Чемпионата мира по футболу FIFA 2018, находясь на руководящих должностях в подведомственной структуре Министерства транспорта РФ. В 2019 году возглавляемое им Конгрессно-выставочное бюро Санкт-Петербурга признано лучшим в России по версии Russian Business Travel & MICE Award, а Санкт-Петербург стал первым российским городом, который присоединился к программе Индекса устойчивого развития мировых дестинаций (GDS-Index).

Кай Хаттендорф, исполнительный директор и генеральный директор Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI). Кай отвечает за деятельность организации и проведение мероприятий UFI в мире, а также управляет офисами UFI в Париже, Гонконге, Шанхае, Дубае и Боготе. За время его работы число членов UFI выросло почти на 20%. Кай Хаттендорф – почетный президент Совета объединенной выставочной индустрии (JMIC). Обладает большим опытом в сфере выставочной индустрии, маркетинга и стратегических коммуникаций. Кай много лет работал в выставочной индустрии на руководящих должностях в штаб-квартире компании Messe Frankfurt.



Наталья Чагина, предприниматель, основатель проекта Kapusta Market, организатор более 50 ремесленных ярмарок, трех городских фестивалей в Ярославле, двух фестивалей локального сообщества «Счастливые люди» в деревне Княжево Переславского района Ярославской области. Наталья занимается развитием устойчивой гастрономии, верит в возможности продвижения территории через события, поддерживает и развивает ремесленные проекты и производителей экологически чистых продуктов питания. Участвует в разработке и создании туристических сувениров. Обладатель диплома победителя конкурса Министерства промышленности и торговли РФ «Лучшая ярмарка России» и специального диплома Russian Event Awards.

Сергей Шуклин, президент Конгресс Визит Бюро Сочи, основатель компании «Реинфо», специализирующейся на корпоративном туризме. Сергей – идейный вдохновитель и организатор конгресса MEET IN SOCHI, который проводится с 2018 года. Сергей продвигает экологический туризм в Сочи и участвует в реконструкции рекреационных объектов, выступает за популяризацию активного отдыха и сохранение природного наследия Красной Поляны, активно поддерживает и развивает идеи ремесленных проектов, изготовление сувениров ручной работы и экологически чистых продуктов питания.





## НАЦИОНАЛЬНОЕ КОНГРЕСС-БЮРО ОБЪЯВИЛО О КАНИКУЛАХ ПО ВЗНОСАМ ДЛЯ ЧЛЕНОВ АССОЦИАЦИИ

31 марта решением правления Национального конгресс-бюро члены и кандидаты в члены ассоциации освобождены от уплаты ежегодных взносов в 2020 году. Рассмотрение вопросов об изменении порядка и размера уплаты взносов продиктовано стремительным распространением в мире коронавирусной инфекции, которая стала причиной значительного падения рынка ивент индустрии и снижения капитализации у профессиональных участников данной сферы. В таких условиях Национальное конгресс-бюро предпринимает шаги по оказанию поддержки членам ассоциации, в том числе путем снижения финансовых обременений.

## ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИИ ОКАЖЕТ ПОДДЕРЖКУ ОРГАНИЗАТОРАМ КОНГРЕССОВ И КОНФЕРЕНЦИЙ

Конгрессно-выставочная индустрия вошла в список отраслей, отмеченных Правительством РФ наиболее пострадавшими от распространения коронавируса. В их число также включили такие сферы, как организация досуга и развлечений; деятельность туристических агентств и других организаций в сфере туризма; гостиничный бизнес; общественное питание. Согласно постановлению Правительства РФ от 2 апреля 2020 года №409, сроки представления налоговых деклараций и расчетов, время подачи которых приходится на март–май 2020 года, продлеваются на три месяца. Сроки сдачи других документов также продлены на период от 20 дней до трех месяцев. Кроме этого, упрощен порядок предоставления организациям отсрочек и рассрочек по уплате налогов и страховых взносов на срок до одного года в зависимости от объема снижения доходов налогоплательщика и без начисления процентов на сумму задолженности. Для налогоплательщиков, включенных в Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства, дополнительно предусматривается продление сроков уплаты налогов, сборов и страховых взносов на срок от трех до шести месяцев.

## МЕЖДУНАРОДНЫЕ АССОЦИАЦИИ ДЕЛЯТСЯ ИНФОРМАЦИЕЙ

Отраслевые объединения открывают доступ к своим образовательным ресурсам, стремясь помочь участникам рынка ориентироваться в текущей обстановке. Так, Международное объединение специалистов индустрии встреч (MPI) позволяет бесплатно обучаться на курсах в MPI Academy любому посетителю сайта, независимо от статуса членства. Объединенный отраслевой совет (JMIC) сделал свой сайт агрегатором исследований и ресурсов по теме COVID-19, подготовленных членами ассоциации. Международная ассоциация конференц-центров (AIPC) и Всемирная ассоциация выставочной индустрии (UFI) выложили в открытый доступ «Руководство по передовым практикам», которое включает в себя рекомендации по кризисному управлению, советы в области охраны здоровья и обеспечения безопасности выставочного центра. В рамках комплекса мер, направленных на поддержку отрасли, организатор IBTM World компания Reed Exhibitions запустила на сайте мероприятия онлайн-платформу IBTM Connect.

## МАРКЕТИНГОВЫЕ АГЕНТСТВА ХОТЯТ ИЗМЕНИТЬ ПРАВИЛА НА РЫНКЕ ОРГАНИЗАЦИИ МЕРОПРИЯТИЙ

Руководители Российской ассоциации маркетинговых услуг (РАМУ), Российской ассоциации событийного маркетинга (REMA) и Национальной ассоциации организаторов мероприятий (НАОМ) написали открытое письмо к клиентам с просьбой пересмотреть текущие условия работы. «Сегодня как никогда необходимо искать возможности взаимной поддержки для сохранения наших рынков и рабочих мест, а также их последующего восстановления», – говорится в документе. В первую очередь речь идет об отмене сложившейся практики, когда услуги оказываются на условиях 100% постоплаты. В качестве меры поддержки предлагается обеспечение предоплаты проектов в размере не менее 70% от их бюджетов, а также сокращение сроков согласования, подписания и обмена закрывающими документами. Кроме того, представители ассоциаций просят досрочно погасить имеющуюся дебиторскую задолженность перед агентствами. Письмо направлено заказчикам маркетинговых услуг, которые работают с компаниями – членами ассоциаций.

## МЕЖДУНАРОДНЫЕ АССОЦИАЦИИ ИНДУСТРИИ ВСТРЕЧ ПРЕДПРИНИМАЮТ МЕРЫ ДЛЯ ЗАЩИТЫ ОРГАНИЗАТОРОВ

Отраслевые ассоциации по всему миру прикладывают разнообразные усилия для поддержки ивент индустрии, пострадавшей из-за отмены массовых мероприятий. Так, Всемирная ассоциация выставочной индустрии (UFI) выпустила обзор экономических мер, принятых правительствами стран Европы для поддержки отрасли в борьбе с кризисом и руководство с инструкциями по режиму работы выставочных центров. Ранее UFI запустила информационную кампанию This Show Is Open, чтобы привлечь внимание к событиям, организаторы которых не планируют их отменять. Также UFI совместно с Европейским альянсом выставочной индустрии (EEIA) и Европейской ассоциацией ведущих выставочных центров (EMESA) обратились к Европейской комиссии, попросив поддержать организаторов выставок и площадки. Президент и генеральный директор Международной ассоциации конгрессов и конференций (ICCA) выступили с обращением к участникам рынка, призывая сотрудничать и оставаться прагматичными. С аналогичным заявлением выступила Ассоциация событийной индустрии Польши, а ассоциация агентств Балтийского региона (BEIC) провела исследование, направленное на оценку ущерба, который понесли участники объединения.

## КОНГРЕСС-ЦЕНТРЫ И ВЫСТАВОЧНЫЕ КОМПЛЕКСЫ ПРЕВРАТИЛИСЬ В ГОСПИТАЛИ

Несмотря на беспрецедентные потери из-за введенного повсеместно запрета на массовые мероприятия, конгресс-центры по всему миру стремятся помочь обществу в борьбе с вирусом COVID-19. Ряд ведущих конгрессно-выставочных площадок в столицах Европы предоставили свои помещения для размещения инфицированных коронавирусом. В госпитали превратились Дворец конгрессов в Мадриде (IFEMA), Reed Messe Wien в Австрии, главный конгресс-центр столицы Великобритании ExCel London, Event Campus в Глазго, NEC Birmingham и Manchester Central. Каждая из таких временных больниц способна принять до пяти тысяч пациентов.

## НАОМ ФОКУСИРУЕТСЯ НА СЕРТИФИКАЦИИ ИВЕНТ-АГЕНТСТВ И РЕГИОНАЛЬНОМ РАЗВИТИИ

12 февраля в Москве прошло годовое собрание Национальной ассоциации организаторов мероприятий (НАОМ). Были подведены итоги работы организации по решению текущих задач, в числе которых запуск проекта по сертификации ивент-агентств и проведение при поддержке НАОМ первого российского исследования рынка спонсорства. Региональное развитие по-прежнему остается одним из главных направлений ассоциации. В 2019 году открылось два отделения НАОМ: в Санкт-Петербурге его возглавила исполнительный директор РСВЯ Елена Ублиева, в Екатеринбурге – директор агентства Ve Brand Group Марина Макридина. На собрании избран новый руководитель регионального комитета НАОМ. Им стала Елена Шершакова из Art Premium Group, Нижний Новгород. В настоящее время в ассоциации представлено 97 агентств из 20 регионов России.

## РОССИЙСКИЕ ОТРАСЛЕВЫЕ АССОЦИАЦИИ ОБЪЕДИНЯЮТ УСИЛИЯ ДЛЯ ПОДДЕРЖКИ УЧАСТНИКОВ РЫНКА

Российские ассоциации, объединяющие различные сегменты отрасли, консолидируются для поддержки участников ивент рынка. Руководители Национальной ассоциации организаторов мероприятий (НАОМ), Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ), Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России (АКМР), Союза выставочных застройщиков, Российского союза промышленников и предпринимателей Российской Федерации (РСПП РФ) совместно с Торгово-промышленной палатой РФ и Общероссийской общественной организацией «Деловая Россия» направили открытое письмо премьер-министру Михаилу Мишустину, призывая установить меры поддержки организаторам мероприятий путем ввода льготного налогового режима, субсидирования расходов на оплату труда работников и пр. Также РСВЯ в кооперации с другими профильными ассоциациями выступил от имени предприятий отрасли и обратился к Правительству Российской Федерации и руководству субъектов Российской Федерации с Меморандумом «О необходимости поддержки конгрессно-выставочной деятельности как стратегически важной отрасли для России».



# ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ В РОССИИ: НОВЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ

**АВТОР:**

*Владимир Дмитриев, вице-президент  
Торгово-промышленной палаты  
Российской Федерации*

В сентябре 2019 года Правительством Российской Федерации утверждена Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (Распоряжение Правительства РФ № 2129-р), основная цель которой комплексное развитие внутреннего и въездного туризма в России за счет создания условий для формирования и продвижения качественного и конкурентоспособного туристского продукта.

Впервые в приоритетные задачи Стратегии внесено понятие деловой туризм – путешествие в профессионально-деловых целях, а именно командировки, участие в конференциях, конгрессах, выставках, включающие в себя предоставление услуг проезда, проживания, организации встреч, питания и культурного досуга.

За последние двадцать лет Россия добилась больших успехов в развитии ивент индустрии. С каждым годом событийная инфраструктура в нашей стране стремительно совершенствуется и развивается, предоставляя все больше уникальных и инновационных площадок для деловых путешественников со всего мира. Данная сфера охватывает въездной, выездной и внутренний туризм, способствует развитию экономики России, стимулирует развитие инфраструктуры, генерирует новые рабочие места.

Россия является перспективной страной с точки зрения развития конгрессной индустрии и способна составить серьезную конкуренцию другим государствам в этом направлении. Помимо наличия конгрессно-выставочной и гостиничной инфраструктуры, мы обладаем уникальными природно-климатическими и культурно-историческими особенностями, которые вносят неповторимый национальный колорит в проводимые в нашей стране международные конгрессы и форумы.

На ближайшие пять лет основная задача состоит в увеличении доли России на международном ивент рынке до 1,7%, а также росте вклада конгрессной отрасли в валовый внутренний продукт Российской Федерации и повышении позиций страны в зарубежных рейтингах событийной индустрии за счет привлечения международных деловых мероприятий.

К сожалению, одним из основных тормозящих факторов является отсутствие или несовершенство материально-технической базы событийной инфраструктуры. На текущий момент в России есть более 50 городов, конгрессная инфраструктура которых достаточно развита, чтобы принять на территории региона крупное отраслевое или международное мероприятие. Общая площадь конгрессно-выставочных комплексов в России не превышает 1,1 млн м<sup>2</sup>. Для сравнения: в Германии площадь выставочных центров составляет около 3,5 млн м<sup>2</sup>, а в Китае – около 6 млн м<sup>2</sup>.

Только 14 российских городов имеют в своем распоряжении современные конгрессно-выставочные комплексы площадью более 5 тысяч м<sup>2</sup>, которые соответствуют мировым стандартам для проведения крупномасштабных форумных мероприятий. При этом Москва и Санкт-Петербург располагают более 70% площадей, на долю остальных регионов приходится менее 30%.

Наличие конгрессно-выставочной инфраструктуры, несомненно, является основополагающим фактором в оценке возможностей региона. Но и развитие сопутствующей инфраструктуры играет немаловажную роль: гостиничного комплекса, транспортной доступности, удобства с точки зрения логистики и культурно-развлекательного кластера.

Сегодня среди наиболее популярных, привлекательных и развитых направлений делового туризма в

России являются Москва, Санкт-Петербург и Сочи. Но потенциал каждого региона России как ивент направления огромен. Следует отметить, что в последнее время рос интерес к проведению событийных мероприятий в Сибири, Карелии, на Байкале, Дальнем Востоке и Урале. Например, Свердловская область сегодня является одним из самых динамично развивающихся и привлекательных регионов страны с точки зрения индустрии деловых встреч. Введение в строй нового конгресс-центра в Екатеринбурге, проведение на Урале главной промышленной выставки страны «ИННОПРОМ», Глобального саммита по производству и индустриализации GMIS и других крупных мероприятий делают регион притягательным для бизнес-туристов.

По мнению экспертов, Урал и Сибирь являются перспективными направлениями для развития конгрессной деятельности, потому что выгодное географическое расположение этих регионов позволяет привлекать как европейских, так и азиатских экспонентов. С каждым годом местные города все настойчивее соперничают с Москвой за проведение крупнейших промышленных конгрессно-выставочных мероприятий. Например, Республика Башкортостан получила право на организацию саммитов ШОС и БРИКС. С тех пор упоминаемость республики и Уфы в международных СМИ выросла на порядок.

Стоит отметить, что для развития делового туризма на период реализации концепции предусматриваются: комплекс мер по целевому продвижению бизнес-туризма, в том числе создание условий для проведения деловых мероприятий; проработка мер и подходов по развитию конгрессно-выставочных пространств и конгрессно-гостиничных комплексов, повышение эффективности их работы, анализ мирового опыта, а также развитие системы обучения персонала в данной области.

На сегодняшний день в России 165 городов готовы принимать деловые мероприятия любого формата и уровня, с разным количеством участников. Признанные институты развития делового туризма, такие как городские и региональные конгресс-бюро, занимаются расширением конгрессно-выставочной инфраструктуры, продвижением направлений этой отрасли на зарубежных рынках, представлением городов, регионов, страны и привлечением в свои города международных ротируемых событий.

Система Торгово-промышленной палаты Российской Федерации объединяет 180 региональных и муниципальных торгово-промышленных палат. Конгрессная деятельность является традиционной для многих из них. На региональном уровне с участием торгово-промышленных палат в качестве соорганизаторов или при их поддержке проводится ряд крупных региональных

конгрессных мероприятий, таких как «Среднерусский экономический форум» в Курске, «Форум малого бизнеса регионов стран – участниц ШОС и БРИКС» в Уфе, «Воронежский промышленный форум», «Саратовский экономический форум» и многие другие.

Торгово-промышленные палаты принимают активное участие в развитии конгрессно-выставочной индустрии как на региональном, так и на федеральном уровнях, что положительно сказывается на развитии отрасли в Российской Федерации.

---

*Деловой туризм способствует расширению сферы бизнес-контактов и развитию экономики России, является важнейшим инструментом стимулирования деловой активности.*

---

Индустрия деловых встреч, несомненно, является двигателем экономики: она не только способствует старту новых проектов и развитию бизнес-связей, но и генерирует рабочие места, стимулирует развитие инфраструктуры и увеличивает поступления в бюджет. Но, как и на любую другую отрасль, на развитие событийной индустрии оказывают влияние множество факторов.

У Российской Федерации огромный потенциал для роста – на текущий момент доля страны на мировом рынке деловых мероприятий не превышает 1%. Укрепление позиций России на международной арене ведет к увеличению потока объемов делового туризма, причем не только внутреннего, но и въездного. Международные и российские компании вкладывают средства в своих сотрудников, организуя им поощрительные и ознакомительные поездки. Таким образом, деловой туризм способствует расширению сферы бизнес-контактов и развитию экономики России, является важнейшим инструментом стимулирования деловой активности.

Интерес к бизнес-путешествиям в Россию растет во всем мире, а с появлением электронной визы возможностей посетить нашу страну стало еще больше. На текущий момент получить такой документ можно при въезде в Россию в аэропортах Дальнего Востока, Санкт-Петербурга, на территории Забайкальского края, Республики Бурятия, Калининградской и Ленинградской областей. С 1 января 2021 года электронные визы будут распространяться по всей территории страны.

# СОБЫТИЙНАЯ ОТРАСЛЬ: ЖИЗНЬ ПОСЛЕ ВИРУСА



## АВТОР:

*Александр Стуглев, председатель правления,  
директор Фонда Росконгресс*

2020 год принес всему миру нелегкое испытание – пандемию коронавирусной инфекции COVID-19. Чтобы сдержать распространение вируса, потребовались беспрецедентные меры. Глобальный карантин поставил на паузу все аспекты жизни – места массового пребывания людей стали представлять опасность. Пострадали такие отрасли экономики, как туризм и авиаперевозки, ритейл, индустрия досуга и развлечений, ресторанный и гостиничный бизнес, а также огромное количество сервисных предприятий, субъектов малого бизнеса, которые обслуживают эти отрасли.

К числу наиболее пострадавших относится и событийная индустрия. В мире было отменено или перенесено более тысячи крупных мероприятий: международных выставок, деловых форумов, спортивных состязаний, фестивалей и концертов. На 2021 год перенесены: Олимпиада в Токио, чемпионат Европы по футболу, Евровидение.

Фонд Росконгресс как организатор крупнейших международных, конгрессных, выставочных и общественных мероприятий ощутил давление в полной мере. По решению оргкомитетов были перенесены: Петербургский международный экономический форум (ПМЭФ), Российский инвестиционный форум, мероприятия в рамках председательства в ШОС и БРИКС. Пока неясна судьба мероприятий, планировавшихся на конец 2020 года.

По оценке отраслевых ассоциаций, ситуация в событийной индустрии может нанести ущерб российской экономике в размере 50 млрд рублей. По тем же оценкам, под угрозой оказались до 140 тысяч рабочих мест.

Что предпринять сейчас? Сложившаяся ситуация требует от бизнеса и власти немедленной реакции, оперативной адаптации бизнес-процессов. Расскажу, что предприняли мы в Фонде Росконгресс.

Главной своей задачей в этих условиях мы посчитали сохранение ключевых компетенций Фонда, квалифицированных кадров, которые будут готовы включиться в работу, когда это станет возможно. Эпидемия неизбежно закончится, все отложенные события обязательно состоятся, и для организации их на должном, высоком международном уровне нам необходимы опытные сотрудники.

Важно урегулировать отношения с партнерами. Такой форс-мажор произошел в событийной индустрии России впервые, и я не могу не отметить, что мы встречаем полное понимание со стороны участников, партнеров и подрядчиков. Мы все в одной лодке, все несем ущерб, и самая продуктивная стратегия – договариваться и сохранять уже устоявшиеся партнерские отношения.

Мы нашли возможность задействовать наши ресурсы в других проектах, минимизировать простой. Совместно с Общероссийским народным фронтом Фонд Росконгресс выступил инициатором создания горячей линии по поддержке и координации помощи пожилым людям старше 60 лет, попавшим в группу риска в связи с распространением нового типа коронавируса COVID-19. Узнав о необходимости реализации такого колл-центра, мы в кратчайшие сроки подготовили всю инфраструктуру, провели технические работы и обучение специалистов. Горячая линия полностью организована на базе Фонда Росконгресс. Все услуги по координации работы сотрудников колл-центра оказываются на безвозмездной основе, что в нынешние непростые времена приобретает особое значение. Горячая линия оказалась чрезвычайно востребованной – в то время, когда вокруг говорили о рисках безработицы, нам пришлось искать дополнительные ресурсы для стабильной работы колл-центра.

Мы провели ряд онлайн-мероприятий под общим названием «Бизнес: инструкция по выживанию», в ходе которых участники рынка обсудили меры по преодо-

лению последствий пандемии в различных отраслях. Состоялись конференции, посвященные ситуации на нефтяном рынке, в инновационном секторе, сфере гостиничного бизнеса, малом и среднем предпринимательстве.

Представители отрасли сейчас активно говорят о переводе мероприятий в онлайн-формат. Фонд Росконгресс давно использует онлайн-решения: мы осуществляем трансляции сессий крупнейших мероприятий в прямом эфире, выкладываем видеозаписи. Участники Петербургского международного экономического форума и других крупнейших мероприятий могут скачать приложение ПМЭФ и посмотреть нужную сессию. Наши приложения также предусматривают возможность нетворкинга, обмена сообщениями между участниками. Все эти форматы необходимо развивать, искать технологии, которые лучше всего будут отвечать потребностям того или иного мероприятия, а в перспективе – разрабатывать новые.

---

*Все уже скучают по живому общению, поэтому, уверен, формат офлайн-мероприятий продолжит существовать еще долгие годы.*

---

Кроме того, мы считаем, что социально ответственный бизнес в условиях пандемии должен приложить усилия, чтобы помочь государству и обществу минимизировать ее последствия. На базе нашей информационно-аналитической системы мы создали хранилище знаний о коронавирусе: в специальном разделе аккумулируется самая актуальная информация о ситуации с пандемией.

В частности, функционирует мониторинговая онлайн-платформа о ситуации с COVID-19, на которой доступны исследования, аналитические обзоры и руководства по борьбе с вирусом от ведущих профильных организаций и институтов развития. На ресурсе также содержатся важные документы, разрабатываемые в рамках программ по противодействию COVID-19. На регулярной основе публикуется дайджест лучших региональных практик, направленных на содействие населению и бизнесу.

На портале «Антикризисный план. Мировые практики» размещаются документы, посвященные экономическим и гуманитарным мерам реагирования, применяемым в разных странах. В этом разделе опубликованы обзор доклада Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) о влиянии COVID-19

на экономику развивающихся стран, перечень экономических мер, применяемых странами в условиях распространения коронавируса, обзор Глобального плана ООН по гуманитарному реагированию на пандемию, ключевые зарубежные исследования по поддержке бизнеса и экономики в условиях пандемии и другие материалы.

Фонд Росконгресс создал платформу B2B-маркетплейса RCBusiness – [forbusiness.roscongress.org](http://forbusiness.roscongress.org) для поддержки потребностей профессионалов в различных отраслях экономики и представления возможностей бизнеса широкому кругу российских и международных контактов. На портале можно разместить видеовизитку компании и представить свои товары и услуги, найти инвесторов, коллег и партнеров, расширить рынок и цепочку поставок, создать новые компании и присоединиться к уже существующим проектам.

Что будет дальше? Мы настроены оптимистично. Карантин закончится, люди выйдут на улицу, в офисы, в парки и кафе. Все уже скучают по живому общению, поэтому, уверен, формат офлайн-мероприятий продолжит существовать еще долгие годы.

Особенно это касается крупных деловых форумов с участием первых лиц государств и бизнеса. Ничто не заменит полноценных встреч и обсуждения на высшем уровне, дискуссий между лидерами рынка, возможностей живого общения, нетворкинга на площадке, доступа ко всем сервисам, предоставляемым организаторами.

Есть хорошая новость и для менее крупных игроков: им легче адаптироваться к текущим условиям, они смогут быстрее найти инфраструктуру для перевода небольшого количества участников в онлайн и провести мероприятие, сэкономив бюджет. Такой формат и до карантина был востребован: вебинары, лекции, мастер-классы, лучшие курсы университетов мира, телевизионные интервью – это давно уже наша реальность.

Так и традиционные мероприятия неизбежно будут эволюционировать, подстраиваясь под глобальные перемены. Мне представляется, что будущее все же за комбинированными форматами, когда офлайн- и онлайн-направления будут сосуществовать. Пандемия ускорила рост онлайн-сектора, и без того стремительно развивавшегося в последние годы. Это интереснейшая задача – развивать новое направление в отрасли, которое потребует передовых компетенций, технологий, других подходов в привлечении аудитории, а также перемен в сознании как организаторов, так и участников. Уверен, что онлайн-мероприятия с нами навсегда, и мы должны пользоваться всеми преимуществами технологий, чтобы сделать свои события интереснее, живее и доступнее.

# КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНАЯ ИНДУСТРИЯ: ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ



## АВТОР:

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

Говорить о конгрессно-выставочной индустрии весной 2020 года сложно. Читатель увидит этот текст в апреле или в июне. А возможно, его прочтут участники конгресса в 2030 году. Тем азартнее рассуждать о будущем.

Внимательный и вовлеченный в отрасль читатель уже знаком с меморандумом «О необходимости поддержки конгрессно-выставочной деятельности как стратегически важной отрасли для России», который составлен Российским союзом выставок и ярмарок. Попробуем спрогнозировать те тренды, которые будут доминировать в нашей отрасли в ближайшем будущем.

В связи с пандемией коронавируса конгрессно-выставочный бизнес находится в точке перелома. Одна из базовых компетенций лидеров – как конкретной компании, так и отрасли – это видение. Например, конгрессно-выставочный комплекс «Экспофорум», как одна из современных площадок Европы, формирует его в трех плоскостях: технологии, управление взаимодействием (сотрудничеством) и организация деятельности. Сегодня для всех участников рынка ключевой вызов – быть более адаптивным.

На уровне технологий новые возможности для крупных организаторов мероприятий предоставляют не конкретные технические решения, а их интеграции. Очевидно, что цифровизация будет все больше проникать в различные сферы, и индустрия событий – не исключение.

Но если смотреть в 2030 год и дальше, будем исходить из того, что те технологии, которые сегодня вызывают удивление или недоверие, стали естественными атрибутами повседневной жизни.

Для конгрессно-выставочной отрасли это новая возможность: мы сможем предложить клиентам демонстрацию уже не отдельных образцов оборудования, а целых комплексов и систем. Представьте себе ситуацию, когда посетитель выставки, не вставая с кресла, получает несколько вариантов оснащения целого завода. Причем все они составлены из экспонатов, находящихся в павильоне, и каждое предложение содержит всю необходимую информацию о технических характеристиках и параметрах работы будущего предприятия и оптимальный маршрут обхода нужных стендов. Прибавим к этому восходящий тренд цифровых двойников, которые также могут стать отдельными элементами экспозиции – пространство вариантов организации мероприятий просто невероятное.

Большие возможности как для выставочных, так и для деловых мероприятий открывает развитие технологий виртуальной и дополненной реальности. От VR-переговорных и презентационных зон, в которые участник выставки для максимально эффективного взаимодействия с клиентом приглашает «аватар» любого специалиста компании, до информационных носителей планов павильонов, открывающихся по запросу посетителя в любом удобном для него месте и не требующих изготовления из реальных материалов. Дополненные инструментами персонализации на основе искусственного интеллекта такие решения радикально изменят клиентский опыт. Различные типы цифровых ассистентов уже становятся распространенным элементом рабочего пространства специалистов. В индустрии деловых событий, без всякого сомнения, работа для них найдется.

Еще раз подчеркну, мы смотрим на дальний горизонт, в котором коммуникационные и цифровые техноло-

гии, сегодня считающиеся инновационными, обычное дело. В наше время часто можно слышать, что тотальная цифровизация и переход в онлайн станут «идеальным штормом» многих традиционно «офлайнных» отраслей. И да, и нет. Любая угроза содержит в себе возможность. Для конгрессно-выставочного бизнеса – это максимальное использование человеко-машинного взаимодействия, то есть технических решений, в которых люди и компьютеры не конкурируют, а дополняют друг друга. Техника берет на себя повторяющиеся рутинные операции, а персонал выступает как генератор смыслов впечатлений и моделей сотрудничества.

Новый ландшафт деловых мероприятий сформируют участники рынка, которые своевременно смогут выйти на высокий уровень технической грамотности, позволят адекватно отделить алгоритмизируемые услуги от исключительно «человекозависимых» и выстроят бизнес вокруг вторых, перепоручив первые цифровым помощникам.

---

### *Новый ландшафт деловых мероприятий сформируют участники рынка, которые своевременно смогут выйти на высокий уровень технической грамотности.*

---

Не сомневаюсь, что в индустрии конгрессов и выставок, как и в других отраслях, в которых основная ценность создается в личном общении, в какой-то момент возобладает экосистемный подход.

Что же касается контента и формата деловых мероприятий, здесь также неизбежна трансформация. Повышение скорости и объема передаваемых по телекоммуникационным сетям данных, например 5G, создают пространство для того, чтобы заново изобретать индустрию деловых событий. Вместе с реальными экспертами в сессии могут принимать участие виртуальные, как цифровые образы реальных людей, так и диджитал-персонажи. Включение в контент виртуальных элементов существенно расширит возможности организаторов в переходе от интерактивных форматов к иммерсивным.

Изменяются требования к модераторам. Ведущие будущего – это человеко-машинная система, то есть человек, способный не только эффективно совмещать в сессии экспертные мнения с информационными технологиями в режиме реального времени, но и в том

же режиме реконструировать контент сессии, максимизируя ценность для участников.

Спрогнозируем ситуацию: участники сессии в реальном времени дают обратную связь и задают уточняющие вопросы через приложение, искусственный интеллект отфильтровывает наиболее содержательные комментарии и вопросы, система управления таймингом добавляет или сокращает время спикеру, не прерывая сессию. Выступающий может «выйти в другую комнату» с группой участников, интересующихся отдельным аспектом его экспертизы, а потом, вернувшись, получить резюме того, что он пропустил и включиться в модерлируемую дискуссию по вопросу, который аудитория обозначила как наиболее актуальный. Параллельно алгоритмы формируют рейтинг спикеров и рассчитывают вознаграждение модератору на основе комплексного интегрального показателя качества сессии. Уже сегодня организатор событий может делегировать ведущему разработку нестандартных форматов деловых мероприятий, повышающих вовлеченность как аудитории, так и спикеров.

Будет корректироваться и подход к подбору экспертов. С учетом нарастающего запроса на межфункциональное и межотраслевое взаимодействие шанс на лидерство получают те операторы, которые сумеют органично интегрировать в деловые события мультипотенциалов – специалистов, способных переформатировать сессии из пространства коммуникации в область сотрудничества и генерации новых прикладных идей и решений.

С учетом нарастающей потребности в эффективной и эмоционально насыщенной деловой коммуникации, той самой «экономики впечатлений», вполне реально гипотеза, что модерация в самом ближайшем будущем станет отдельным сектором индустрии, и на «модератора» будут ходить так же, как сегодня ходят в театр на «актера», здесь будут свои звезды.

Ключевые вызовы деятельности конгрессно-выставочных компаний заключаются в автоматизации рутинных операций в области взаимодействия с клиентом. А также в усовершенствовании и оптимизации процессов управления клиентской базой, в том числе применении интеллектуальных методов сегментации заказчиков, управлении «картой путешествия клиента» на всех этапах жизненного цикла клиента для повышения его совокупной ценности для оператора, выявлении неочевидных целевых групп с персонализацией предложений.

Подобные рассуждения и прогнозы могут показаться невероятными или отстраненными от текущей ситуации в индустрии событий. Однако сейчас, именно весной 2020 года, настал тот самый момент, когда мы создаем будущее и активно влияем на его развитие.

# COVID-19: УГРОЗЫ И ВЫЗОВЫ ДЛЯ СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ

## ДОКРИЗИСНОЕ СОСТОЯНИЕ СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ

Российский  
событийный рынок

Москва

Регионы из топ-10 Рейтинга  
событийного потенциала  
регионов России\*

Количество  
компаний

**> 2 000**

Количество  
компаний

**1 041**

Количество  
компаний

**608**

Объем рынка

**> 160**  
МЛРД РУБЛЕЙ

Объем рынка

**134,5**  
МЛРД РУБЛЕЙ

Объем рынка

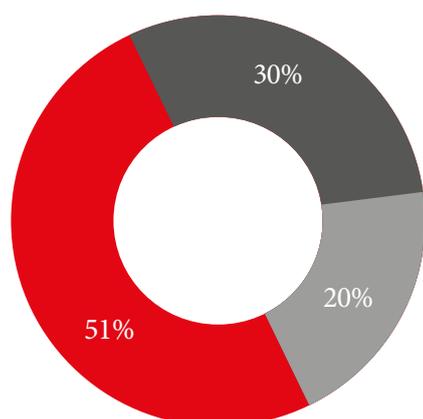
**23,5**  
МЛРД РУБЛЕЙ

Данные по состоянию на январь 2020 года

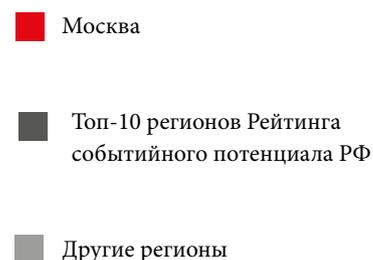
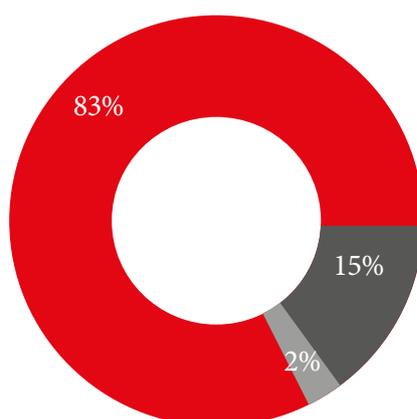
\*Рейтинг событийного потенциала регионов России – стр. 90

## ДОЛЯ МОСКВЫ И ГОРОДОВ ТОП-10 РЕЙТИНГА СОБЫТИЙНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ НА РЫНКЕ РОССИИ

По количеству компаний



По объему выручки компаний  
в млрд рублей



Данные по состоянию на январь 2020 года

**>10 000**

деловых мероприятий отменено в мире в связи с распространением вируса COVID-19

## СТАТИСТИКА ОТМЕНЕННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В РОССИИ В 2020 ГОДУ

**80 719**

экспонентов

**6195**

зарубежных экспонентов

**3 748 630**

посетителей выставок

**511 830**

иностранных посетителей выставок

**552 549**

участников деловых мероприятий

**37 730**

зарубежных участников деловых мероприятий

Источник: «COVID-19: угрозы и вызовы для событийной индустрии в России. Результаты опроса участников рынка. Март-апрель 2020», ВНИЦ R&C

## ВОЗМОЖНЫЕ СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО РЫНКА В РОССИИ

**1**

Сценарий

Запрет на проведение мероприятий продлится до конца апреля

**10%**

И МЕНЕЕ

сокращение рабочих мест или без изменений

**10%**

сокращение объема заработной платы сотрудников или без изменений

**30%**

от оборота составит объем понесенных компаниями убытков

**52,2**

МЛРД РУБ.

суммарные убытки отрасли

**32%**

от общего объема рынка

**2**

Сценарий

Запрет на проведение мероприятий продлится до конца июня

**10%**

И МЕНЕЕ

сокращение рабочих мест или без изменений

**36%**

сокращение объема заработной платы сотрудников

**50%**

от оборота составит объем понесенных компаниями убытков

**73,2**

МЛРД РУБ.

суммарные убытки отрасли

**45%**

от общего объема рынка

**3**

Сценарий

Запрет на проведение мероприятий продлится до конца декабря

**50%**

И БОЛЕЕ

сокращение рабочих мест

**50%**

И БОЛЕЕ

сокращение объема заработной платы сотрудников

**50%**

от оборота составит объем понесенных компаниями убытков

**110,1**

МЛРД РУБ.

суммарные убытки отрасли

**68%**

от общего объема рынка

Источники: ВНИЦ R&C, EEIA

# КОРОНАВИРУС – ВЫЗОВ ДЛЯ ИНДУСТРИИ ВСТРЕЧ



## АВТОР:

*Кай Хамтендорф, исполнительный директор и генеральный директор Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI)*

Пандемия COVID-19 стала причиной отмены и переноса мероприятий по всему миру. Никогда человечество не сталкивалось с подобной ситуацией. Всемирная ассоциация выставочной индустрии (UFI) предпринимает усилия, направленные на максимально полное информирование, предоставление помощи и поддержки членам организации и индустрии в целом. Наша задача – помогать членам UFI и отрасли как в благополучные, так и в трудные времена.

Пока сложно оценить масштабы вспышки инфекции и продолжительность ее последствий, однако мы точно знаем, что индустрия встреч сыграет ключевую роль в восстановлении мировой экономики. Члены UFI делают все возможное, чтобы привлечь внимание мирового сообщества к нашей отрасли, рассказывая о ее важнейшей роли.

В то же время мы рассчитываем, что правительства помогут компаниям мало- и среднего бизнеса, составляющим основу обширной экосистемы индустрии, пережить этот непростой

период. Сегодня важно обеспечить максимальную поддержку со стороны местных властей, которая поможет сохранить отрасль и клиентов.

Почему индустрия встреч так важна? Наша работа заключается в предоставлении необходимых возможностей для проведения мероприятий, которые являются важными инструментами маркетинга в любой отрасли.

Мы предоставляем площадки для продвижения, сближающие индустрии с деловым сообществом.

Мы создаем пространства для проведения мероприятий, чтобы эксперты могли вместе найти лучшие решения проблем, подобных текущему кризису.

Мы объединяем людей и культуры для обмена мнениями и идеями, помогая функционировать глобальному объединенному миру. Мы понимаем важность правильного распределения ресурсов для спасения человечества от болезни сегодня и его дальнейшего благополучного развития за счет стабилизации торговли и экономических связей.

Жизнь – самое ценное, что у нас есть. Мы справились с атипичной пневмонией, ближневосточным респираторным синдромом и вирусом Эбола, пережили теракты 11 сентября 2001 года, смогли восстановиться после глобального финансового кризиса 2008 года. Но никогда раньше не сталкивались с глобальной пандемией такого масштаба.

Бизнес потерял миллиарды долларов вместе со сделками, которые заключаются на мероприятиях и выставках. Малые и средние предприятия несут огромные убытки. Задумайтесь, как велико значение индустрии встреч. Совокупный экономический эффект от проведения выставок составляет \$325 млрд в год. Но в марте

2020 года 80% мероприятий отменены, отложены сотни выставок в странах Европы, Азии и США. Глобальной экономике нанесен многомиллиардный ущерб.

Мы не знаем, когда вспышка пандемии угаснет, но можем сделать так, чтобы после снятия ограничений вновь широко распахнуть двери и провести как можно больше выставок, конференций и встреч. Шоу будет продолжаться, потому что оно должно продолжаться...

Наша отрасль сыграет важнейшую роль как один из стратегических рычагов экономического восстановления: используя ресурсы выставок, коммерческих площадок и деловых мероприятий, можно добиться наиболее динамичного прогресса.

Сегодня я хочу сказать всем своим коллегам из индустрии встреч:

- У нас есть запас прочности, мы уже успешно справлялись с трудностями ранее;
- Мы переживем и этот кризис;
- Мы все оказались в одинаково сложной ситуации, но если ассоциации и другие участники отрасли будут действовать, как одна команда, то обязательно победим!

Каждый из нас способен внести свой вклад. UFI публикует исследования и конкретные рекомендации, которыми готова делиться со всеми на странице [ufi.org/industry-resources/coronavirus/](https://ufi.org/industry-resources/coronavirus/) и в блоге [blog.ufi.org](https://blog.ufi.org)

Сегодня мы все можем обмениваться лучшими практиками для работы, чтобы свести ущерб к минимуму и достойно выйти из ситуации, которую не в силах контролировать. В эти трудные времена мои мысли со всеми нашими друзьями и коллегами в России.

# СОБЫТИЯ С УСТОЙЧИВЫМ ПОСЛЕВКУСИЕМ



## АВТОР:

*Елена Горохова, соучредитель и руководитель зеленого агентства «Велес», Межрегиональной экологической общественной организации ЭКА, Фонда поддержки молодежных инициатив ЭРА*

Событийная индустрия несет колоссальные убытки. Стремительно сокращаются объемы рынков, ставятся на паузу многие важные проекты промышленных и финансовых групп, для которых конгрессы и выставки остаются важнейшей составляющей продвижения. Идет проверка на устойчивость бизнеса, а сотрудников компаний – на профессионализм и гибкость. Нам тоже пришлось перенести на более поздние сроки ряд мероприятий. Но мы продолжили работать над этими проектами в удаленном режиме, преобразуя их в онлайн-формат, стараясь сохранить эффективность.

При этом для меня очевиден и положительный эффект разворачивающихся событий. За время карантина снизится экологический след от деятельности большинства участников рынка ивент индустрии. Не секрет, что после проведения чемпионатов, форумов, выставок, концертов и фестивалей образуется много отходов: пластиковые стен-

ды, бейджи, одноразовая посуда, шары, баннеры, остатки еды. Польза для людей оборачивается большим ущербом для природы.

Однако все чаще организаторы крупных событий предусматривают на площадках отдельный сбор мусора и отправку на переработку большинства видов отходов. Это должно стать общепринятым для всех офлайн-мероприятий. Но понятие экологичного события не ограничивается отдельным сбором отходов. Оно должно включать в себя планирование закупок материалов, оборудования и реквизита, транспортный и энергетический экослед, обслуживание площадок.

Во время кризиса можно переосмыслить свою деятельность, опираясь на опыт коллег по цеху, которые находятся в авангарде нового движения – организаторов прекрасных, ярких и, вместе с тем, экологических мероприятий. Например, вегетарианский клуб «VerMарт» регулярно проводит ярмарки, после которых не остается мусора: пищевые отходы перерабатываются в компост и используются как экологически чистое удобрение. В ноябре 2019 года достойный пример экологичного фестиваля подала компания «Буше». Отмечу и Международный фестиваль авторской анимации «Бессонница», проходящий ежегодно в Калужской области. На сайте Karoosta.ru можно найти много экомероприятий, которые мы рекомендуем. Наша онлайн-платформа – гид по зеленым объектам, услугам и событиям в России.

Вполне обоснованно ожидать от ивент индустрии еще большего усиления зеленой составляющей. К счастью, в этом организаторам начинают помогать сами заказчики. Включенное в бриф или техническое

задание подрядчика требование использовать максимально экологичные материалы уже не выглядит необычным. Все большее количество частных и корпоративных клиентов хотят проводить мероприятия в таком формате.

Что же дальше? Будет ли кризис способствовать усилению этого тренда? Думаю, однозначно – да. Возникшая пауза в активной деятельности, необходимость сохранения бизнеса и объективно меняющаяся реальность могут послужить для многих организаторов мероприятий толчком к пересмотру традиционных моделей, работавших годами. В период запретов на проведение массовых мероприятий, проактивные руководители перестроят бизнес-процессы, освоят принципиально новые подходы к своей деятельности.

Ключевая ценность любого мероприятия – эмоция. Вся колоссальная работа ивентеров посвящена тому, чтобы это чувство родилось и продолжило жить после завершения мероприятия. Это большая ценность для клиентов. Поэтому зрелищность, креатив и эмоциональность непременно нужно сохранить, несмотря ни на какие испытания на кризис и карантин. Другое дело, что достичь таких результатов можно более экологичными и экономичными способами. Предельно реалистичные запуски салютов и воздушных шаров, смоделированные в VR-формате, могут быть также зрелищны и прекрасны, как и традиционные прототипы. Цифровые технологии помогут создать любые декорации и аналоги стендов без расходования ценных природных ресурсов на изготовление и отправку тонн использованных рекламных конструкций на свалку. Именно такой я хотела бы видеть событийную индустрию. Как в период кризиса, так и после него.



# ИСТОРИЯ С ОБЛОЖКИ



20

## О ГЛАВНОМ

Курс на устойчивые мероприятия

## КЕЙС

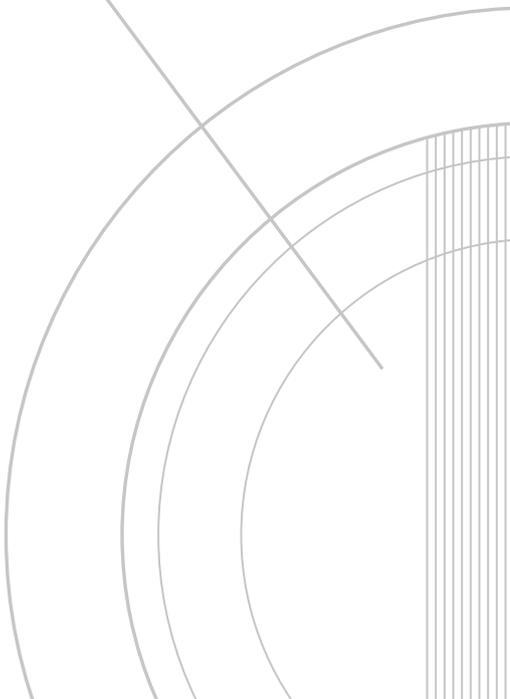
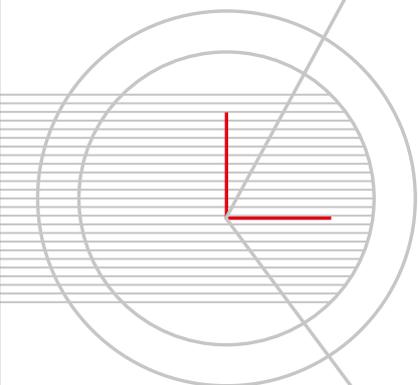
IX Евразийский Ивент Форум:  
реформация

## ОПЫТ

Устойчивое развитие: от идеи до  
воплощения

28

32



# THE FUTURE SUSTAINABILITY SUMMIT



## КУРС НА УСТОЙЧИВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

В 2019 году издательство Oxford Dictionaries словом года назвало фразу climate emergency (англ. климатическая чрезвычайная ситуация). По статистике, его использование выросло в 100 раз по сравнению с предыдущим годом. Вместе с ним в информационной среде также чаще стали упоминаться climate crisis (англ. климатический кризис) и eco-anxiety (англ. экотревога). Это еще раз подтверждает, что проблемы устойчивого развития стали глобальной тенденцией. Будущее государств, общества, отраслей и отдельных компаний зависит от того, насколько быстро они найдут пути их решения.

### ЧТО ТАКОЕ УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ?

В июне 1972 года в Стокгольме состоялась международная конференция Организации Объединенных Наций.

Устойчивое развитие (англ. sustainable development) – развитие, удовлетворяющее потребности настоящего поколения без создания угрозы удовлетворению потребностей будущих поколений.

► *Источник: Институт стратегии устойчивого развития*

Здесь впервые на межправительственном уровне обсудили взаимосвязь качества окружающей среды и экономического развития государств, а также их социально-экономического благосостояния. Сам термин «устойчивое развитие» был закреплен несколько лет спустя в докладе «Наше общее будущее», подготовленном Международной комиссией ООН по окружающей среде и развитию.

Концепция устойчивого развития строится на пяти принципах:

- Развитие человечества и мира носит долговременный характер, для этого уже сегодня необходимо заботиться о потребностях будущих поколений.
- Использование природных ресурсов опирается не только на современный уровень техники и социальной организации, но и способность биосферы справляться с последствиями деятельности человека.
- Все люди имеют возможность благополучной жизни и удовлетворения базовых потребностей.
- Образ жизни людей должен быть согласован с возможностями планеты.
- Темпы роста населения Земли должны соответствовать ресурсам глобальной экосистемы планеты.

Основная задача, которую решает устойчивое развитие, заключается в поиске баланса между экологическими,

экономическими и социальными целями развития как мира, так и его отдельных систем.

Для практической реализации концепции устойчивого развития в 2015 году на Саммите ООН был принят документ «Преобразование нашего мира: повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года». Он определяет 17 целей и 169 задач, достижение которых

*Согласно данным ежегодного исследования PwC, 89% российских компаний уже приняли меры по интеграции Целей устойчивого развития в общую стратегию компании.*

поможет сохранить баланс и предотвратить всеобщий кризис. Несмотря на то что Цели в области устойчивого развития не являются юридически обязательными, предполагается, что все заинтересованные стороны – правительства, гражданское общество, частный сектор и другие – будут вносить свой вклад в их достижение.

Термины, которые также используются для определения устойчивого развития бизнеса: ответственный бизнес (англ. responsible business), зеленый бизнес (англ. green business), экологически чистый бизнес (англ. environmentally friendly business), корпоративная социальная ответственность (англ. corporate social responsibility), корпоративная филантропия (англ. corporate philanthropy), корпоративное гражданство (англ. corporate citizenship), экологичный бизнес (англ. eco-friendly business).

## ЧЕТЫРЕ ПРИНЦИПА

### УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В ИВЕНТ ИНДУСТРИИ

# 1

Организаторы мероприятий и подрядчики разделяют ответственность за внедрение и продвижение практики устойчивого развития с учетом потребностей всех заинтересованных сторон (стейкхолдеров).



# 2

**Базовые практики устойчивого развития в области экологии:**

- сохранение ресурсов, включая воду, энергию и природные ресурсы
- управление отходами
- сокращение выбросов углерода
- система управления поставками и ответственные закупки
- сохранение биоразнообразия



# 3

**Базовые практики устойчивого развития в области социальной ответственности:**

- соблюдение прав человека
- положительное воздействие на сообщество
- защита трудовых прав
- уважение к культуре
- гарантии безопасности
- обеспечение здоровья и благополучия



# 4

**Базовые практики устойчивого развития в области экономики:**

- обеспечение сотрудничества и партнерства
- локальная поддержка, в том числе МСП
- равное участие заинтересованных сторон
- справедливое экономическое влияние
- прозрачность деятельности
- ответственное управление



Источник: Events Industry Council

## ЛЮДИ. ПЛАНЕТА. ПРИБЫЛЬ

В 1994 году экономист Джон Элкингтон предложил оценивать работу компаний не только по финансовым, но также по социальным и экологическим показателям. Концепцию тройного критерия (англ. Triple Bottom Line) также называют 3Р по первым буквам английских слов, обозначающих направления для оценки бизнеса – люди (англ. reople), планета (англ. planet) и прибыль (англ. profit). Сегодня последний элемент очень часто заменяют термином прозрачность (англ. prosperity). Эта концепция лежит в основе Стандартов отчетности в области устойчивого развития для компаний.

По данным опроса, проведенного консалтинговой компанией КПМГ, среди ключевых преимуществ внедрения Целей устойчивого развития в стратегию компании часто указывают:

- новые коммуникационные и репутационные возможности;
- соответствие требованиям инвесторов и партнеров;
- возможность выхода на новые рынки и быстрорастущие рыночные ниши;
- сокращение издержек за счет более эффективного управления ресурсами и производственными процессами;
- эффективное управление рисками, связанными с устойчивым развитием.

## УСТОЙЧИВЫЕ КОМПАНИИ

Всемирная ассоциация выставочной индустрии (UFI) рекомендует компаниям событийной индустрии поддерживать концепцию устойчивого развития и достижение Целей, обозначенных ООН, несколькими способами:

- организовывать проекты и меро-приятя, посвященные этой тематике;
- внедрять Цели устойчивого развития в стратегию компании;
- организовывать мероприятия в соответствии с концепцией устойчивого развития.

Сегодня компании отрасли вводят в штат должность менеджера по устойчивому развитию, тратят часть прибыли на улучшение энергетического и экологического баланса, на постоянной основе оценивают углеродный след мероприятий и так далее.

*По данным PwC, в 2019 году 54% российских компаний представили отчеты о мерах, принятых в области устойчивого развития. Подробнее о Стандартах отчетности в области устойчивого развития на сайте: <https://www.globalreporting.org>*

## СТАНДАРТЫ ОТЧЕТНОСТИ В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ДЛЯ КОМПАНИЙ

<p><b>ПРИБЫЛЬ. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ</b></p>	<p>Финансовая помощь от органов государственной власти, минимальный размер заработной платы, безвозмездные услуги, инвестиции в инфраструктуру и т. д.</p>
<p><b>ПЛАНЕТА. ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ</b></p>	<p>Эффективность энергопотребления и использования воды, воздействие продукции и услуг компании на окружающую среду, соблюдение законодательства в области экологии и нормативных требований, инвестиции в охрану окружающей среды и т. д.</p>
<p><b>ЛЮДИ. СОЦИАЛЬНАЯ ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ</b></p>	<p>Динамика занятости в компании, программы развития навыков и образования сотрудников, оценка разнообразия и равных возможностей сотрудников (по гендерной принадлежности, гражданству, возрасту и другим), степень удовлетворенности потребителей продукцией и услугами компании, уровень коррупции и т. д.</p>

Источник: GRI Sustainability Reporting Standards [электронный ресурс] // URL: <https://www.globalreporting.org>

## УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ В СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ

Событийная индустрия – одна из крупнейших в мире. По данным Events Industry Council, сегодня в ней занято 24 млн человек, а ее вклад в мировой ВВП составляет \$1,5 трлн. Безусловно, это оказывает положительный эффект на социальную и экономическую сферу. При этом общее количество участников мероприятий в мире достигает 1,5 млрд. Если учесть статистику Meet Green, что в среднем один делегат конференции оставляет после себя 1,89 кг мусора, то объем урона, который может нанести отрасль окружающей среде, будет огромным.

Использование принципов устойчивого развития в деятельности компаний и при организации мероприятий становится стратегически важным для снижения негативного эффекта. Ответственный подход к развитию отрасли должен учитывать интересы всех сторон, в том числе компаний – игроков рынка и их сотрудников, участников мероприятий, местных жителей, административных институтов и мирового сообщества в целом.

Концепция устойчивого развития в событийной отрасли реализуется через зоны ответственности дестинаций, игроков рынка и организаторов отдельных мероприятий.

**68% дестинаций** – участников GDS-Index уже имеют утвержденную стратегию устойчивого развития.

## УСТОЙЧИВЫЕ ДЕСТИНАЦИИ

Оргкомитет ежегодного исследования Индекса устойчивого развития дестинаций (GDS-Index) определяет устойчивые дестинации как локации, которые при развитии учитывают текущее и будущее воздействие ивент индустрии и туризма на экономическое, социальное и экологическое развитие регионов. При этом принимаются во внимание потребности местных жителей, участников мероприятий, бизнеса и планеты.

Наличие у региона утвержденной стратегии в области устойчивого развития, специализированной сертификации игроков рынка, участия в международных рейтингах и других элементах зеленой политики – все это становится существенным конкурентным преимуществом в борьбе за право проведения мероприятий.

Согласно анализу GDS-Index, ответственные дестинации характеризуются:

- лидерскими инициативами и стремлением к ответственности в области устойчивого развития;
- включением Целей устойчивого развития в общую стратегию дестинации;
- наличием долгосрочного плана по реализации стратегии устойчивого развития в регионе;
- внедрением образовательных и партнерских программ в области устойчивого развития.

## СЕМЬ НАПРАВЛЕНИЙ СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ



Сокращение воздействия на окружающую среду.



Минимизация отходов по результатам деятельности организации.



Повышение эффективности используемых ресурсов.



Организация внутренних коммуникаций в цифровой форме.



Сертификация зданий и площадок по стандартам зеленого строительства.



Создание условий для мобильности.



Формирование положительной репутации компании.

Источник: Институт стратегии устойчивого развития

## ПЯТЬ СПОСОБОВ СОКРАТИТЬ УГЛЕРОДНЫЙ СЛЕД МЕРОПРИЯТИЯ

- 1** Проведение гибридных и онлайн-мероприятий.
- 2** Выбор места проведения, которое ближе всего расположено к месту проживания основного количества участников.
- 3** Выбор для мероприятия отелей и площадок, которые реализуют программы по сокращению выбросов CO<sup>2</sup> и зеленой энергии.
- 4** Система поощрения для участников, которые откажутся от использования личных автомобилей в пользу общественного транспорта.
- 5** Сокращение трансферов за счет использования помещений в пешей доступности для программы мероприятия.

Источник: Meet Green

### УСТОЙЧИВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

Стандарты для организации устойчивых мероприятий описаны в ISO 20121. История их создания связана с проведением летних Олимпийских игр в Лондоне в 2012 году. После того как город получил право на проведение мероприятия, выяснилось, что нет никаких руководств или требований для внедрения концепции устойчивого развития в процесс организации игр. Специально для Олимпиады были разработаны Британские стандарты по устойчивому менеджменту мероприятий BS 8901. Позже они легли в основу ISO 20121. В 2015 году это стандарт был адаптирован и утвержден в России (ГОСТ Р ИСО 20121-2014).

Основные принципы устойчивого развития при проведении мероприятий включают ответственное руководство, инклюзивность, соблюдение этических норм и прозрачность при организации мероприятий.

В отличие от ISO 20121, другие часто используемые стандарты в индустрии APEX/ASTM Environmentally Sustainable Meeting Standards предлагают набор минимальных требований к каждому отдельному участнику процесса организации мероприятий – от отелей и площадки до офиса организаторов и дестинации. Это позволяет организаторам событий комплексно подойти к вопросу и внедрить принципы устойчивого развития постепенно.

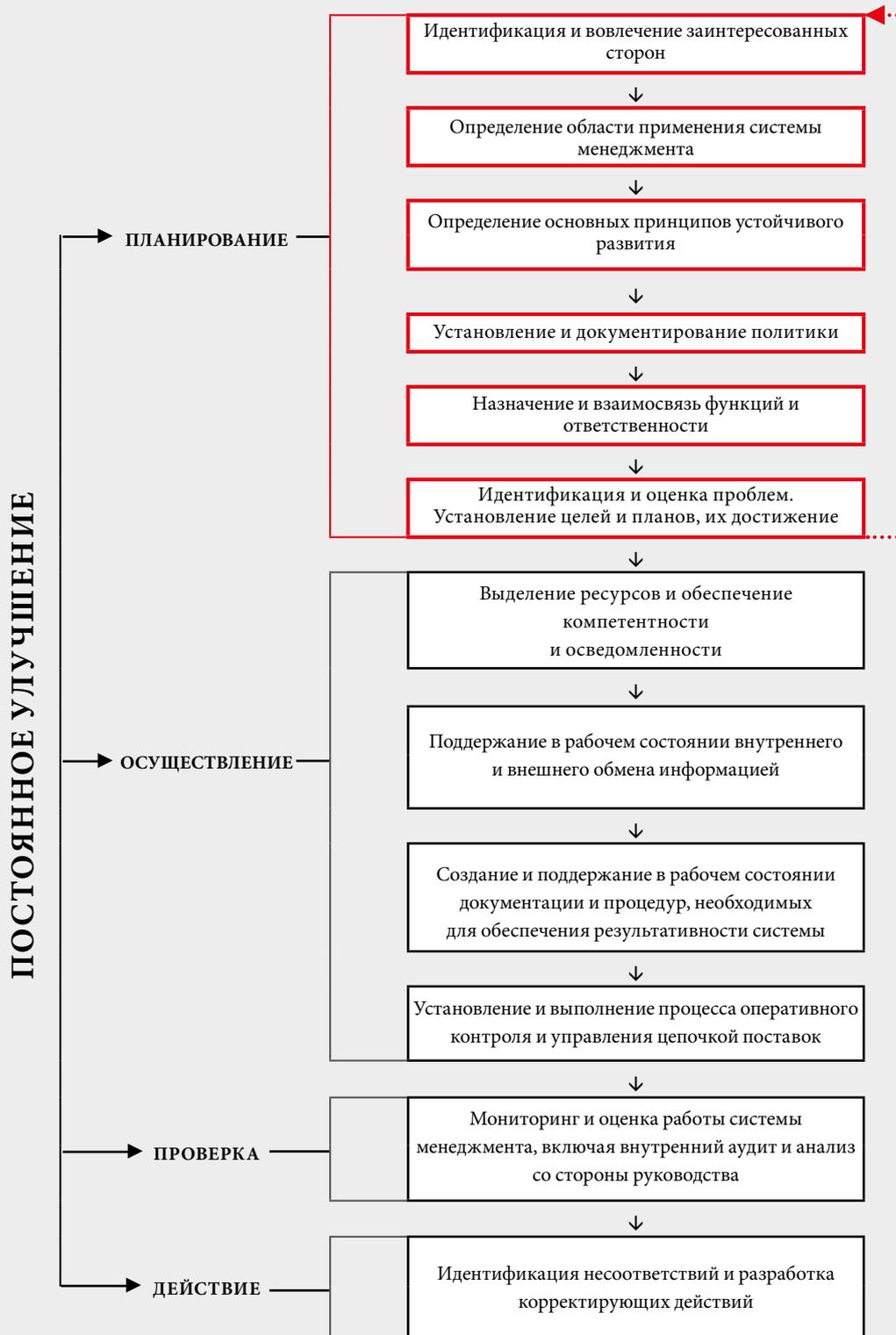


## ГЛАВНЫЕ ПРИНЦИПЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ СОБЫТИЙ

ПРИНЦИПЫ	ВОПРОСЫ
Инклюзивность	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Как идентифицировать тех, кто может оказать влияние на решения и действия или ощутить на себе их влияние (заинтересованные стороны)?</li> <li>• Как заинтересованные стороны сообщают о своей точке зрения, и могут ли они делать это регулярно?</li> <li>• Как помочь заинтересованным сторонам понять причины решений организации и значения ее действий?</li> <li>• Как убедиться, что никакие группы или люди не поставлены в невыгодное положение или не информированы?</li> <li>• Существуют ли интересы за пределами непосредственных заинтересованных сторон, которые нужно рассмотреть?</li> <li>• Как учесть права и интересы заинтересованных сторон?</li> </ul>
Соблюдение этических норм	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Как работать с другими сторонами?</li> <li>• Как поощрять и развивать разнообразие?</li> <li>• Как обеспечить отсутствие взяточничества, злоупотребления, притеснения, коррупции и соучастия в этом?</li> <li>• Как продемонстрировать, что решения и действия непредвзяты, и что они соответствуют важным правам, юридическим обязательствам и нормативным документам?</li> <li>• Как продемонстрировать внимание к осуществляемым действиям, которые соответствуют всем главным принципам?</li> <li>• Как учесть этические нормы при принятии решений?</li> <li>• Как обеспечить предотвращение насилия, связанного с употреблением алкоголя и наркотиков?</li> </ul>
Ответственное руководство	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Приведут ли организационные решения к существенным экологическим (включая биологическое разнообразие) или социальным изменениям или потерям? Если ответ положителен, были ли рассмотрены альтернативные решения?</li> <li>• Будет ли использование ресурсов и его последовательное воздействие рассмотрено и подвергнуто мониторингу при выполнении деятельности?</li> <li>• Каким образом развивают, передают, применяют и распознают навыки менеджмента устойчивого развития?</li> <li>• Как объяснить решения и действия в ситуациях, когда законом не установлены минимальные экологические, социальные или экономические требования безопасности?</li> </ul>
Прозрачность	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Как обеспечить доступность важной и достоверной информации наиболее экономичным и удобным способом?</li> <li>• Каким образом своевременно рассматривают и отвечают на обоснованные отзывы или запросы дополнительной информации?</li> <li>• Каким образом документируют, передают и управляют информацией о важных интересах, воздействиях или выгодоприобретателях?</li> <li>• Каким образом идентифицируют людей, принимающих решения, а также документируют и сообщают причины принятых решений?</li> <li>• Как обеспечить точную передачу информации заинтересованным сторонам?</li> </ul>

Источник: ГОСТ Р ИСО 20121-2014

## МОДЕЛЬ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА УСТОЙЧИВОСТИ СОБЫТИЙ



**APEX/ASTM ENVIRONMENTALLY SUSTAINABLE MEETING STANDARDS:  
СТАНДАРТЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ И ВЫБОРА ПОДРЯДЧИКОВ ПРИ СОЗДАНИИ МЕРОПРИЯТИЙ,  
СООТВЕТСТВУЮЩИХ ПРИНЦИПАМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**



**E2772**  
Средства размещения



**E2746**  
Аудио, видео



**E2746**  
Коммуникации и маркетинг



**E2741**  
Дестинации



**E2742**  
Экспозиция



**E2773**  
Еда и напитки



**E2774**  
Площадка



**E2747**  
Офисы организатора на месте



**E2743**  
Транспорт

*Источник: Events Industry Council*

**ПЯТНАДЦАТЬ ПЕРВЫХ ШАГОВ ПО СОЗДАНИЮ УСТОЙЧИВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ**

1. Выбирайте площадку и подрядчиков, практикующих систему сортировки и переработки отходов.
2. Выбирайте площадки с возможностью размещения электронных указателей и навигации.
3. Выбирайте отели, поддерживающие программы повторного использования полотенец и бережного отношения к окружающей среде.
4. Используйте повторно элементы системы навигации и применяйте для их производства материалы, соответствующие стандартам в области устойчивого развития.
5. Сократите объем бумажных материалов на мероприятии и используйте, если возможно, перерабатываемые материалы.
6. Откажитесь или сократите количество раздаточных материалов на мероприятии, для их производства используйте перерабатываемые материалы.
7. Минимизируйте объем упаковочных материалов, в том числе в рамках закупок для мероприятия.
8. Откажитесь от использования бутылированной воды во время мероприятия.
9. Откажитесь от специй и напитков в индивидуальной упаковке.
10. Во время кейтерингового обслуживания не наливайте напитки в стаканы заранее.
11. Откажитесь от использования одноразовой посуды.
12. Используйте для кейтеринга сезонную продукцию местных производителей.
13. Передавайте оставшуюся еду и продукты на благотворительность.
14. Найдите благотворительный фонд или другие возможности для того, чтобы пожертвовать оставшиеся материалы с мероприятия.
15. Информировать участников мероприятия о возможностях и шагах, предпринимаемых для устойчивого развития проекта.

*Источник: Meet Green*



## IX ЕВРАЗИЙСКИЙ ИВЕНТ ФОРУМ: РЕФОРМАЦИЯ

---

*Евразийский Ивент Форум (EFEA), проходивший 22–24 января 2020 года в Санкт-Петербурге, вошел в число номинантов премии в области устойчивого развития Всемирной выставочной ассоциации (UFI). На примере этого проекта пошагово разбираем, как создать мероприятие, соответствующее мировым стандартам ответственного ведения бизнеса.*

---

## 1. ТЕМА МЕРОПРИЯТИЯ И ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ РАБОТЫ

В 2020 году тема Форума была обозначена как «Код устойчивого развития ивент индустрии. Люди. Планета. Прибыль». При подготовке мероприятия оргкомитет попытался раскрыть основные принципы устойчивости не только через деловую программу, но и через собственный пример реализации проекта. В работе был использован подход оптимального планирования и минимизации негативного воздействия на окружающую среду 3R – Reduce. Reuse. Recycle (англ. – сокращение потребления, повторное использование, переработка).

## 2. ПЛОЩАДКА МЕРОПРИЯТИЯ

При выборе площадки для мероприятия оценивается не только ее политика в области устойчивого развития, но и расположение, связь с локальным сообществом. С момента основания в 2012 году Евразийский Ивент Форум проходит в конгрессном центре «ПетроКонгресс», инфраструктура и уровень оказания услуг которого полностью соответствуют принципам устойчивости.

### Энергосбережение:

- использование площадкой энергосберегающего освещения, оборудования и вентиляции;
- выключение света и кондиционирования в залах, где не проводятся мероприятия;
- максимальное использование естественного освещения и вентиляции залов.

### Доступность:

- наличие лифтов;
- наличие пандусов и удобство перемещения по площадке для людей с ограниченными возможностями.

### Экономия воды:

- кулеры с питьевой водой и предоставление возможности использования собственных емкостей для ее набора;
- использование водосберегающей сантехники, в том числе оснащенной сенсорами и технологиями двойного смыва.

### Транспорт:

- наличие в пяти минутах ходьбы от площадки остановок общественного транспорта (метро, автобусы);
- наличие парковки для велосипедов.

### Переработка и сбор отходов:

- использование на площадке переработанных материалов;
- отдельный сбор отходов.

### Подрядчики площадки:

- подрядчики по клинингу, соблюдающие принципы устойчивости и отдельного сбора отходов;
- минимизация со стороны площадки и ее поставщиков использования изделий из пластика: замена пластиковых бутылок с водой на стекло, отказ от использования полиэтиленовых пакетов, воздушных шаров, пластиковых трубочек.

## 3. ДОСТУПНОСТЬ И ИНКЛЮЗИВНОСТЬ МЕРОПРИЯТИЯ

Материалы и ресурсы Форума доступны для любого участника, вне зависимости от его физических возможностей.

## 4. РАЗДАТОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ

Сокращение объема бумажной и пластиковой продукции за счет изменения подхода к раздаточным материалам для участников - одна из самых распространенных мер на пути к созданию устойчивого мероприятия. Организаторами Евразийского Ивент Форума были реализованы следующие шаги:

- отказ от пластиковых пакетов, использование многоразовых сумок для раздаточных материалов;
- изготовление для участников блокнотов и ручек из переработанных материалов;
- использование мобильного приложения для анонса программы, участников, Биржи деловых контактов и другой информации о мероприятии;
- отказ от пластиковых карманов для бейджей;
- сокращение раздаточных и рекламных материалов;
- сокращение использования бумаги в офисе оргкомитета при подготовке Форума, в том числе за счет использования двусторонней печати и черновиков;
- повторное использование указателей и навигационных табличек;
- сбор неиспользованных бумажных материалов и их утилизация.

## 5. ТРАНСПОРТ И ЛОГИСТИКА

В целях сокращения вредного влияния мероприятия на окружающую среду и место его проведения

оргкомитет Форума уделяет большое внимание выбору транспортных подрядчиков. Концепция ведения их бизнеса должна соответствовать основным принципам устойчивости. В 2020 году авиапартнером Форума стала российская компания S7 Airlines, поддерживающая политику сокращения выбросов CO<sub>2</sub> в атмосферу. Кроме того, общая логистика мероприятия включала следующие элементы:

- возможность использования участниками общественного транспорта;
- пешая доступность площадки;
- сокращение количества шаттлов для участников;
- использование оптимального количества автобусов для трансфера;
- использование шаттлов и автобусов на биодизеле, запрет на включенный двигатель во время стоянок.

## 6. ОТЕЛИ

Выбор официальных отелей Форума Sokos Hotels, как и других подрядчиков, был обусловлен наличием у компании политики устойчивого развития. Это подтверждено сертификатом Green Key.

## 7. РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЕ

Помимо выбора ответственных подрядчиков, оргкомитетом Форума были реализованы следующие шаги по оптимальному использованию ресурсов:

- отключение оборудования от сети в ночное время;
- поддержание лучшего температурного режима за счет контроля закрытых дверей, отсутствия сквозняков и использования вентиляции;
- проведение основной деловой программы в дневное время в целях сокращения использования освещения.

## 8. КЕЙТЕРИНГ НА МЕРОПРИЯТИИ

При планировании кейтерингового обслуживания участников Форума также учитывались принципы устойчивости:

- планирование оптимального объема продуктов и сокращение отходов;

- включение в меню вегетарианских и веганских блюд;
- использование сезонных и местных продуктов;
- отказ от пластика и дополнительной упаковки при сервировке столов;
- использование многоразовых скатертей и посуды для сервировки столов;
- отказ от использования соли, сахара и других специй в индивидуальной упаковке;
- сервировка питьевой воды в графинах и использование стеклянных бокалов.

## 9. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ЛОКАЛЬНЫМ СООБЩЕСТВОМ И СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

В рамках подготовки Форума было налажено сотрудничество с благотворительными фондами. Их представители в Санкт-Петербурге могли посетить мероприятие бесплатно. Сумки для участников были изготовлены незрячими людьми в ходе программы «Авосяка дарит надежду». Также на Форуме традиционно ведется активная работа с волонтерским движением.



## IX ЕВРАЗИЙСКИЙ ИВЕНТ ФОРУМ В ЦИФРАХ



на **13%** меньше отходов в рамках подготовки и проведения Форума



на **15%** меньше выбросов CO<sup>2</sup> только за счет оптимизации управления отходами



на **90%** меньше временных указателей (с 2012 года)



на **2 316 л** воды меньше израсходовано каждым участником Форума



**500** многоразовых сумок-авосек для участников Форума



информирование участников Форума о **17** Целях устойчивого развития ООН



**33 кВт/ч** экономии на каждого участника Форума



**ноль** цветочных композиций для оформления залов Форума



**ноль** пластиковых трубочек для кейтеринговых зон

По методике Meet Green, [электронный ресурс] // URL: <https://myeventfootprint.com>

### СПЕЦИАЛЬНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ В РАМКАХ ФОРУМА

- Поддержка марафона «Июль без пластика» и мотивация подписчиков отказаться от использования одноразовых пластиковых вещей через соцсети Форума.
- Рассказ о лучших практиках по организации устойчивых мероприятий через соцсети Форума и ресурсы информационных партнеров.
- Сессии в рамках деловой программы, посвященные вопросам устойчивого развития компаний в ивент индустрии.
- Информирование участников мероприятия о 17 Целях устойчивого развития ООН (ЦУР), в том числе через маркировку сессий программы значками ЦУР, которые можно достичь, используя полученную информацию.
- Вручение премии в специальной номинации в рамках EFEA Awards «За развитие добровольческого движения в России» (фестиваль по восстановлению исторической среды «Том Соьер Фест»).

### ПЛАНЫ ПО ПОДГОТОВКЕ ФОРУМА В 2021 ГОДУ

- Разработка руководства по использованию Целей устойчивого развития для подготовки к участию в Форуме.

- Сокращение использования пластика при организации мероприятия.
- Увеличение объема использования переработанных и биоразлагаемых материалов.
- Расширение опций кейтерингового меню, соответствующих принципам устойчивого развития.
- Поддержка волонтерского движения в рамках Форума.

**Евразийский Ивент Форум (EFEA)** – первый в России форум индустрии встреч, проводится традиционно в начале делового года и объединяет на одной площадке лидеров событийного сообщества и маркетинга, экспертов делового и инсентив туризма. Событие задает тренды с 2012 года. Организатор EFEA – Выставочный научно-исследовательский центр R&C.

В 2020 году в мероприятии приняли участие 487 профессионалов событийной индустрии из 37 регионов России и 10 зарубежных стран, таких как Австрия, Азербайджан, Германия, Мексика, Нидерланды, США, Франция, Латвия и другие. На выставке Event EXPO, проходящей на площадке EFEA, участники пообщались с поставщиками оборудования и сервисных услуг, а также назначили 556 индивидуальных встреч на площадке Биржи деловых контактов. X Евразийский Ивент Форум пройдет 27–29 января 2021 года.

# УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ: ОТ ИДЕИ ДО ВОПЛОЩЕНИЯ

## АВТОР:

Наталья Чагина, предприниматель,  
основатель Karusta Market

*Организаторы Евразийского Ивент Форума (EFEA) сделали правильный выбор темы для мероприятия 2020 года – «Код устойчивого развития ивент индустрии. Люди. Планета. Прибыль». Наше здоровое полноценное будущее касается каждого. Вот почему тема устойчивого развития так легко находит отклик у всех, кто с ней знакомится.*

В 1972 году в Стокгольме на первой конференции ООН по окружающей среде и развитию было заявлено о невозможности раздельного решения экологических, экономических и социальных проблем. Именно тогда мировое сообщество взяло курс на выработку долгосрочной концепции развития. Прошло 15 лет, и в 1987 году родилось понятие «устойчивое развитие». Оно предусматривало ответственность

государств и граждан в обеспечении возможности удовлетворения потребностей ныне живущих поколений, без ущерба последующих. Россия тоже приняла этот принцип. Через пять лет, в 1992 году на конференции ООН по развитию и окружающей среде была утверждена концепция устойчивого развития, которая также получила название «Всемирная модель будущей цивилизации». Сегодня эта тема,

наконец, добралась до широкой аудитории, и находит отклик, потому что наше здоровое полноценное будущее касается каждого. Но большинство людей по-прежнему не понимают, что такое устойчивое развитие. Для многих это не более чем очередная тенденция, которая, вполне возможно, как и многие тренды, им не по карману. Я считаю, что ключ к распространению идей устойчивого развития – ка-



мерные городские мероприятия. Это самый короткий путь для донесения информации, но только в случае, если организаторы событий мыслят и делают проекты в ключе устойчивого развития, что доказывает опыт проведения мероприятий в Ярославле.

В 2016 году стартовал первый проект ремесленных ярмарок Karusta Market. Вместе с моим партнером Полиной Алексеевой мы поставили перед собой задачу сделать качественные площадки с высокой проходимостью, организованным пространством, проведением параллельных мероприятий, обучением участников презентациям бренда и товаров, элементам мерчандайзинга. Мы выстроили кратчайший путь к потребителю и предоставили возможности живого общения. Кто лучше производителя может рассказать о продукте? Мы старались ориентироваться на ремесленников, так называемые крафтовые компании, производителей экологичных товаров, которые строят свое дело не только на заработке, но и на ответственном отношении к окружающей среде. Таким участникам мы всегда стараемся предложить особые условия, дифференцируя их от перекупщиков, без которых, к сожалению, коммерческому проекту не выжить. Мы изначально позиционировали себя как коммерческий проект с социальной составляющей и создали ярмарку с «человеческим» лицом, где каждый участник лично знает организатора и может задать все вопросы напрямую, а не через множество администраторов.

Два года назад мы поняли, что взаимодействие необходимо расширить и организовали городскую фестиваль для жителей и гостей города. Такое мероприятие, по нашему убеждению, должно быть прогрессивным, комфортным и душевным. Сейчас я понимаю, насколько мы оказались осознанными, ведь многие пункты Целей устойчивого развития реализованы на фестивале.

- Площадка для продвижения микробизнеса: неоднократно замечали, сколько перспективных контактов приобретают участники на мероприятиях, получают заказы и новых долгосрочных покупателей.

- Поддержка фермеров, крафтовых компаний и переработчиков: чем короче путь от грядки до стола, тем больше сохраняется пользы в продуктах, меньше используется упаковки.

- Дискуссионная площадка: лекции о полезном питании, раздельный сбор мусора, здоровый образ жизни и многое другое.

- Сотрудничество с социальными фондами: «Второе дыхание», приют для животных «Ковчег», ассоциация детей с ментальными особенностями развития «Лицом к миру».

Сейчас я живу в Москве, но все проекты реализованы в моем родном городе Ярославле. Поговорка «Где родился, там и пригодился» – обо мне, я понимаю, чем могу быть полезна малой родине, как использовать свой столичный опыт посещения мероприятий, которые приносят огромную практическую пользу, но не проводятся в провинции.

Безусловно, в своей деятельности мы вдохновляемся, ориентируемся и черпаем информацию у интересных, креативных и передовых личностей и проектов. Не надо бояться спросить совета у тех, кто вам интересен – человеку это будет приятно, и он поделится своим опытом или контактами. Именно так в Ярославле появился «Маркет местной еды». Мероприятие провели при поддержке московской команды во главе с создателем и идеологом этого фестиваля Анастасией Колесниковой.

В Переславском районе Ярославской области в деревне Княжево есть ресторан, работающий по принципам Slow Food (англ. медленная еда) и зеленых технологий. Здесь нет постоянного меню, каждый день блюда готовят из продуктов

местной фермы и даров леса. Одним из первопроходцев такого формата является обладатель звезд Мишлен, британский шеф-повар Саймон Роган, открывший свой ресторан вдалеке от Лондона в Камбрии, где все необходимое он выращивает на собственных угодьях. В России староста деревни, хозяин фермы и ресторана Борис Акимов облегчил фермерам путь к московским потребителям. В 2019 году он объединил всех энтузиастов Переславского района в сообщество «Счастливые люди». Мы провели два фестиваля в деревне Княжево. Горжусь, что приняла в этом проекте участие.

Если мероприятие не дает положительных результатов, то это обычная тусовка. Мы же приобрели глобальное внимание к Ярославской области и городу Переславль-Залесский: о событии «Шестое воскресенье в субботу» сообщила The Washington Post, администрация района запланировала строительство дороги, оживился местный микробизнес, создано сообщество, в котором люди помогают друг другу, обмениваются информацией, контактами, продвигают свои продукты.

На площадке «Маркет местной еды» планируем провести цикл лекций «Большой разговор», во время которого известные экологи и обычные ответственные граждане поделятся своим опытом раздельного сбора мусора. В Ярославле нет специальных баков, поэтому мы только в начале пути, довольно трудоемкого, но реального процесса. Масштабы движения Zero Waste (англ. ноль отходов) для нас пока мечта, но мы знаем к чему надо стремиться и хотим донести это с помощью своих мероприятий.

Практика показывает, что запрос на жизнь с заботой о будущем не только существует, но и реализуется благодаря усилиям каждого из нас. Наши опыт, мероприятия и доступная информация могут стать проводником в мир устойчивого развития, но этим нужно жить ежедневно.



# HEADQUARTERS THE ASSOCIATION MAGAZINE



36

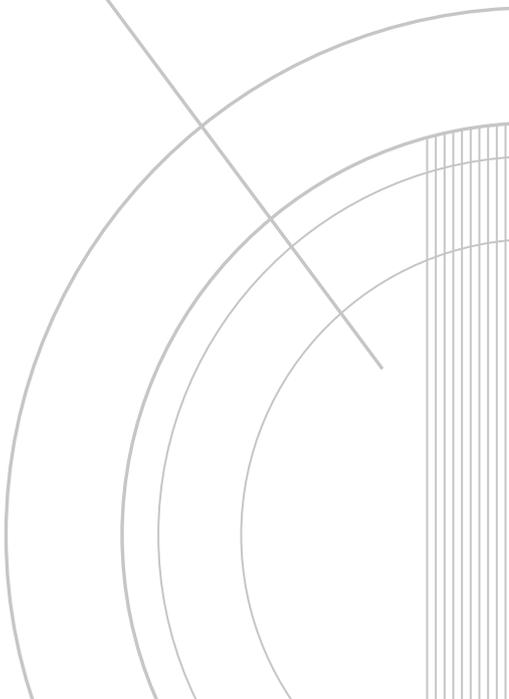
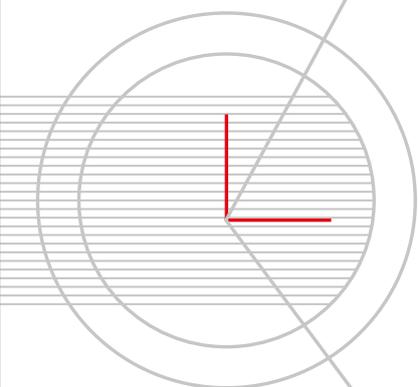
Приветствие HQ

37

Путешествие в поиске русской души

40

Основы управления ассоциациями  
в вопросах и ответах





THE ASSOCIATION  
MAGAZINE

**Headquarters** – бельгийский журнал об ассоциациях, цель которого – налаживание связей в области индустрии встреч. Издание входит в группу Meeting Media Company (MMC), не раз отмеченной наградами за публикацию материалов о мировой индустрии встреч и конгрессном бизнесе.

С 1992 года MMC выпускает различные журналы общим тиражом 12 500 экземпляров. Нам доверяют многочисленные читатели, среди которых ключевые руководители международных ассоциаций, корпораций, операторов ассоциаций (АМС), профессиональных организаторов конгрессов, ивент-агентств и государственных организаций.

Наш центральный офис расположен в столице Евросоюза Брюсселе. Издания предлагают читателям качественный контент, в том числе глубокие отраслевые исследования рынка и интервью. Профессиональная, высокоэффективная команда редакторов и консультантов с многолетним опытом работы помогает вам оставаться в курсе последних событий и тенденций постоянно меняющейся индустрии встреч.

В группу MMC также входят издания HQ Global, HQ Passport и HQ LIVE Magazine. Вся наши репортажи о дестинациях и специальные публикации доступны как в печатном виде, так и онлайн.

HQ Global является надежным информационным ресурсом для руководителей ассоциаций, который дополняют репортажи о дестинациях и специальные приложения по различным темам.

HQ Passport – наша новинка, которую мы начали выпускать совсем недавно. Этот продукт будет полезен при подготовке вашего следующего мероприятия. Оправдывая свое название, он станет своего рода паспортом профессиональных дестинаций. Мы будем представлять различные отраслевые ассоциации и рассказывать о дестинациях с точки зрения их основных отраслей. В феврале 2020 года вышел первый номер, основной темой которого стало сельское хозяйство. Весенний рассказывает о медицине и фармацевтике.

Каждая отрасль таит в себе тысячи возможностей, которые могут использовать ассоциации по всему миру. HQ позволит организаторам конференций раскрыть многие из них, рассказывая о том, как конгрессы и специализированные мероприятия могут стать эффективными инструментами экономического роста.

С 2018 года Headquarters использует обновленный визуальный стиль для публикации подробных репортажей об ассоциациях и рассказа о

дестинациях. В новом формате свежие подходы молодой команды сочетаются с традициями бренда HQ. На страницах журнала вы увидите качественные фотографии, отличный дизайн, четкую рубрикацию материалов, шрифты, которые легко читаются. HQ постоянно ищет интересный, увлекательный контент в непрерывно меняющейся индустрии встреч, рассказывает о рынке и глобальных тенденциях, тем самым способствуя продвижению отрасли и помогая международным ассоциациям находить дестинации для предстоящих мероприятий.

Группа MMC постоянно развивает базу данных ассоциаций, исследует потребности и пожелания всех представителей отрасли, чтобы повысить эффективность каждого контакта игроков этого сегмента. Партнерские связи расширяются с помощью креативных, полезных продуктов и медийных платформ, предоставляющих как опытным, так и молодым профессионалам возможности для изучения глобальной специфики и обмена знаниями.

С 1992 года журнал Headquarters остается эффективным инструментом для продвижения ивент индустрии. За будущее печатных СМИ можно не переживать, пока у нас есть красочные журналы, которые приятно и интересно читать, с удовольствием листая страницы.

# ПУТЕШЕСТВИЕ В ПОИСКЕ РУССКОЙ ДУШИ

В 2018 году я впервые побывала в России в пресс-туре. Оказавшись в приятной атмосфере Чемпионата мира по футболу, я была удивлена, с каким усердием Россия принимала это масштабное международное спортивное событие. Позже меня вновь пригласили в Россию. На этот раз мне представилась возможность посмотреть три региона – Москву, Республики Татарстан и Башкортостан. Так началось мое путешествие в поисках истинного смысла русской души.

— Репортаж Вивиан Ксю —

## Москва – центр национальной культуры и истории

Что я знаю о Москве? Москва – столица, политический и экономический центр России, колыбель ее богатой истории. В XIII веке Москва стала местом, где зарождалась культура страны. С начала XIV века город постепенно рос вокруг стен Кремля. Москва была столицей России, пока в 1712 году Петр Великий не перенес ее в Санкт-Петербург, она вернула себе этот статус только в 1918 году после революции, став столицей Советского Союза. Этот город переживал успешные и тревожные периоды в истории российского государства и по праву является воплощением русской самобытности.

Во время поездки я посетила одно из самых популярных московских общественных пространств – ВДНХ, крупнейший в мире музейно-выста-

вочный и рекреационный комплекс. На уникальной парковой территории комплекса расположены выставочные залы, зоны развлечений и многое другое. Пространство для мероприятий ВДНХ ЭКСПО общей площадью 324 тысячи м<sup>2</sup> состоит из двух просторных павильонов, семи выставочных залов, концертного зала и конгресс-центра на 3700 мест. ВДНХ подходит для событий, которым необходимы большие выставочные площади. Но если вы ищете площадку поменьше, обратите внимание на несколько оригинальных залов заседаний в музеях города – они могут вас удивить!

Думаю, что история любой страны влияет на характер ее народа. Мое общее личное представление о России лучше всего характеризуется словами «русская душа». Это понятие использовали известные русские писатели, например, Лев Толстой и Федор До-

стоевский, вкладывая в него свой особый смысл. Для меня московскую русскую душу точнее всего описывают такие качества, как состязательность и амбициозность, которые были воплощены, например, в проекте Технопарка «Сколково».

В 2020 году крупнейший в Европе инновационный центр «Сколково» отмечает свое десятилетие. Здесь созданы условия для развития технологической экономики: в лабораториях и универсальном офисном пространстве созданы возможности, где компании совместно с учеными могут проводить изыскания и испытывать инновационные, востребованные идеи. В число основных направлений научных исследований «Сколково» вошли биомедицина, информационные технологии, ядерная физика, энергоэффективность и космические технологии. Наряду с прекрасными возможностями для работы хочу от-



◀ Мечеть Кул-Шариф в Казани

метить общественные пространства, например, рестораны, кафетерии, магазины и фитнес-центр. В «Сколково» поощряются здоровый образ жизни и энергосберегающие технологии. В 2019 году в центре работали 1900 стартапов, были созданы более 30 тысяч рабочих мест, реализуется более 20 тысяч инновационных проектов. «Сколково» – площадка для международного сотрудничества, канал взаимодействия между Россией и всем миром для обмена специалистами, идеями, контактами талантливой молодежи. Здесь мы опережаем время и смотрим в будущее», – считает председатель совета директоров, директор Фонда «Сколково» Виктор Вексельберг.

Типы пространств	Количество	Размер и вместимость
Зона атриума	1	8 600 м <sup>2</sup>
Капсулы в атриуме	4	50–100 человек
Залы	11	50–550 человек
Отдельные переговорные	12	12–14 человек

### Инвестируй в Татарстан!

О столице Республики Татарстан Казани я уже слышала раньше. Название города напомнило мне слова известной китайской народной песни, которую я разучивала в детстве, во времена «прочной дружбы Китая и России». Я не могла себе представить, что почти через 20 лет окажусь в этом прекрасном месте!

С давних времен Казань – один из главных торговых городов на берегах Волги. Наверное, эта историческая особенность легла в основу культуры дестинации, и под ее влиянием сформировался сильный характер местных жителей, для которых жить – значит, достигать высоких результатов. Какие же основные черты у русской души в Казани? На мой взгляд, это усердие и целеустремленность.

Республика Татарстан является самым привлекательным для вложений промышленным и инновационным регионом России, где производится 42,3% полиэтилена, 33,5% рельсов и 28,3% автомобильной резины. В семи районах региона предоставляются

федеральные налоговые льготы, которые способствуют успешному развитию инвестиционной инфраструктуры.

Республика Татарстан также стремится стать международным событийным центром. В 2019 году Казань была выбрана местом проведения нескольких крупных мероприятий, таких как WorldSkills, прошедший в регионе в третий раз чемпионат Red Bull Air Race, саммит «Россия – Исламский мир». 45-й чемпионат WorldSkills прошел на площадке «Казань Экспо», расположенной рядом с международным аэропортом «Казань». Из здания воздушной гавани в конгрессно-выставочный центр можно пройти пешком за пять минут по специальной галерее. Из центра города в КВЦ «Казань Экспо» легко добраться за 20 минут на машине или на высокоскоростном поезде, идущем в аэропорт. Площадка предлагает достойный выбор пространств, в том числе концертный зал на 3 тысячи мест, безколонный крытый комплекс, многофункциональные переговорные и конференц-залы вместимостью от 20 до 700 мест, комфортные кейтеринговые и лаунж-зоны, просторную автостоянку и открытое выставочное пространство.

Удивительной особенностью Казани является уникальное сочетание восточной и российской культур. Самые распространенные религии в Казани –

▼ Вид на город Казань



ислам суннитского толка и православие. Каждый гость города должен увидеть Казанский кремль – объект Всемирного наследия ЮНЕСКО. На его территории находится одна из самых больших мечетей в России Кул-Шариф, настоящая архитектурная жемчужина, поражающая своим великолепием.

Гостиница Kazan Palace by Tasigo – еще одно тайное сокровище города. Совсем недавно в этом здании со 110-летней историей находилась городская больница, а после реставрации был открыт дизайн-отель. Уже с первого взгляда на фойе интерьеры гостиницы поразили меня изысканным вкусом. Пройдя внутрь, я оказалась в просторной зоне бара и ресторана. Сквозь прозрачную стеклянную крышу в это помещение попадает дневной свет. Стены из красного кирпича и темные матовые металлические полки, украшенные дикими растениями, выдают индустриальный стиль интерьеров. Я также сразу отметила для себя удивительное соче-



▼ Памятник Салавату Юлаеву в Уфе



## HEADQUARTERS



тание красоты и функциональности. В гостинице есть четыре отдельные переговорные и роскошный трансформируемый бальный зал вместимостью от 150 до 550 гостей.

Во время поездки в Казань я открыла для себя очень вкусное сладкое угощение и даже попробовала сама его приготовить! Чак-чак делают из небольших нарезанных кусочков пресного теста, иногда, если есть время, из теста лепят шарики и жарят их во фритюре. В тесто добавляют сухофрукты или орехи, но мне больше всего нравится чак-чак с местным медом. Обязательно попробуйте, если вы сладкоежка!

### Башкортостан – кладовая природных богатств

Башкортостан занимает территорию западнее Уральских гор до берегов Волги и является первой автономной республикой в составе Российской Федерации. Столица республики Уфа – ее промышленный, экономический и культурный центр. Влажный континентальный климат региона формируется под влиянием холодных воздушных потоков из Сибири. Я испытала эти суровые погодные условия на себе и теперь понимаю, отчего здешняя русская душа столь вынослива и трудолюбива: в таких условиях просто тяжело жить, а преуспевать – еще сложнее.

В регионе развиты самые разные отрасли экономики, прежде всего, добыча и переработка нефти, нефтехимия и химическая промышленность, сельское хозяйство. В Уфимском государственном нефтяном техни-

ческом университете учится много студентов из разных городов России и других стран. В Уфе открыли центральные офисы многие частные нефтедобывающие, нефтеперерабатывающие и высокотехнологичные сервисные компании этого сектора, такие как «Роснефть», «Лукойл», «Буринтех» и другие.

Из центра города я за 15 минут добралась на машине до конгрессно-выставочного комплекса ВДНХ-ЭКСПО Уфа. Комплекс состоит из четырех павильонов, трех конгресс-залов, открытой автостоянки и парковочной зоны на крыше, которую можно использовать для экспозиции или мероприятия. В 2019 году здесь прошли выставка «Газ. Нефть. Технологии» и Российский нефтегазохимический форум, в которых приняли участие 400 российских и зарубежных компаний, событие посетили более 15 тысяч специалистов. В 2020 году площадка вновь откроет свои двери для проведения этих событий.



Национальное  
конгресс-бюро

✉ [INFO@RUSSIACB.COM](mailto:INFO@RUSSIACB.COM)

💬 [RUSSIACB.COM](http://RUSSIACB.COM)

# ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ АССОЦИАЦИЯМИ В ВОПРОСАХ И ОТВЕТАХ

По материалам HQ

## Что такое ассоциация?

В Средние века европейцы объединялись в цеха для защиты своих интересов. Например, в XIII веке в Бельгии так называемые корпорации открывали конторы на рыночной площади Брюсселя Гроде-Маркт по соседству с городской управой. Позже возникли объединения или союзы, которые с высокой долей вероятности заложили основы современных торговых ассоциаций.

В США во времена первопроходцев поселенцы, осваивая новые места обитания или территории, создавали общины, где вместе трудились на благо общего дела. Здесь тоже могло зародиться само понятие ассоциация. Однако первым таким объединением в США стала созданная в 1768 году двадцатью предпринимателями Торговая палата штата Нью-Йорк, которая существует по сей день.

Говоря кратко, ассоциации представляют собой массовые объединения людей, имеющих общие интересы в определенных отраслях или про-

фессиях, благотворительности, увлечениях или меценатстве. В основе деятельности ассоциаций лежат принципы демократии, добровольчества и общности интересов.

## Какие бывают ассоциации?

### 1. Торговые ассоциации

Объединения компаний, имеющих общие интересы. Их также называют отраслевыми группами, деловыми союзами, профессиональными ассоциациями или организациями. Такие объединения создаются и финансируются компаниями различных отраслей и занимаются продвижением, в том числе рекламой, взаимодействием с государственными органами и лоббистской деятельностью. Коммерческие предприятия могут быть членами торговых ассоциаций и финансировать их.

### 2. Клубы

Объединения людей с общими интересами, хобби, например, в спорте, культуре и в других сферах. Боль-

шинство клубов пользуются добровольной поддержкой своих сторонников.

### 3. Благотворительные организации

Объединения, основной целью которых является благотворительная деятельность, основная часть которых финансируется за счет частных пожертвований.

### 4. Профессиональные ассоциации

Объединения представителей одной профессии. Их ключевая миссия – налаживание контактов между членами и предоставление им возможностей для непрерывного обучения. Это крайне важно для профессий, связанных с быстро развивающимися технологиями, например, из сферы ИТ, или с научным прогрессом, например, медицинскими специальностями. Профессиональные ассоциации участвуют в разработке и мониторинге образовательных программ, призванных помочь их членам в поддержании уровня квалификации. Они финансируются за

счет членских взносов и доходов от проведения образовательных мероприятий, конгрессов и семинаров, а также пользуются поддержкой активных сторонников, распространяя их идеи и передовой опыт.

### Как организовать работу с членскими взносами? От чего зависят размеры взносов в ассоциациях? Как определить размер взноса?

Члены профессиональных ассоциаций пользуются их услугами и платят взносы. Размер взноса зависит от объема услуг, предоставляемых объединением. Как уже говорилось выше, миссией профессиональной ассоциации является предоставление возможностей для непрерывного обучения. Примерами способов, форматов такого обучения являются участие в конгрессах и онлайн-тренингах, публикации в научных или технических журналах, доступ к библиотекам специальной литературы или обучающих видеоматериалов, участие в мероприятиях по налаживанию связей, доступ к базе данных членов ассоциации и так далее. Все это в целом позволяет членам ассоциаций узнавать о новых решениях и технологиях в их профессиональной области. Разработка подобных инструментов стоит денег, и размер членского взноса определяется объемом услуг, предлагаемых ассоциацией. Взнос также может зависеть от количества членов: чем их больше,

тем проще снижать постоянные затраты.

### Нужно ли платить налоги с доходов от членских взносов?

В большинстве стран ассоциации юридически являются некоммерческими организациями и освобождены от уплаты любых налогов с доходов.

В Европе в отношении ассоциаций может действовать налог на добавленную стоимость, который взимается с покупателей, например, при оплате участия в конгрессах. Как правило, НДС затрагивает только покупателя и не оказывает отрицательного влияния на деятельность ассоциаций.

### Какова базовая структура ассоциации? Нужен ли ей управляющий комитет?

Создание ассоциации почти ничем не отличается от организации собственного бизнеса. Здесь требуется усердие и тщательное планирование. Однако, если общая цель ставится перед коллективом, состоящим из разных людей, командная работа более эффективна, чем усилия отдельных сотрудников. Инициаторам создания ассоциации необходимо вместе определить ее цель и задачи, то есть ее миссию.

Дальнейший шаг – формирование группы ключевых лидеров, выполняющего функцию управляющего комитета, который выбирается из

членов ассоциации и выступает их представителем на демократических началах. Он руководит стратегией и развитием ассоциации. Крайне важно привлечь авторитетных лидеров, от решений которых зависит выполнение ответственных целей и задач, и обеспечить оперативный контроль исполнения на начальном этапе организации. Настоящая работа начинается после формирования управляющего комитета. Потребуются сотрудники для исполнения его решений. Разные задачи могут поручаться отдельным лицам, которые будут отчитываться об их выполнении на общих собраниях. Однако не все новые ассоциации могут позволить себе нанимать сотрудников, поэтому, как правило, серьезную часть работы выполняют специалисты, работающие на общественных началах. Эти люди распределяются по направлениям деятельности и отделам ассоциации, например, управление финансами и базами данных, администрирование, образовательные мероприятия и так далее.

В определенный момент доходов от членских взносов может быть достаточно, чтобы снять часть административных задач с добровольцев и передать их временным или постоянным сотрудникам, работающим в офисе или из дома. Подобные должности в ассоциациях часто занимают специалисты в той профессиональной области, которую представляет организация.





### Чем занимаются операторы ассоциаций (АМС)?

Компании, оказывающие услуги по управлению ассоциациями, которые могут потребоваться организациям на начальном этапе, называются операторами ассоциаций (англ. АМС – Association Management Company). Многие новые ассоциации зачастую не знают, что такие компании уже давно работают по всему миру.

АМС-оператор может управлять несколькими некоммерческими организациями, используя совместную модель кадровых и профессиональных ресурсов, что позволяет сэкономить на управленческих затратах. Обычно АМС-оператор предоставляет ассоциациям офис и профессиональных сотрудников.

### Преимущества сотрудничества с АМС

Новая организация получает возможность использовать полностью оснащенный офис без необходимости аренды и покупки техники. Оператор предоставляет профессиональных сотрудников, прошедших специальную подготовку по управлению НКО, и не нужно участвовать в подборе кадров, вникать в соответствующие формальности, такие как бонусная программа, уплата налогов, страхование и прочее. Организация получает постоянный офис и коллек-

тив, поэтому не нужно разбираться с текучестью кадров и тратить время на подбор сотрудников руководящего звена. За счет разделения административных затрат по нескольким организациям удастся добиться экономии средств в периоды наибольшей рабочей нагрузки. Ассоциация также получает доступ к профессиональным услугам по планированию мероприятий, управлению базами данных, маркетингу, коммуникациям, привлечению новых членов ассоциации, оказываемым на временной основе, что не всегда возможно.

У независимых организаций обычно есть постоянный офис и сложившийся коллектив из профессиональных и вспомогательных специалистов. Независимо от расположения офиса набираются сотрудники, которые лучше всего соответствуют специфике деятельности организации. Гарантируется прямой контроль за менеджерами, затратами и принятием решений о закупках. В качестве недостатка можно отметить высокий уровень затрат на организацию и запуск офиса, по крайней мере, на начальном этапе. Также управляющему комитету нужно потратить время на поиск и подбор руководителей. Кроме того, потребуются эксперты для оформления необходимой документации.

✉ [PRESS@MEETINGMEDIAGROUP.COM](mailto:PRESS@MEETINGMEDIAGROUP.COM)

MEETINGMEDIAGROUP.COM



# ЛИЦОМ К ЛИЦУ



46

## ВРЕМЯ ЛИДЕРОВ

Алексей Калачев: «Нам необходимо начать с себя и создать конкурентоспособный продукт»

52

## ИНТЕРВЬЮ

Сильная сторона России на международном рынке: аутентичность и разнообразие регионов

56

## ГЕРОИ СОБЫТИЙ

Владимир Чернов: «Насколько успешно работает собака, во многом зависит от кинолога»

# АЛЕКСЕЙ КАЛАЧЕВ: «НАМ НЕОБХОДИМО НАЧАТЬ С СЕБЯ И СОЗДАТЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫЙ ПРОДУКТ»

*Первым гостем новой рубрики журнала CongressTime стал директор Национального конгресс-бюро Алексей Калачев. Что нужно сделать, чтобы привлекать больше международных конгрессов в Россию, как изменится событийная индустрия через пять лет, об этом и многом другом он рассказал в интервью главному редактору CongressTime Дарье Островской.*

## О КОМАНДЕ

**Алексей, наши гости самостоятельно определяют, где будет записываться интервью. Почему вы решили выбрать именно это место?**

Место выбрано не случайно. Мы находимся в парке Красная Пресня рядом со зданием, где начиналась история Национального конгресс-бюро. К проекту я подключился в 2017 году. Именно тогда начала формироваться наша команда, появилось понимание задач и планы на ближайшие годы.

**Идея создания в России Национального конгресс-бюро обсуждалась несколько лет. Как ощущаете себя в роли руководителя такого глобального и значимого для нашей страны проекта?**

У меня есть один простой способ проверить, насколько мне комфортно работать в том или ином проекте. Для этого я задаю себе вопросы: «Тебе это интересно? Тебе это важно?» В течение трех лет работы в Национальном конгресс-бюро я всегда отвечал поло-

жительно. Безусловно, этот проект – большая ответственность. Перед страной, перед отраслью, перед командой и перед самим собой. Лично мне это придает дополнительный стимул и заряжает энергией. Только преодолевая какие-то сложности и добиваясь результата, получая удовлетворение от достигнутого, мы начинаем развиваться и двигаться дальше. Приняв приглашение на участие в этом проекте, я прекрасно понимал, что это чистый лист. Но мое твердое убеждение, что без сильной и слаженной команды, а также без поддержки отрасли реализовать этот проект точно бы не получилось.

**Какую оценку вы бы поставили себе как руководителю за эти три года по пятибалльной шкале?**

Только не удивляйтесь, но свою работу я бы оценил на три с плюсом. Потому что если поставить пять, это значит, что можно дальше не продолжать эту деятельность, по крайней мере, мне, и идти в другую сферу. Оценка три с плюсом не означает провал или негативный результат, это то, что удалось

сделать в тех обстоятельствах, в которых мы находились. Безусловно, хотелось бы больше и выше, но что-то мы не смогли, где-то было недостаточно ресурсов, на что-то у меня не хватило сил и решимости. В любом случае, это хороший задел на будущее и стартовая площадка для перехода к следующему, не менее важному этапу развития Национального конгресс-бюро.

**Каким одним словом вы можете определить, что такое Национальное конгресс-бюро?**

Команда. Национальное конгресс-бюро – это, в первую очередь, люди как внутри коллектива, так и наши партнеры, и компании-члены.

## О НАЦИОНАЛЬНОМ КОНГРЕСС-БЮРО

**Давайте поговорим о том, что удалось сделать Национальному конгресс-бюро с момента его создания?**

Сразу оговорюсь, мы начали свою деятельность в условиях, когда практиче-



ски никто не понимал, что это за организация и для чего она создана.

Мы изначально начали работу по двум направлениям: внутренний и внешний рынки. На внутреннем рынке стратегическая задача заключалась в том, чтобы сформировать качественный и востребованный событийный продукт, который мы могли бы предложить международным организаторам мероприятий. Для этого мы, с одной стороны, вели активную работу по объединению под эгидой нашей ассоциации компаний, работающих в отрасли. Это было не очень просто, в том числе потому, что на тот момент на событийном рынке уже существовало несколько отраслевых объединений, в которые входили компании. На мой взгляд, нам удалось предложить что-то новое участникам рынка благодаря новой команде, новому подходу к информации и способу донесения новых знаний. Очень важно, что мы слушаем и слышим наших членов, двигаемся вперед единым фронтом и продвигаем наши возможности на мировой

арене. Мы благодарны игрокам отрасли за доверие и поддержку. С другой стороны, нами была проведена большая работа с регионами. Я считаю, что здесь мы тоже достигли неплохих результатов, в т. ч. по взаимодействию с органами власти. Здесь сложностей было гораздо больше. Очень часто региональные власти не представляли, что такое Национальное конгресс-бюро, как мы можем вместе продвигать регион и содействовать его развитию. Благодаря поддержке наших членов и партнеров, нам на сегодняшний день удалось заключить стратегические соглашения с девятнадцатью регионами, а также подготовить три Событийных паспорта регионов.

Что касается международного рынка, то мы с первого дня работы Национального конгресс-бюро стали активно участвовать в подаче заявок на проведение мероприятий. Безусловно, помог опыт коллег, участников рынка. В результате мы оперативно выстроили эффективную работу по участию в международ-

ных тендерах на право проведения мероприятий и в короткие сроки показали конкретный результат в виде событий, которые мы привлекли в Россию совместно с нашими членами. А это, напомним, одно из ключевых направлений деятельности таких организаций, как наша.

**Есть что-то из планов Национального конгресс-бюро, что не получилось или не удалось полностью реализовать?**

В части развития внутреннего событийного рынка не удалось организовать то количество образовательных проектов, которое мы планировали изначально для компаний-членов. Одно из преимуществ вступления в нашу ассоциацию – это получение новых знаний и возможностей для развития. Я думаю, что в этом отношении мы не до конца отработали из-за отсутствия достаточных ресурсов. Но это стоит в планах. Мы продолжаем работу в этом направлении.



Если говорить о работе на международном рынке, то хотелось бы больше участвовать в выставках и байерских мероприятиях. Это позволило бы более эффективно представлять страну и ее событийные возможности.

**Продолжая разговор о работе Национального конгресс-бюро на международном рынке, я хотела бы вспомнить интервью, которое вы дали год назад РИА Новости. Тогда вы сказали, что Национальное конгресс-бюро формирует за рубежом образ гостеприимной России. Помимо традиционного русского гостеприимства, какой должна быть «гостеприимная Россия» для международных мероприятий и их организаторов?**

Действительно, помимо нашей русской души, хлебосольства, многонациональности народов и их традиций, что есть не в каждой стране, мы можем предложить годами сформированную школу организаторов мероприятий и тех, кто занят в этой сфере. Почему, по оценкам многих экспертов, мы сделали самую лучшую зимнюю Олимпиаду? Почему провели Чемпионат мира по футболу, который оценивается как самый лучший за многолетнюю историю соревнования? Наверное, потому что в черте нашего русского характера есть желание показать, что мы можем. Возможно, это связано с историческими предпосылками – мы на протяжении длительного времени оставались закрытой страной. Когда мы стали частью мирового рынка, то мы волей-неволей стараемся доказывать, что мы не хуже, а в чем-то даже и лучше. Поэтому заведомо мы изначально ставим более высокую планку себе и задаем более высокие стандарты качества. В событийной отрасли наши компании всегда полностью вкладываются в проект, предлагая свой опыт и умение организовать сложные процессы.

Говоря о гостеприимной России для международных мероприятий и их организаторов, я также хотел бы подчеркнуть большое значение

упрощения процедуры получения визы. Надеюсь, что ничего не изменится, и с 2021 года все регионы нашей страны будут доступны по электронной визе. Это сделает страну открытой не только для туристов, но и для участников мероприятий, проходящих в нашем государстве. Наши заявки на привлечение конгрессов в страну станут более конкурентоспособными.

**Вы упомянули, что мы должны стать более конкурентоспособными. А кто наши основные конкуренты на мировом рынке?**

Во-первых, это традиционные страны-лидеры по проведению международных мероприятий. Если говорим о Европе, то это Германия, Франция, Великобритания, Бельгия и ряд других государств. Их конкурентное преимущество состоит в том, что работу по продвижению своих возможностей, по интеграции в мировое профессиональное сообщество они проводят не одно десятилетие. Может быть, они сейчас не занимают проактивную позицию на рынке и работают достаточно шаблонно. Зато годами отработанные процессы подачи заявок, поиска мероприятий, взаимодействия с отраслевыми ассоциациями и т. д., дают им существенное преимущество. Эти страны уже хорошо интегрированы в мировое ивент сообщество. Для нас этого пока недостаточно. Нам для преодоления всех барьеров необходимо работать более активно. При этом на нас накладываются внешние ограничения, связанные с политическими решениями (например, санкции). Кроме того, на зарубежном рынке сложились определенные стереотипы о России. Все это невозможно преодолеть в один момент. Требуется больше времени и системная работа. Из развивающихся рынков в Европе необходимо выделить Польшу, Чехию и Венгрию как основных конкурентов нашей страны на рынке мероприятий.

Во-вторых, большое внимание стоит уделить азиатским странам. Здесь

нашими основными конкурентами, особенно если говорить о дальневосточных регионах России, выступают Индия и Китай.

Безусловно, кризис, возникший в мировой ивент индустрии вследствие развития пандемии, сегодня может очень сильно изменить расстановку сил. Будем надеяться, что Россия сможет найти для себя новые возможности.

**Правильно ли я поняла вас, что нам нужно начать с себя для того, чтобы стать лидерами на этом рынке?**

Да, действительно. Нам необходимо начать с себя и создать конкурентоспособный продукт. Когда мы продвигаем регионы, мы говорим не об эфемерном продукте, а о конкретных возможностях и компаниях. Зарубежный конгрессный рынок задает высокие требования и отличные от наших мероприятий подходы, в том числе к уровню квалификации компании. Именно поэтому вопросы стандартизации и повышения квалификации специалистов отрасли, на мой взгляд, сегодня являются ключевыми для нашей страны.

## О РАБОТЕ С АССОЦИАЦИЯМИ И КОНГРЕССАХ

**Системная работа по привлечению ротируемых международных конгрессов в Россию – это большой труд и сложный процесс. Как выстраивается деятельность Национального конгресс-бюро в этом направлении? Есть ли качественные изменения за прошедшие три года?**

Как я уже говорил, мы сразу начали подавать заявки. Сегодня у нас выиграно восемь тендеров. Побеждает, как правило, одна из десяти заявок. Для международных мероприятий есть несколько ключевых пунктов, которые имеют большое значение при принятии решения о выборе дестинации. Это работа локал хостов и их активность, доступ-

ность – транспорт, визовый режим, социально-экономическая составляющая – стабильность экономики и гарантии со стороны дестинации, что мероприятие состоится в ближайшие 3–5 лет в зависимости от условий подачи заявки.

Отдельную роль играют локальные представители международных ассоциаций – локал хосты. Их активность является решающей в большинстве случаев. Недостаточно просто подать красивую заявку с описанием всех возможностей страны для приема мероприятий. Если международная ассоциация не понимает, кто будет принимающей стороной от отраслевого сообщества и как этот представитель участвует в его работе, то шансы на победу такой заявки будут крайне малы.

Кто такие локал хосты? Это научные объединения, ассоциации, представляющие сообщество в определенной отрасли, например, в медицине, спорте в нашей стране. Национальное конгресс-бюро в начале 2020 года при поддержке Торгово-промышленной палаты РФ провело первую встречу таких организаций, в которой приняли участие около 60 ведущих ученых и профессионалов в своих сферах деятельности. Наша цель была простой. Нам важно рассказать о себе, о механизме подачи заявок на привлечение международных мероприятий, наших возможностях для этого, в том числе для поиска таких мероприятий, взаимодействия с международными ассоциациями, подготовки заявки и ее подачи. Здесь важно действовать точно с теми, кто понимает важность этой работы. На встрече мы также обсуждали, какие формы поддержки наиболее востребованы. В России пока такая системная работа с локал хостами не налажена в полной мере. Сегодня это одна из приоритетных задач Национального конгресс-бюро.

**Если резюмировать все, что обсудили, то факторами успеха заявочной кампании будут: активная позиция локального хоста, профессиональное ивент сообщество, готовое ока-**

**зать услуги на необходимом качественном уровне, а также поддержка и готовность России как страны принять это мероприятие и обеспечить условия для его проведения. Получается, что Национальное конгресс-бюро – это как раз та структура, в задачи которой входит координация этих направлений?**

Да, все верно. Очень важно отметить, что конгресс-бюро не являются организаторами мероприятий. Они являются единым окном, агрегатором для рынка в части сбора таких мероприятий и дальнейшей передачи компаниям для реализации. Это новые возможности и коммерческие интересы для бизнеса. При этом очень важна роль государства. Все инициативы по привлечению мероприятий и попытки участия в международных тендерах будут обречены на провал, если не будет поддержки государства. Это не только применимо к России, но и подтверждено многолетней мировой практикой. В идеале это должно работать так.

**Какой самый крупный конгресс, который привлекло Национальное конгресс-бюро за три года работы?**

Всемирный энергетический конгресс, который состоится в Санкт-Петербурге в 2022 году. Планируется, что в нем примут участие больше 4 тысяч делегатов. Национальное конгресс-бюро полностью готовило эту заявку. Была проделана большая работа, которая потребовала вовлеченности не только участников рынка, но и представителей индустрии, государственных структур. Сейчас готовятся конкурсные заявки на проведение конгрессов в 2024–2026 годах с участием от 500 до 7 тысяч человек.

**О НОВЫХ ВЫЗОВАХ ДЛЯ ОТРАСЛИ**

**Пандемия коронавируса COVID-19 – вызов номер один для отрасли сегодня. Мне кажется, что эта ситуация позволила показать те проблемы, которые существуют в индустрии. Как**

**вы думаете, какие уроки мы сможем вынести из этого?**

Как показала практика, наш рынок оказался не готов к кризисной ситуации. Это определенный шок для всех. И не только для нашей индустрии, но и для других отраслей экономики. В один момент у компаний отменились запланированные мероприятия, перестали поступать заказы на новые проекты. Все это привело к финансовым сложностям. Многие пребывают до сих пор в состоянии шока. Кто-то даже ставит вопрос о закрытии бизнеса. Кризис обнажил многие проблемы. Во-первых, мы оказались немного за бортом и еще раз убедились в том, что нет единого органа, единой структуры, которая бы представляла интересы достаточно большой отрасли. Например, компании туристической сферы представляет Ростуризм и активно поддерживает их инициативы. Во-вторых, нет понимания по ее объемам и структуре. У отрасли нет закона, который бы хоть как-то структурировал эту сферу. Пока компании опираются на документ – «Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ОКВЭД)», но здесь тоже нет единого решения. Разные компании в силу каких-то обстоятельств и причин берут разные ОКВЭД. Все это усложняет оказание мер поддержки.

**На мой взгляд, текущий кризис точно помог с одним – объединением отрасли. Все ассоциации в ивент индустрии немного конкуренты в борьбе за внимание компаний – их потенциальных членов, но история с пандемией показала, что мы умеем и можем объединяться и бороться. Большая совместная работа была проделана всеми отраслевыми ассоциациями в России, в том числе Национальным конгресс-бюро.**

Да, согласен. Мы раньше никогда так часто не встречались с коллегами из других объединений и ассоциаций. Никогда раньше у нас не было такого единого мнения, пози-



ции и такого количества совместных идей. Беда объединила. Сейчас можно с уверенностью сказать, что наши действия совместно с игроками рынка перешли в практическую плоскость. Ушли первая паника и растерянность. Мы понимаем, что, к сожалению, часть компаний может уйти с рынка по разным причинам, но это естественные процессы и законы рынка. Самое главное, что люди и профессионалы, которые работают в отрасли, будут всегда востребованы. Наша задача их сохранить. Именно в этом государство должно помочь компаниям.

#### **Какие меры поддержки отрасли со стороны Национального конгресс-бюро планируются в ближайшее время?**

Мы, как и любая другая ассоциация или союз, были созданы для защиты интересов профессионального сообщества. Для решения проблем, которые возникли в нашей отрасли в связи с пандемией, мы совместно с другими ассоциациями и общественными организациями, такими как Российский союз выставок и ярмарок, НАОМ, Союз выставочных застройщиков, «Деловая Россия»

подготовили письма с предложениями по конкретным мерам поддержки компаний отрасли и отправили их в адрес Правительства Российской Федерации. Уже есть практические результаты, но мы продолжаем работу. Конкретно для наших членов правлением Национального конгресс-бюро были одобрены каникулы по членским взносам в 2020 году. Мы понимаем, что это не глобальная финансовая помощь, но в текущих обстоятельствах это позволит компаниям остаться в рынке. Наша задача по объединению отрасли будет выполнена. Нам важно сохранить участие компаний в нашей деятельности.

#### **Вы сказали, что после кризиса отрасль, безусловно, изменится. Кто-то уйдет, кто-то перестроит свою деятельность. Какой будет отрасль после этого? Уйдут ли все мероприятия в онлайн?**

Не думаю, что получится всем уйти в онлайн. Сейчас это вынужденная мера. Но я уверен, что потребность в личном общении всегда была, есть и будет. Мероприятия – это не только информационный хаб, но и эмоции от личных встреч и посещения новых мест.

#### **О БУДУЩЕМ**

#### **Как директору Национального конгресс-бюро, какой бы вам хотелось видеть событийную отрасль в России через пять лет?**

Надеюсь, это будет качественный поворот на сто восемьдесят градусов по следующим направлениям:

- Развитие отраслевого сообщества и соответствие его участников международным стандартам, подтвержденное соответствующими сертификатами.
- Здоровая конкуренция и уважение к другим игрокам рынка.
- Инициативность компаний, их активное участие в развитии профессионального сообщества, в том числе через возможности и инструменты, которые дает Национальное конгресс-бюро.

Уверен, что только наша совместная и слаженная работа с членами и партнерами позволит вывести Россию в топ-30 мировых событийных дестинаций в ближайшие пять лет.

# СИЛЬНАЯ СТОРОНА РОССИИ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ: АУТЕНТИЧНОСТЬ И РАЗНООБРАЗИЕ РЕГИОНОВ



В 2019 году в международном рейтинге дестинаций ICCA Россия заняла 22-е место среди европейских стран. При этом на мировом уровне страна стала 42-й, потеряв одну позицию по сравнению с годом ранее. Для того, чтобы достигнуть более высоких результатов, России необходимо активно развивать и продвигать свой бренд. В 2019 году Национальное конгресс-бюро совместно с компанией ENITED Business Events разработало маркетинговую стратегию по продвижению России на мировом рынке как места для проведения деловых мероприятий. Специально для издания CongressTime партнеры компании Иво Франшиц и Хенрик фон Арнольд ответили на вопросы и рассказали, как должна развиваться на мировом рынке такая разнообразная дестинация, как Россия.

**По заказу Национального конгресс-бюро ваша компания недавно завершила работу над маркетинговой стратегией России для продвижения страны на международном событийном рынке. На ваш взгляд, с чего необходимо начинать подготовку такого документа?**

**Иво Франш:** Мы рекомендуем всегда начинать работу над стратегией со следующих шагов:

- Оценить статус-кво дестинации, ее возможности и место на международном рынке на текущий момент.
- Четко определить цели и задачи, которые планирует решить дестинация, на международном рынке в ближайшей перспективе.
- Убедиться, что в процесс создания стратегии вовлечены все необходимые заинтересованные стороны – частные и общественные стейкхолдеры.

**Какие ключевые направления для своего развития должна выбрать Россия, чтобы стать успешным игроком на международном конгрессном рынке? Кто является основными конкурентами нашей страны в мире?**

**И. Ф.:** Разрабатывая маркетинговую стратегию России совместно с Национальным конгресс-бюро, мы предложили несколько направлений развития. Россия как дестинация для деловых международных мероприятий должна иметь единое послание и говорить в один голос. Это позволит развить действительно ясный международный бренд

страны. Такой подход допустит продемонстрировать разнообразие дестинации, позиционируя страну как несколько регионов. На

*Россия как дестинация для деловых международных мероприятий должна иметь единое послание и говорить в один голос.*

основании этого можно создать профессиональную платформу для сотрудничества между всеми вовлеченными стейкхолдерами на национальном, региональном и локальном уровнях в целях развития событийной индустрии и поддержания международного качества и стандартов.

Необходимо отметить, что с учетом обширной географии и культурного разнообразия России, простой подход по принципу «одна дестинация – один рынок – один продукт» не будет работать эффективно в индустрии деловых мероприятий. Таким образом, можно говорить о международной конкуренции не страны в целом, а ее регионов и отдельных городов. Безусловно, наиболее сильными соперниками будут европейские страны.

**Какие внешние возможности и вызовы могли бы помочь России занять лидирующие позиции на мировом рынке сегодня?**

**И. Ф.:** Хотелось бы сразу уточнить, что под внешними возможностями и вызовами мы понимаем какие-то факторы вне индустрии деловых мероприятий, а также без привязки к географическому расположению страны. Безусловно, возможностью может стать создание сильной кооперации между отраслями, в которых Россия занимает лидирующие позиции в мире, торговыми организациями, научными институтами и компаниями событийной индустрии. Это позволит в несколько раз увеличить потенциал будущих деловых мероприятий, которые могут пройти в России.

**Хенрик фон Арнольд:** Еще одним вызовом для России в ближайшее время будет выстраивание долгосрочных отношений и поддержки событийной индустрии в стране со стороны государственных и общественных организаций на всех уровнях: национальном, региональном и локальном.

**Россия – большая страна, состоящая из более чем 80 регионов. Каждый из них может быть самостоятельной событийной дестинацией. Как вы думаете, как это может повлиять на продвижение страны в целом? Должна ли это быть единая или независимая стратегия для каждого региона? Есть ли похожие примеры на международном рынке?**

**И. Ф.:** Как и говорили ранее, мы абсолютно уверены, что реализация сильной и ясной стратегии бренда России как места для проведения мероприятий может создать уникальную платформу, на базе которой может быть представлено все разнообразие регионов и их возможности. Аналогичный успешный опыт реализации такой стратегии есть у таких стран, как Австралия, Бразилия, Канада, Китай и США. Они сопоставимы с Россией по географическому охвату и региональному разнообразию.

**С какими регионами вам удалось познакомиться в ходе работы над стратегией? Были ли вы в России до начала сотрудничества с Национальным конгресс-бюро? Какие ваши впечатления?**

**Х. А.:** За время работы с Национальным конгресс-бюро мы провели большое исследование и очень хорошо изучили три региона: Краснодарский край, Иркутскую и Свердловскую области. Кроме того, нам удалось побывать в Москве, Санкт-Петербурге и Сочи. Мы впечатлены не только возможностями регионов для развития событийной индустрии и привлечения международных деловых мероприятий, но и готовностью ключевых стейкхолдеров трудиться в этом направлении. Работая в индустрии, которая в первую очередь связана с людьми, мы получили большое удовольствие от общения со специалистами и жителями регионов, их гостеприимства и дружелюбия.

**Что, на ваш взгляд, является основными преградами для выхода регионов России на международный рынок деловых мероприятий? Какие точки роста могут быть у них для этого?**

**Х. А.:** Сегодня существует одна ключевая сложность для регионов – это очень слабое восприятие России и ее бренда на международном событийном рынке, а также полное отсутствие понимания уровня

развития соответствующей инфраструктуры страны и ее возможностей для проведения деловых мероприятий. Соответственно, точками роста может стать улучшение ситуации с визуальным и смысловым восприятием бренда России в мире, а также информирование о возможностях и потенциале страны для мероприятий. Абсолютно точно, что сильная сторона России на международном рынке будет заключаться в аутентичности и разнообразии ее регионов.

**Какую роль играют местный бизнес, научные и культурные организации, локальные сообщества в успешном продвижении России в целом и ее отдельных регионов на мировом рынке деловых мероприятий?**

---

*России необходим сильный и понятный бренд на международном событийном рынке.*

---

**И. Ф.:** Очень важно рассматривать все эти организации как неотъемлемую часть и ключевых стейкхолдеров событийной индустрии. Именно они могут стать амбассадорами и партнерами при определении и реализации возможностей для привлечения деловых мероприятий в страну.

**Как оценить эффективность усилий дестинации, как страны, так и ее отдельных регионов, для продвижения на международном событийном рынке? Можно ли для этого разработать систему специальных показателей (KPI)?**

**Х. А.:** Для того чтобы определить и создать систему реалистичных показателей, необходимо выстроить систему сбора и анализа статистики в регионе, включая данные всех

заинтересованных стейкхолдеров на различных уровнях. Для России в текущей ситуации было бы логично при планировании опираться на лучшие мировые практики и опыт основных дестинаций-конкурентов. В целом создание такой системы показателей безусловно важно, но каждый регион должен определить их самостоятельно с учетом уровня развития и принятой стратегии. Именно поэтому в каждом случае основные KPI будут индивидуальными.

**В завершение не могли бы вы дать несколько советов или рекомендаций для России и ее регионов, которые бы помогли дестинации стать успешной на мировом событийном рынке.**

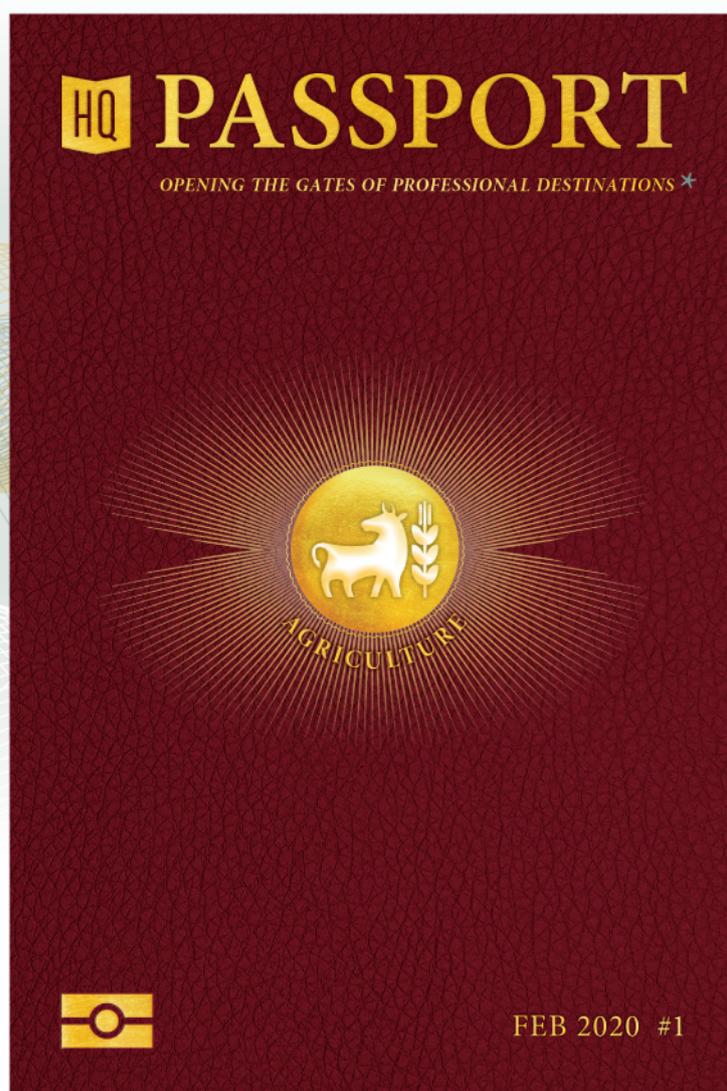
**И. Ф.:** Основываясь на нашем исследовании регионов и собранной информации, мы бы хотели отметить необходимость следующих важных аспектов для успешной работы России на мировом рынке:

а) Важно достичь понимания у всех ключевых стейкхолдеров необходимости долгосрочного планирования и развития событийной индустрии и превращения ее в успешный бизнес в течение 5–10 лет.

б) С учетом достигнутого понимания необходимы поддержка и вовлеченность как со стороны государства, так и со стороны бизнеса, включая финансовые и кадровые ресурсы, для достижения поставленных целей.

в) Необходимо слышать и понимать потребности и ожидания организаторов международных мероприятий. Это требует постоянного развития и совершенствования отраслевых стандартов, образовательных и тренинговых программ, партнерских взаимоотношений для достижения и поддержания международного уровня качества проводимых в регионе мероприятий.

# НОВЫЙ ЖУРНАЛ ОБ ОТРАСЛЕВЫХ ЭКСПЕРТИЗАХ СТРАН И РЕГИОНОВ



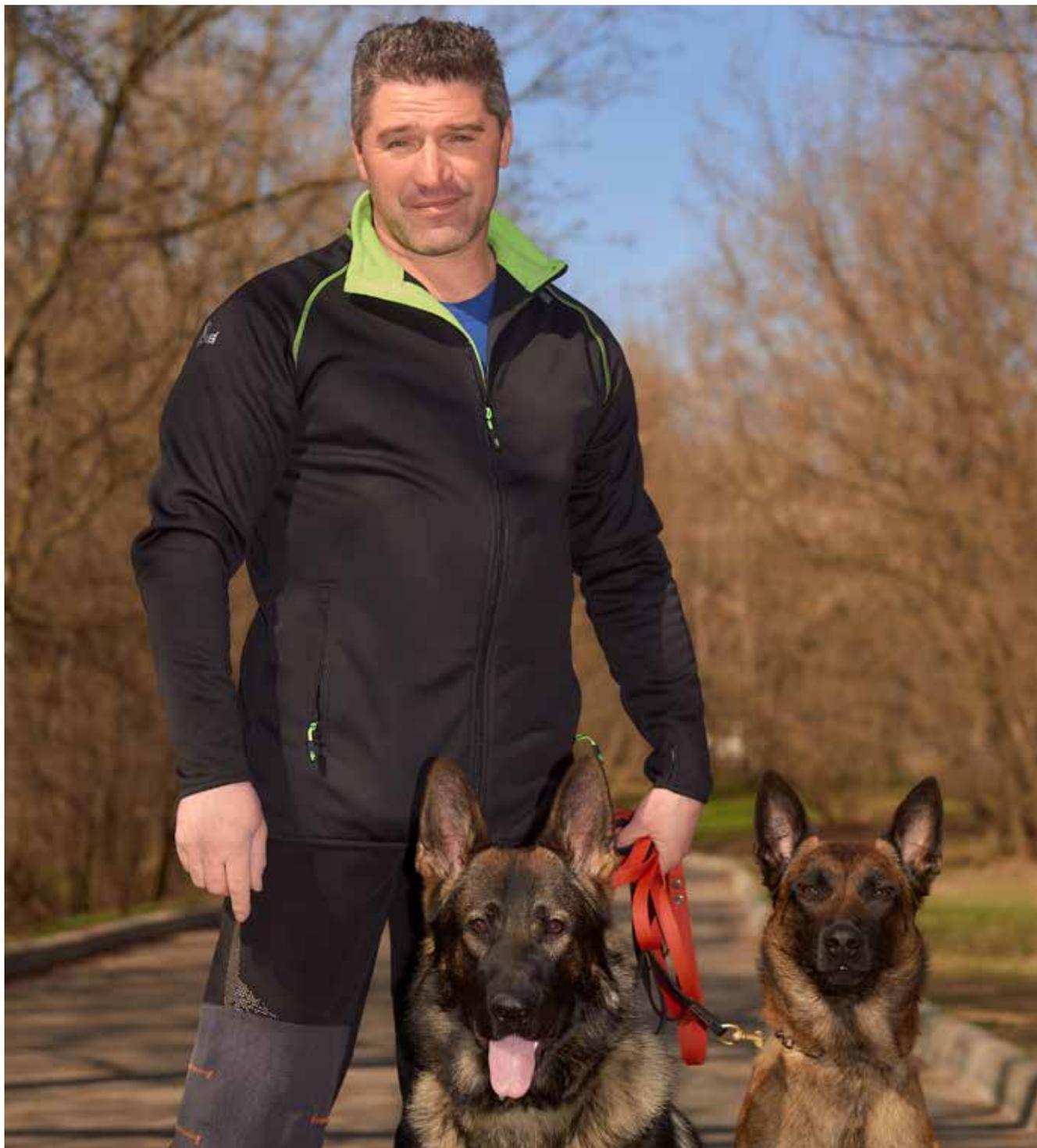
– ПЯТЬ НОМЕРОВ В ГОД –

## ПОЛУЧИТЕ СВОЙ ПАСПОРТ!

ПОДРОБНАЯ ИНФОРМАЦИЯ: [VIVIAN@MEETINGMEDIAGROUP.COM](mailto:VIVIAN@MEETINGMEDIAGROUP.COM)

\*представляем профессиональные территории

# ВЛАДИМИР ЧЕРНОВ: «НАСКОЛЬКО УСПЕШНО РАБОТАЕТ СОБАКА, ВО МНОГОМ ЗАВИСИТ ОТ КИНОЛОГА»



*Пока делегаты международных мероприятий обсуждают актуальные отраслевые вопросы, занимаются нетворкингом или заключают соглашения, сотни людей обеспечивают их безопасность. На площадках конгрессно-выставочных центров службу несут не только сотрудники охранных предприятий, но и собаки. Генеральный директор кинологической службы «Фауна-СК» Владимир Чернов рассказал CongressTime, как люди и четвероногие помощники охраняют мероприятия, как они становятся профессионалами.*

### **Владимир, как давно вы работаете кинологом?**

Для меня служба началась 35 лет назад в местной школе «Клуб юного собаковода». Тогда мне исполнилось 13 лет, и у меня был щенок немецкой овчарки. Мы пришли на площадку вместе. Потом была служба в МВД, а уже после ее окончания я стал руководителем компании, которая занимается обеспечением безопасности мероприятий при помощи собак. Это называется – предоставлять кинологические услуги. Чаще всего мы занимаемся поиском взрывных устройств и взрывчатых веществ.

### **В чем заключается работа кинологов? Вы должны быть на площадке за несколько дней до события или приступаете к заданию непосредственно во время мероприятия?**

Конечно, мы должны выполнить свою работу заранее. Служба безопасности конгресс-центра, как правило, хорошо знакома с расписанием событий, представляет себе предполагаемое число участников. Исходя из масштаба мероприятия, его массовости и значения, кинологи совместно со службой безопасности определяют, сколько наших сотрудников с животными будет на площадке. Например, на выставке «Продэкспо», которая проходила в Центральном выставочном комплексе «Экспоцентр» в 2020 году, в течение пяти дней дежурство несли 20 кинологов с собаками.

### **Какие задачи выполняют кинологи на мероприятии?**

У нас много дел. Мы осматриваем автотранспорт, проверяем – «зачищаем» павильоны до того, как начнется мероприятие, дежурируем во время самого события, стоим на посту и патрулируем площадку. Важно обеспечить безопасность любого рода.

## *На выставке «Продэкспо», которая проходила в ЦВК «Экспоцентр» в 2020 году, в течение пяти дней дежурство несли 20 кинологов с собаками.*

Конечно, все собаки универсальны. Но я стараюсь распределять задания в зависимости от особенностей животного, подбирать их на разные дни, давать конкретные задачи с подходящими условиями работы. Все, чтобы собака показала себя с максимальной эффективностью. Я знаю темперамент каждого пса, который работает у нас в компании. Есть некоторые собаки, для которых «зачистить» один или даже пять павильонов не составит труда.

Другие животные будут лучше обскивать автотранспорт, потому что они более спокойные и способны к большей концентрации.

### **Обычный рабочий день для человека длится восемь часов, но ведь случаются и переработки. А сколько времени работает служебная собака?**

Как и в случае с любым другим сотрудником, это зависит от требований организаторов. Мы, в свою очередь, всегда пытаемся уберечь животных. Не бывает так, чтобы собака двенадцать часов стояла на одном и том же месте – это сильно утомляет и людей, и животных. Мы распределяем время на отдых и работу, меняем посты и задачи, чтобы не перегружать психику собаки.

### **Сегодня существует множество технологий, которые способны обеспечить безопасность людей. Как изменилась ваша работа с появлением современных технических средств?**

Нельзя сказать, что технологии отнимают работу у кинологов. Это еще один шаг к тому, чтобы обеспечить безопасность людей. Нельзя быть корыстным в таком вопросе. Ведь в конечном итоге наша главная цель – предотвратить опасность.

В «Экспоцентре» мы всегда работаем в связке с местной службой безопасности. Одновременно с кинологами непрерывно функционирует система видеонаблюдения, па-

трудоустроены на территории, помогают выездные группы. Когда человек появляется на крупной выставке, его ждет комплексная система проверки. Он должен пройти рентгеновский аппарат, сотрудники службы безопасности используют различную технику, кинологи также выполняют свою работу. К сожалению, пока нет средства, которое позволит свести риск к минимуму. Да, технологии развиваются, но и преступники изобретательны.

Например, металлоискатель не всегда позволяет найти взрывчатое вещество, и тогда служба безопасности использует газоанализатор.

Это хороший инструмент, но он позволяет проверить только небольшой предмет, например, портфель или сумку. А если это автомашина? В этом случае на помощь приходят кинологи и собаки. Чем больше способов обнаружения есть у организаторов, чем больше технических средств и, конечно, животных – тем лучше и безопаснее.

#### **Как запросы заказчиков изменились за последние годы?**

Не могу сказать, что появились какие-то новые требования. Изменилось поведение простых граждан, участников мероприятий. Кто-то стал более бдительным, другие ни

о чем не переживают. Ну и пусть, главное, чтобы к обеспечению безопасности ответственно относились те, кто профессионально занимается этим делом.

#### **Продолжите фразу: «Многие участники мероприятий даже не подозревают, что...»**

Что пока они работают, проводится комплексная проверка помещения, их машин и личных вещей при помощи кинологов и собак. Это происходит непосредственно в тот момент, когда они обсуждают важные вопросы или пьют кофе в перерыве. Они и не обязаны знать этого, у них другие задачи.

#### **На каких мероприятиях вам больше всего нравится работать?**

Собаки и кинологи несут службу на любых мероприятиях, но особенно часто на масштабных, где ожидается массовое скопление людей. Мы помогали на концертах, фестивалях, выставках и форумах, футбольных матчах и презентациях продуктов, на мероприятиях в торговых комплексах и даже в бассейнах. У меня нет предпочтений к форматам событий – любая работа хороша, когда все продумано, когда есть план, и грамотно распределены задачи.

Куда тяжелее работать, когда не налажена система безопасности. Этот вопрос не подразумевает сумбура, импровизации. Если вы думаете, что достаточно просто расставить охрану по периметру, а потом придет кинолог с собакой и обеспечит безопасность пяти сотен посетителей, то вы ошибаетесь. Нельзя рассчитывать, что кинолог сотворит чудо, если вокруг – бардак. Собака – это не панацея.

#### **Случалось ли вам ошибаться?**

Ошибка сотрудника кинологической службы стоит очень дорого. Поэтому мы стараемся прорабатывать все возможные риски во время тренировок. Важно пом-





нить, что собака – это инструмент, который надо хорошо тренировать и грамотно применять. По классификации системы МВД собака относится к спецсредствам, в списках документов она стоит в одном ряду с дубинками и наручниками. То, как успешно сработает собака, во многом зависит от кинолога. Нужно понимать, где лучше и качественнее можно применить собаку, и когда пора дать ей отдохнуть.

**Вам бывает страшно выходить на работу? Можно ведь и найти что-нибудь...**

За время службы бывало многое. Иногда мы с коллегами находили такие склады взрывчатки, которые с карты Москвы могли стереть автобусный парк или квартал. В 1990-е бывало и хуже, собаки подрывались, кинологи. Невозможно не бояться, но именно в этом состоит наша работа.

**Что нужно, чтобы стать хорошим кинологом?**

Не каждый любит долго сидеть за рулем и крутить баранку, но ведь

кому-то это подходит? Собаки – это шерсть, слюни, у кинолога вечно грязная одежда. Если ты готов в любую погоду работать с собакой, если знаешь, чем это чревато,

---

*Важно помнить, что собака – это инструмент, который надо хорошо тренировать и грамотно применять.*

---

но все равно получаешь удовольствие, значит, это – твое. Вообще я стараюсь брать на работу фанатиков своего дела. Но специальное высшее образование в кинологии, опыт, особенно в структурах безопасности – большие преимущества для профессионалов. Ведь нужно не только уметь работать с животными, важна также личная, психологи-

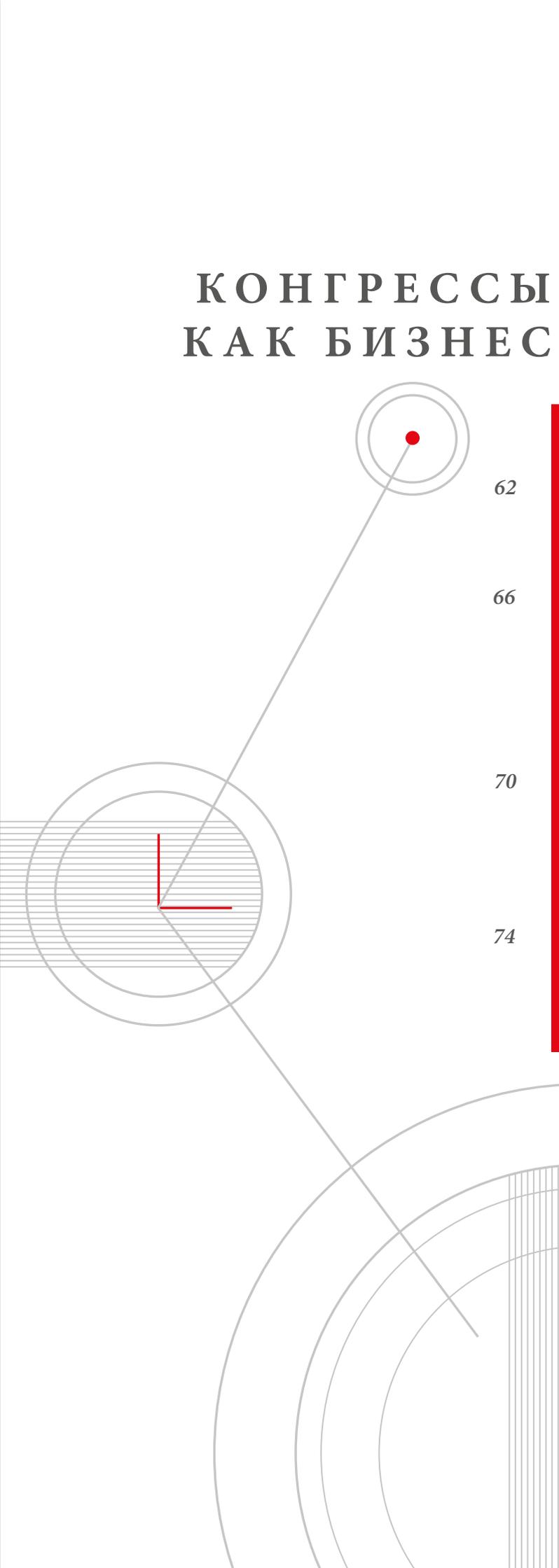
ческая подготовка. Если я вижу, что кинолог хочет работать, любит свое дело и у него налажен прекрасный контакт с собакой, то я научу их всему необходимому. Главное, чтобы было желание учиться и горел огонек в глазах.

**Какой день сотрудник кинологической службы может назвать удачным?**

Сложно ответить на этот вопрос. С одной стороны, когда мы выполнили свою работу, но ничего не нашли, и день хорош. С другой – если собака обнаружила какую-то мелочь, например, использованный строительный патрон, который обронили монтажники оборудования выставки, то это тоже удача. Такая находка не повлияет на безопасность участников, но для нас это знак, что мы не зря тренируемся. Ведь строительный патрон из монтажного пистолета очень похож на настоящий, а значит, в подобной ситуации собака среагирует правильно. А вообще, удачный день для кинолога – когда в конце смены все живы и здоровы.



# КОНГРЕССЫ КАК БИЗНЕС

An abstract geometric design on the left side of the page. It features several concentric circles of varying sizes. A thin grey line extends from the center of the smallest circle at the top towards the center of a larger circle below it. Another thin grey line extends from the center of the larger circle towards the bottom right. A red dot is located at the center of the smallest circle. A red L-shaped line is positioned at the center of the larger circle. The background is white, and the design is minimalist and modern.

62

## СТРАТЕГИИ

Выигрываем тендеры на проведение международных конгрессов

66

## СООБЩЕСТВО

Let's bike it! Движение в будущее

70

## КОНСУЛЬТАЦИЯ

Почему нужны профессиональные стандарты ивент индустрии

74

## НЕКОНГРЕСС

Корпоративные приключения как инструмент тимбилдинга



# ВЫИГРЫВАЕМ ТЕНДЕРЫ НА ПРОВЕДЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ КОНГРЕССОВ

*В 2019 году в мире состоялось более 12 тысяч ротируемых конгрессов международных ассоциаций, в которых приняли участие более пяти миллионов человек. При этом средние расходы одного делегата мероприятия составили \$2258. Как привлечь такое прибыльное событие в регион? Как подготовиться к тендеру и получить право на проведение мероприятия международной ассоциации?*

## АВТОР:

*Ирина Александрова, руководитель департамента по работе с ассоциациями и корпоративными заказчиками Национального конгресс-бюро*

Ротируемые мероприятия международных отраслевых ассоциаций относятся к одним из крупнейших и наиболее продолжительных деловых событий, проводящихся на регулярной основе по всему миру. Они организуются по инициативе профессиональных или торговых ассоциаций, общественных объединений, профсоюзов.

Согласно критериям, выработанным Международной ассоциацией конгрессов и конференций (ICCA), к таким событиям относятся международные конгрессы, конференции, симпозиумы, которые проводятся в мире ежегодно,

один раз в два года или в несколько лет, в определенном регионе, не менее трех раз в трех странах, а общее количество участников составляет не менее 50 человек.

По данным ICCA, в мире действуют более 75 тысяч международных профессиональных отраслевых ассоциаций, каждая из которых на регулярной основе проводит деловые мероприятия разного характера. За последние 10 лет количество деловых событий в мире превысило 123 тысячи. В то же время доля России на глобальном рынке международных конгрессных мероприятий, по официальным

оценкам, составляет менее 1%. По количеству проводимых событий Россия занимает 42-е место в рейтинге ICSSA, уступая США, Германии, Франции, Испании, удерживающим лидирующие позиции в течение последних десяти лет.

В то же время Россия обладает преимуществами, такими как новизна дестинации, многокультурность регионов, развитая инфраструктура, профессиональные поставщики услуг, богатое культурное наследие и, конечно же, сильнейшие научная и промышленная базы. Все это по праву представляет колоссальный потенциал и возможности для привлечения в страну международных мероприятий, но при условии выстраивания постоянной и эффективной командной работы.

### **ЗАЧЕМ ПРИВЛЕКАТЬ В СТРАНУ МЕРОПРИЯТИЯ АССОЦИАЦИЙ**

Прежде всего, привлечение значимых международных мероприятий создает имидж страны как центра науки и промышленности и непосредственно влияет на развитие экономики.

Помимо прочего, проведение мероприятий напрямую связано с повышением статуса отдельно взятого субъекта Российской Федерации, привлечением инвестиций, увеличением доли доходов от индустрии встреч в бюджете страны, ростом занятости населения за счет создания дополнительных рабочих мест и расширением количества и качества деловых, научных, культурных и торговых связей с другими регионами и государствами.

### **ИНСТРУКЦИЯ ДЛЯ УЧАСТИЯ В ТЕНДЕРЕ**

Принятие решений международных ассоциаций о выборе дестинации, как правило, происходит в течение

длительного периода, процедура длится несколько месяцев или лет и делится на несколько промежуточных этапов.

### **ПУБЛИКАЦИЯ ОБЪЯВЛЕНИЯ О ТЕНДЕРЕ, ВЫПУСК ТЕНДЕРНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ**

На данном этапе дестинациям предоставляется возможность ознакомиться с условиями и требованиями документации, выразить заинтересованность и готовность подать заявку на право проведения мероприятия.

### **ПОДАЧА ТЕНДЕРНОЙ ЗАЯВКИ**

Наиболее трудоемкий блок работ, предполагающий сбор информации для презентации дестинации, подбор площадок, разработку программы, подготовку сметы для максимально эффективного представления города-претендента.

### **ОПРЕДЕЛЕНИЕ ШОРТ-ЛИСТА СРЕДИ СТРАН-ПРЕТЕНДЕНТОВ ПРЕДСТАВЛЕННЫХ ЗАЯВОК**

Объявление краткого списка числа претендентов является первым промежуточным этапом оценки со стороны представителей международной ассоциации, который основывается на правильности подачи информации, отраженной в заявке.

### **ОРГАНИЗАЦИЯ ИНСПЕКЦИОННЫХ ВИЗИТОВ ПО ВЫБРАННЫМ ГОРОДАМ- ПРЕТЕНДЕНТАМ**

Как правило, инспекции проводятся группой представителей международной ассоциации для более детального ознакомления с местом проведения и проверки соответствия условиям заявки. В зависимости от правил той или иной ассоциации, инспекционные визиты могут осуществляться как в процессе отбора, так и после

принятия окончательного решения по выбору страны и города проведения.

### **ПРЕЗЕНТАЦИЯ ЗАЯВКИ ДЕСТИНАЦИИ**

Это завершающий этап отборочной процедуры для претендентов, который проходит в рамках очередного конгресса перед представителями руководящего органа международной организации. Ответственность представления заявки, как правило, возлагается на локального представителя от страны-претендента, члена международной ассоциации, более того, в отдельных случаях, согласно требованиям, лица, не являющиеся членами ассоциации, не имеют права присутствовать на презентации. В то же время правилами биддинга отдельных ассоциаций допускается и даже приветствуется командная презентация.

### **ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ И ОБЪЯВЛЕНИЕ ПОБЕДИТЕЛЯ**

Принятие решения происходит по итогам оценки всех этапов заявочной процедуры и чаще всего имеет место сразу после очной презентации заявок. Формат и состав участников, принимающих решение по выбору победителя, варьируются от ассоциации к ассоциации. Как правило, это коллективное решение совета директоров, исполнительного совета или лица, единолично принимающего решение, например, президента или председателя. Встречается также формат общего голосования всех участников международной ассоциации.

### **ПОДПИСАНИЕ ДОГОВОРА, СОГЛАШЕНИЯ, НАЧАЛО ПОДГОТОВКИ К МЕРОПРИЯТИЮ**

Как правило, подача заявок на право проведения международного мероприятия имеет длительный гори-

## ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕНДЕРА



**1.**  
Извещение  
о проведении  
тендера



**3.**  
Первичный  
отбор заявок  
международной  
ассоциацией –  
определение  
шорт-листа



**5.**  
Презентация  
заявки



**7.**  
Подписание  
договора,  
начало работ  
по организации  
мероприятия



**2.**  
Подача  
тендерной  
заявки



**4.**  
Инспекционные  
визиты  
в города-  
претенденты



**6.**  
Принятие  
решения

зонт планирования и варьируется в среднем от двух до шести лет.

### РОЛЬ КОНГРЕСС-БЮРО В ПРИВЛЕЧЕНИИ РОТИРУЕМЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Сегодня России доступно более 200 тендеров международных ассоциаций на проведение ротируемых мероприятий в различных отраслях и областях науки с 2020 по 2028 годы.

Как же организовать эффективный процесс работы по привлечению событий? Следует учитывать, что для достижения максимальных результатов крайне важна командная работа. Зачастую состав и сплоченность всей заявочной команды, навыки совместной деятельности, способность оперативно решать непредвиденные задачи оцениваются международной ассоциацией не в меньшей степени,

чем заявочная документация и имеют важное значение при принятии решения.

В соответствии с мировой практикой в состав эффективной заявочной команды входят:

- Локальный представитель международной ассоциации (англ. local host), действующий член научного или отраслевого сообщества на территории страны-претендента. Он играет ключевую роль в подаче заявки, представляя интересы страны в международном сообществе. Также он активно вовлечен в процесс составления заявки в части предложений по программе мероприятия и презентации заявки руководству международной ассоциации. Зачастую принципиальное решение в пользу подачи заявки связано с локальным представителем, так как именно его активность и участие в деятельности международного сообщества на-

прямую зависят от шансов, которые наша страна имеет среди прочих стран-кандидатов.

- Маркетинговые организации (англ. DMO – destination marketing organization), специализированные структуры, созданные при поддержке государства для привлечения крупных деловых мероприятий. К ним относятся конгрессно-выставочные и туристические бюро. В зависимости от формы организации эти структуры активно содействуют на этапе участия в тендерных процедурах, обеспечивая процесс подготовки заявки, сбор официальных писем поддержки. Также они привлекают возможное финансирование на различных этапах подачи заявки. В рамках своей деятельности Национальное конгресс-бюро ведет работу по составлению заявок, а также предлагает финансовую поддержку на последующих этапах тендерной процедуры, например, при

проведении инспекционных визитов или на этапе презентации заявки для лиц, принимающих решение.

- Участники рынка конгрессно-выставочных услуг, среди которых могут быть в первую очередь профессиональные конгрессные операторы (англ. PCO – professional conference organizer), конгрессно-выставочные площадки и конгресс-отели, сервисные компании и т. д. Чаще за данными организациями закрепляются задачи по составлению общего бюджета мероприятия, предложениям деловой и культурно-развлекательной программ, сопутствующим услугам для делегатов.

**Национальное конгресс-бюро** создано в 2017 году при поддержке Правительства РФ и является инструментом реализации государственной политики. Миссия организации – формирование позитивного образа России как страны с благоприятным деловым и инвестиционным климатом через развитие и поддержку национальной ивент индустрии. Ключевое направление деятельности Национального конгресс-бюро – привлечение в Россию большего количества международных конгрессных мероприятий, способствуя тем самым выполнению национальных целей и стратегических задач Российской Федерации.

Таким образом, конгресс-бюро при подготовке заявки является связующим звеном между локальными и международными представителями научного сообщества и поставщиками услуг, компаниями-операторами, площадками и прочими игроками рынка.

В своей работе Национальное конгресс-бюро использует как собственные контакты и базы данных, привлекая участников рынка к подаче заявок, представляющих потенциальный интерес для России, так и оказывает содействие

компаниям, обратившимся в конгресс-бюро с конкретным проектом.

Если проекты инициируются непосредственно конгресс-бюро, организация выступает в роли куратора, создавая и объединяя заявочную команду. На начальном этапе Национальное конгресс-бюро привлекает к проекту компании PCO, которые выбираются среди членов конгресс-бюро путем запроса предложений. Исключение составляют случаи, когда у международной ассоциации существует Core PCO – компания-оператор, задействованная в организации всех мероприятий. По итогам собранных предложений локальному представителю предлагается рассмотреть документы и сделать выбор в пользу одного потенциального оператора события. В случае, если на территории выбранного региона функционирует региональное конгресс-бюро, оно также может быть привлечено к проекту. Таким образом, к началу работы по подготовке заявки формируется так называемая команда бида. Нередко участниками команды становятся и конгрессно-выставочные площадки. Как правило, Национальное конгресс-бюро выступает в качестве координатора проекта, инициируя установочные встречи, в ходе которых совместным решением утверждается состав оргкомитета, план работы и распределение зон ответственности, а затем ведется работа по подготовке заявки.

Любая заявка индивидуальна и требует специфических данных в зависимости от конкретных требований той или иной международной ассоциации. Тем не менее, существует общий принцип представления информации в заявке, требующий отражения определенных информационных блоков, важных для ее оценки. Так, при подготовке предложения важно четко отразить информацию о доступности региона и его логистике, возможностях площадки, размещении делега-

тов, бюджете проекта. Не стоит также забывать об уникальных преимуществах дестинации, которые могли бы выступить в качестве дополнительного превосходства в пользу претендента. Это особенно актуально ввиду установившегося тренда на так называемые развивающиеся регионы. Предоставление всевозможных писем поддержки также добавит очки в пользу заявки.

### ЗАЯВКИ, ВЫИГРАННЫЕ ПРИ АКТИВНОМ УЧАСТИИ НАЦИОНАЛЬНОГО КОНГРЕСС-БЮРО

- Всемирный энергетический конгресс, Санкт-Петербург, 2022 год
- 34-й Планетарный конгресс Международной ассоциации участников космических полетов, Санкт-Петербург, 2021 год
- Встреча международного института производителей синтетического каучука IISRP, Санкт-Петербург, 2021 год
- Вторая конференция «Дни Аничкова» Международного общества по изучению атеросклероза, Москва, 2020 год
- Международная конференция историков городской среды IPHS, Москва, 2020 год
- Глобальный саммит производства и индустриализации GMIS, Екатеринбург, 2019 год
- 13-я Встреча стратегического альянса национальных конгресс-бюро Европы, Санкт-Петербург, 2019 год
- Международная конференция GSMA Mobile 360, Москва, 2019 год



АВТОР:

Владимир Кумов, куратор проекта  
*Let's bike it!*, советник заместителя  
министра транспорта РФ

# LET'S BIKE IT! ДВИЖЕНИЕ В БУДУЩЕЕ

---

*Проект по развитию велокультуры Let's bike it! был придуман в апреле 2010 года с целью популяризации велосипеда как комфортного и экологичного городского транспорта, а также создания условий, удобных для его использования. Команда Let's bike it! является инициатором и организатором проведения Московского велопарада, всероссийской акции «На работу на велосипеде», Международного велоконгресса и ряда других инициатив.*

---

Зимой 2009–2010 года я учился в Буэнос-Айресе, где в то время реализовали масштабный план по развитию велосипедного движения. Почти постоянно я перемещался по городу на велосипеде, это было удобно и позволяло развезать после учебы. Вернувшись в Москву, сразу же столкнулся с тем, что меня всегда в ней раздражало – пробки. Тогда еще не было аэроэкспресса, и дорога из аэропорта до дома заняла больше четырех часов. Где-то в этих пробках и родилась идея попробовать изменить Москву, сделать город более человечным. Через пару дней я встретился со знакомой пиарщицей, оказалось, что она тоже устала от автомобилей, припаркованных на тротуарах, и вечных пробок, и была бы рада чаще ездить по делам на велосипеде. Мы набросали план действий, который в итоге превратился в проект Let's bike it! С тех пор многое менялось, через шесть лет начали проводить конгрессы, но цель остается неизменной – сделать города России более комфортными и безопасными. Хочется видеть на улицах людей, а не автомобили.

В 2016 году мы начали проводить собственный международный велоконгресс. Первые три года он проходил в Москве, где базируется наша команда, и стал одним из крупнейших среди подобных мероприятий. В то же время появилось понимание, что конгресс может иметь большой эффект, если будет перемещаться по городам России. Это дало бы возможность обсуждать с российскими и зарубежными экспертами реальные кейсы, на местности анализировать создаваемую велосипедную инфраструктуру и поддерживать начатые изменения. Именно поэтому в 2018 году мы приняли решение продолжить развитие велоконгресса как ротируемого мероприятия и объявили конкурс, чтобы выбрать город проведения в 2019 году. Мероприятие состоялось в Санкт-Петербурге. Опыт получился удачный, но с форматом пока определяемся. Возможно, новый город будем выбирать раз в два года, возвращаясь каждый раз в Москву. Все же в столице проще до-

биться участия представителей министерств и ведомств, без которых не изменится нормативная база и не будет принято решений по ключевым вопросам.

## УЧАСТИЕ В ТЕНДЕРАХ

За последние три года проект Let's bike it! пять раз подавал заявки на проведение международных велоконгрессов в России и одну из них выиграл. Основная сложность участия общественной организации в тендерах – планирование на несколько лет вперед. Уже в заявке нужно продумать бюджет и множество других деталей. Поэтому мы сначала подавали документы только на проведение Зимнего велоконгресса, срок планирования которого один-два года.

В 2018 году мы начали сотрудничество с Национальным конгресс-бюро. Это позволило быть смелее. Мы также смогли расширить географию, предлагать в качестве мест проведения мероприятия не только Москву, но и другие регионы. Еще одна сложность, она же и ключ к победе, – понять, чего хотят и на что обращают внимание учредители того или иного мероприятия, и предложить им это.

Первый тендер на проведение Зимнего велоконгресса Москва проиграла Монреалу, который приложил к своей заявке более 30 писем поддержки от разных организаций и городов Канады. Через год мы подали вторую заявку, подкрепив ее почти 50 письмами от общественных организаций России и государств СНГ, администраций разных регионов РФ, Министерства транспорта и других ведомств. Мы также предложили провести международный конкурс логотипов для увеличения осведомленности о мероприятии в мире. В итоге Москва победила, а на конкурс было получено более 500 предложений из почти 40 стран.

В 2018 году в Москве состоялся Winter Cycling Congress. Проведение

таких крупных событий – это отличная возможность для развития. К сожалению, из-за языкового барьера и дороговизны представители российских общественных организаций и чиновники крайне редко посещают профильные мероприятия в других странах, а на конгрессе в России всегда есть синхронный перевод. Кроме того, когда в Москву на такое событие приезжает заместитель мэра Парижа, мэр Копенгагена и множество других высокопоставленных чиновников, развитие велосипедной инфраструктуры не выглядит как требование кучки сумасшедших активистов, дискуссия идет на совершенно другом уровне. В 2018 году на Зимнем велоконгрессе нам даже удалось выделить отдельный день на обсуждение мастер-плана по развитию велодвижения в Европе. Этот документ уже несколько лет готовится Общевойропейской программой по транспорту, окружающей среде и охране здоровья (THE PER), в которой участвует и Россия. Осенью 2020 года его должны подписать на встрече на высшем уровне в Вене.

Мы подавали заявку на проведение международного конгресса в Иркутске в 2022 году, но проиграли. Что-то пошло не так. Оформляя заявку от Иркутска, мы знали, что организатор мероприятия – Федерация зимнего велоспорта (WCF) – хочет охватить аудиторию в Азии. Один из плюсов нашей заявки – Байкал, прокатиться по льду этого озера на велосипеде мечтают многие. Это был правильный расчет, мы попали в шорт-лист. У Иркутска были все шансы на победу, если бы среди заявок не оказалось Карлстада, который три года подряд признают лучшим городом для велосипедистов в Швеции. К сожалению, члены правления WCF решили, что конгресс правильнее провести в городе, имеющем полноценную сеть велосипедной инфраструктуры и передовые методы поддержания ее функционирования в холодное время года.

Зимний велоконгресс в Москве мы смогли провести лишь со второй по-

пытки. Но обязательно продолжим подавать заявки и предлагать другие города. Поражение – это лишь повод задуматься о том, как усилить свою заявку в будущем.

## МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ И ПРИЗНАНИЕ

Представители Let's bike it! принимают участие в международных мероприятиях, например, в Колумбии, Ирландии, Канаде. Для чего мы это делаем? К сожалению, в вопросах транспортной политики, особенно в области велосипедного транспорта, Россия сильно отстала от многих стран, наши города продолжают развиваться по учебникам прошлого века, в центре развития – автомобиль, а не человек. Поэтому основные цели нашего участия в мероприятиях – обмен опытом, передовые знания и нетворкинг. С каждого такого события мы возвращаемся со списком экспертов, которых хотим привезти в Россию. В мире не знают, что происходит у нас, и мы делимся опытом. Например, в Париже команду нашего проекта расспрашивали о проведении акции «На работу на велосипеде». На форумах в Рио-де-Жанейро и Калгари с большим энтузиазмом восприняли наше выступление о зимних велопарадах и продвижении езды на велосипеде в холодное время года.

На VII Зимнем велоконгрессе в Калгари проект Let's bike it! был награжден Winnie Awards 2019 в номинации Global Leadership за заслуги в популяризации зимней езды на велосипедах. В этой номинации до нас награждали члена канадского парламента Кэтрин МакКенна и супругу премьер-министра Канады Софи Грегуар-Трюдо, фотографии их зимних поездок на велосипеде разлетелись по Интернету. Команда проекта получила премию за проведение зимних велопарадов в Москве в 2017-м и 2018 году. Жюри отметили заезд, который состоялся при  $-27^{\circ}\text{C}$  и попал в мировые СМИ, а также зимний велопарад, приуроченный к Winter Cycling Congress в Москве.

## ПЛАНЫ НА БУДУЩЕЕ

Мы все больше внимания уделяем образовательным мероприятиям: проводим велоконгресс, участвуем в тендерах на проведение крупных международных конференций и форумов в России, планируем проведение школ для сотрудников администраций и представителей общественных организаций. Мы также активно взаимодействуем с бизнесом: в нашей акции «На работу на велосипеде» участвуют уже более 400 компаний с общим количеством сотрудников более миллиона человек. Бизнес понимает, что активные сотрудники более продуктивны и меньше болеют. Главное, создать условия для безопасных ежедневных поездок.

Сейчас мы работаем над поправками в нормативную базу, так как в текущем виде она не всегда позволяет создавать удобные условия для людей на велосипедах, и добиваемся создания межведомственной комиссии по развитию велодвижения, такие уже есть во многих странах. Велосипеды затрагивают сразу несколько сфер: транспорт, спорт, здравоохранение, экология, экономика, соответственно и заниматься ими нужно где-то на стыке. Пока каждое ведомство предлагает что-то свое, единой стратегии нет, что мешает развитию.

Let's bike it! – лауреат Национальной экологической премии Green Mobility Award за вклад в устойчивое развитие городов МЦСЭИ «Леонтьевский центр», портала KudaGo «Лучшие места и события Москвы» в номинациях «Лучшее спортивно-массовое мероприятие», «Лучший флешмоб» и других премий.

В 2010 году, когда мы придумали Let's bike it!, сообщество велосипедистов было представлено, в основном, клубами. Это довольно субкультурное явление со своим сленгом, традициями в виде открытия и закрытия сезона. Было понятно, что для изменений нужно что-то другое. Во всем мире для этого есть профессиональные организации, которые говорят на языке, понятном проектировщикам и сотрудникам ведомств и городских администраций, проводят исследования, взаимодействуют с представителями самых разных сфер. Для нас развитие такого профессионального сообщества стало одной из основных задач.

Проведение в России международных конгрессов – это один из самых мощных инструментов по повышению мотивации и профессионализма сообщества. В 2018 году на



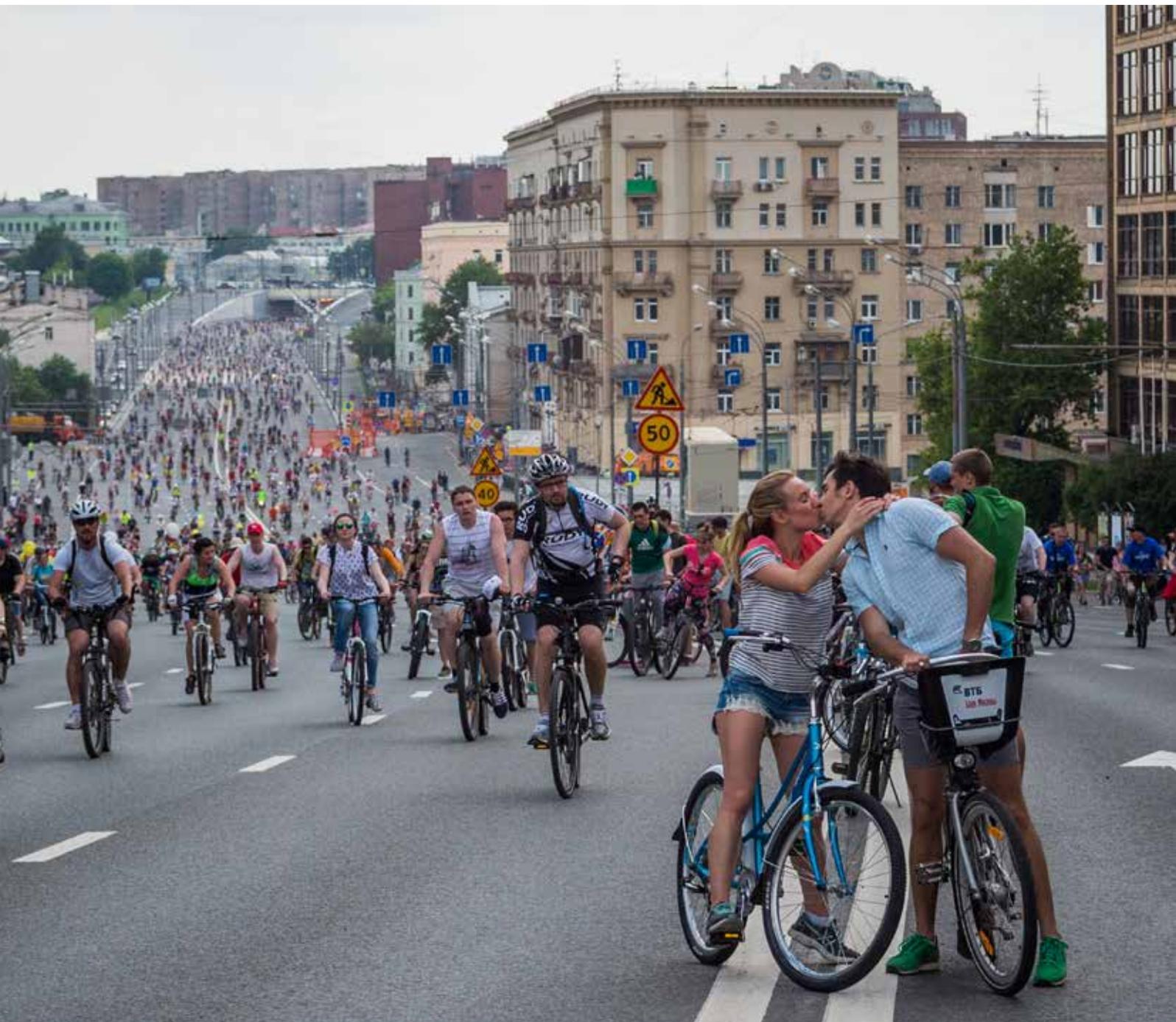
Зимний велоконгресс в Москву съехались представители 39 стран, в их числе представили администраций и лидеры крупных международных общественных организаций велосипедистов. Общение с ними – это возможности для роста. Спустя два года после конгресса мы наблюдаем появление новых проектов и реализацию идей, озвученных на нем. Большие международные мероприятия повышают мотивацию и сотрудников администраций. Каково было, например, узнать, что условный Нью-Йорк, затеявший транспортную реформу и велосипедизацию, проходил все те же сложности, с которыми сталкивается почти любой город России?

Первый международный велоконгресс, который мы провели в Москве, собрал в основном представителей общественности и активистов. Сейчас пропорции изменились, у нас примерно равное количество представителей власти, общественности и бизнеса. Отчасти такой результат стал возможен благодаря тому, что сами общественники выросли.

Мы плотно работаем с общественными организациями велосипедистов по всей России, а также за рубежом. Одной из важных задач Let's bike it! является развитие профессиональных компетенций у представителей локальных велотранспортных объединений: от ведения кампаний до

проектирования инфраструктуры. Например, на опыте проведения некоторых наших мероприятий мы подготовили простые и понятные инструкции, чтобы любой желающий мог сделать подобное в своем городе. Международный велоконгресс является площадкой для обмена опытом, демонстрации лучших кейсов и нетворкинга. На наш взгляд, сообществу велоактивистов нужно стать профессиональными лоббистами, проектировщиками и управленцами, тогда можно будет увидеть качественные изменения в городской среде.

*Фотографии предоставлены автором, Ильей Варламов/Let's bike it!*



# ПОЧЕМУ НУЖНЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ

## АВТОР:

*Елена Васильева, директор центра международных научных исследований и проектов Санкт-Петербургского государственного экономического университета*

С 1 января 2020 года согласно Постановлению Правительства Российской Федерации от 27.06.2016 №584 в государственных организациях требования к квалификации, необходимой работнику для выполнения определенной трудовой функции, должны соответствовать утвержденным профессиональным стандартам [1].

Что же касается иных организаций, то соблюдение требований профстандартов в этих учреждениях осуществляется в случаях, установленных статьями 57 и 195.1 Трудового кодекса РФ, согласно которым в трудовом договоре обязательно указывается трудовая функция (работа по должности в соответствии со штатным расписанием, профессии, специальности с указанием квалификации; конкретный вид поручаемой работнику работы), аналогичная наименованиям и требованиям, указанным в квалификационных справочниках, утверждаемых в порядке, устанавливаемом Правительством Российской Федерации или соответствующим положением профессиональных стандартов [2].

Таким образом, если говорить о последствиях при введении профстандарта, то для работника это необходимость подтверждения квалификаций, а для работодателя – обеспечение повышения квали-

**Профессиональный стандарт** – характеристика квалификации, необходимой работнику для осуществления определенного вида профессиональной деятельности, в том числе выполнения определенной трудовой функции (статья 195.1 Трудового кодекса РФ).

фикации сотруднику, который не имеет подтверждения квалификации в соответствии с требованиями профессионального стандарта.

Что же делать тем отраслям экономики, для которых в полной мере еще не разработаны необходимые профессиональные стандарты, а представители этих отраслей испытывают сложности при разработке этих документов, например, ивент индустрии? Должны ли профессиональные стандарты быть

национальными или международными? Согласно российскому законодательству, профессиональный стандарт разрабатывается самим сообществом: отраслевыми ассоциациями и объединениями работодателей. Разработанный стандарт подается на утверждение в уполномоченный орган, в России это Министерство труда и социальной защиты РФ.

Опыт работы профессиональных объединений по разработке профстандартов показал, что наиболее актуальными являются те из них, что разработаны с участием вузов и гармонизированы с международными стандартами. Сотрудничество в области качества подготовки специалистов сегодня является важной составляющей деятельности университетов и предприятий. Качество подготовки специалистов во многом связано с развитием нормативно-правовой базы, определяющей требования работодателей к профессиональным компетенциям выпускников вузов, выраженных в квалификационной рамке и профессиональных стандартах. Гармонизация национальных и международных

профессиональных стандартов обеспечивает признание квалификаций российских специалистов на международном уровне и расширяет их возможности при трудоустройстве.

### МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СТАНДАРТИЗАЦИИ В ИВЕНТ ИНДУСТРИИ

Наиболее эффективно решает проблемы качества подготовки кадров в ивент индустрии Великобритания. Профессиональные стандарты для отрасли были разработаны в королевстве почти четверть века назад, каждые пять лет они обновляются экспертами профессионального сообщества. В условиях развития креативной экономики, где человеческие ресурсы являются основой экономического развития страны, британская национальная система обеспечения востребованными специалистами для разных отраслей благодаря подготовке и постоянному совершенствованию кадров стала инструментом экономической стратегии, которую составляют:

- Национальные профессиональные стандарты (NOS), в том числе в области ивент-менеджмента National Occupational Standards for management and leadership, с кратким

описанием основных трудовых функций.

- Советы по развитию отраслевого мастерства (квалификаций) (Sector Skills Councils), проводящие оценку и сертификацию кадров или специальные рабочие группы по разработке стандартов (standards setting bodies). Сегодня действует 23 Совета.

- Национальная рамка квалификаций, состоящая из восьми уровней и описывающая все возможные виды образования, а также пути получения профессиональной подготовки.

- Национальное квалификационное агентство при правительстве Великобритании (UK NARIC) – квалификационный регулятор, координирует соответствие требований работодателей с квалификациями иностранных претендентов на вакансии. Также ведет мониторинг и аккредитацию органов присвоения квалификаций.

- Система переаттестации и подтверждения результатов предыдущего образования.

- Программы профессионального образования и обучения для возрастных групп от 14 лет и стар-

ше, обеспечивающие взаимосвязь различных уровней и типов обучения; сеть автономных колледжей и частных учебных заведений, реализующих программы профессионального обучения в тесном сотрудничестве с региональными организациями работодателей.

### РОССИЙСКИЙ ОПЫТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СТАНДАРТИЗАЦИИ В ИВЕНТ ИНДУСТРИИ

В России вопрос о разработке профессиональных стандартов в ивент индустрии возник более десяти лет назад. Направление экономической деятельности, которое называют ивент индустрией, развивается на стыке событийного туризма, PR и рекламной деятельности, поэтому профессиональные сообщества пиар-агентств, организаторов событий не раз осуществляли попытки разработать профстандарт для ивент-менеджера.

Одним из успешных международных опытов по разработке профессиональных стандартов для ивент индустрии стал проект «Европейские измерения в квалификациях для туристического сектора экономики России и Киргизии». Он получил самую высокую оценку

**Отраслевая (секторальная) рамка квалификации** предназначена для различных групп пользователей, объединений работодателей, органов управления образованием, компаний, образовательных организаций, граждан и позволяет:

- формировать общую стратегию развития рынка труда и системы образования в отрасли (секторе экономики), в том числе, планировать различные траектории образования, ведущие к получению конкретной квалификации, повышению квалификационного уровня, карьерному росту;

- описывать с единых позиций требования к квалификации работников и выпускников при разработке профессиональных и образовательных стандартов, программ профессионального образования;

- определять необходимость в разработке и актуализации профессиональных стандартов;

- разрабатывать другие документы в области системы профессиональных квалификаций отраслей (секторов экономики), требующих определения уровней квалификации в индустрии.

Отраслевая рамка квалификации разработана на основании:

- временных методических рекомендаций по разработке отраслевой рамки квалификаций на основе Национальной рамки квалификаций РФ, утвержденной Министерством здравоохранения и социального развития РФ;

- приказа Министерства труда и социальной защиты РФ от 12.04.2013 № 148н «Об утверждении уровней квалификации в целях разработки проектов профессиональных стандартов».

со стороны Европейской комиссии и программы Erasmus+. В работе проекта приняло участие более 17 организаций. Университетский сектор был представлен Лондонским университетом Метрополитен (Великобритания), Университетом Никосии (Кипр), Университетом прикладных наук г. Шверин (Германия), Балтийской международной академией (Латвия), Санкт-Петербургским государственным экономическим университетом, Финансовым университетом при Правительстве РФ, Сочинским государственным университетом, Российским государственным университетом туризма и сервиса, Донским государственным техническим университетом, Бишкекской финансово-экономической академией (Киргизия), Иссык-Кульским государственным университетом им. К. Тыныстанова (Киргизия) [3].

Со стороны работодателей приняли участие Выставочный научно-исследовательский центр R&C, Национальное конгресс-бюро, Балтийское отделение Российского союза туриндустрии (Латвия). Проект EurDiQ относится к структурным и реализуется ЕС Erasmus+ при поддержке Министерств науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства образования и науки Кыргызской Республики [4].

Цель проекта заключалась в гармонизации профессиональных стандартов в секторе туризма для России, Европы и Киргизии. В рамках Erasmus+ EurDiQ был разработан проект секторальной рамки квалификации для туристического сектора России и Кыргызстана, который учитывает как особенности развития национально-туристического сектора двух стран, так и европейские тенденции его развития. Кроме того, были созданы проекты профессиональных стандартов для отдельных направлений туристического сектора, в том числе ивент индустрии, такие как специалист по организации событий, специалист по продвижению дестинаций и др. При разработке секторальной рамки квалификаций использовались между-



народные программные документы отраслевого характера и зарубежные профессиональные стандарты Великобритании и Германии. Вместе были учтены требования отрасли и полностью соотнесены с профстандартами Министерства труда и социальной защиты РФ. Эти документы прошли обсуждение в широком круге профессионального сообщества на Евразийском Ивент Форуме (EFEA) в 2015–2018 гг., «MICE конференции – 2015» на Международной выставке INWETEX в Санкт-Петербурге, выставке Inturmarket 2017 в Москве, в Учебно-методическом объединении по образованию в области сервиса и туризма. В 2019 году проект секторальной рамки квалификации для туристического сектора экономики РФ и профессиональные стандарты, доработанные с учетом результатов обсуждения в профессиональном сообществе, представлены для оценки Национальному конгресс-бюро России и Совету по профессиональной квалификации в индустрии гостеприимства.

Национальное конгресс-бюро России ведет активную работу в области обеспечения устойчивости результатов проекта ERASMUS+ EurDiQ. В июне 2019 года в Екатеринбурге было подписано трехстороннее соглашение о сотрудничестве между Национальным конгресс-бюро, Санкт-Петербургским государственным экономическим университетом (СПбГЭУ) и Азиатско-Тихоокеанским институтом

управления событиями (APIEM), в рамках которого к октябрю 2019 года была создана модель международной сертификации для ивент индустрии.

На Евразийском экономическом форуме 3 октября 2019 года в Санкт-Петербурге было подписано соглашение о создании Евразийского сетевого института туризма и конгрессно-выставочной деятельности, в рамках которого предполагается реализация сетевой магистерской программы «Стратегия и лидерство в туризме» на обучающей онлайн-платформе Moodle, а также курсов повышения квалификации по направлениям ивент-менеджмент, конгресс-менеджмент, контент-менеджмент в индустрии деловых встреч, разработанных в ходе реализации проекта Erasmus+ EurDiQ [5].

► Ссылки и источники

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 27.06.2016 №584, [электронный ресурс] // URL: <https://otdelkadrov.ru.com/>
2. Постановление Правительства РФ от 31.10.2002 N 787 (ред. от 20.12.2003) «О порядке утверждения Единого тарифно-квалификационного справочника работ и профессий рабочих, Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих», [электронный ресурс] // URL: <http://www.consultant.ru/document/>
3. Внедрение Европейского измерения в отраслевую рамку квалификации для туристической индустрии 561832-EPP-1-2015-1-LV-EPPKA2-SVHE-SP, [электронный ресурс] // URL: <http://eurdiq.eu/ru/>
4. Министерство науки и высшего образования РФ, [электронный ресурс] // URL: <https://www.minobrnauki.gov.ru>
5. Проект Erasmus+ EurDiQ, [электронный ресурс] // URL: <https://eurdiq.donstu.ru>



## СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ОРИЕНТИРЫ РСВЯ

### РОССИЙСКИЙ СОЮЗ ВЫСТАВОК И ЯРМАРОК (РСВЯ) – ЭТО:

**900+**

выставок и ярмарок в 46 городах

**100 000+**

участников из 120 стран

**2 МЛН М<sup>2</sup>**

выставочной площади нетто

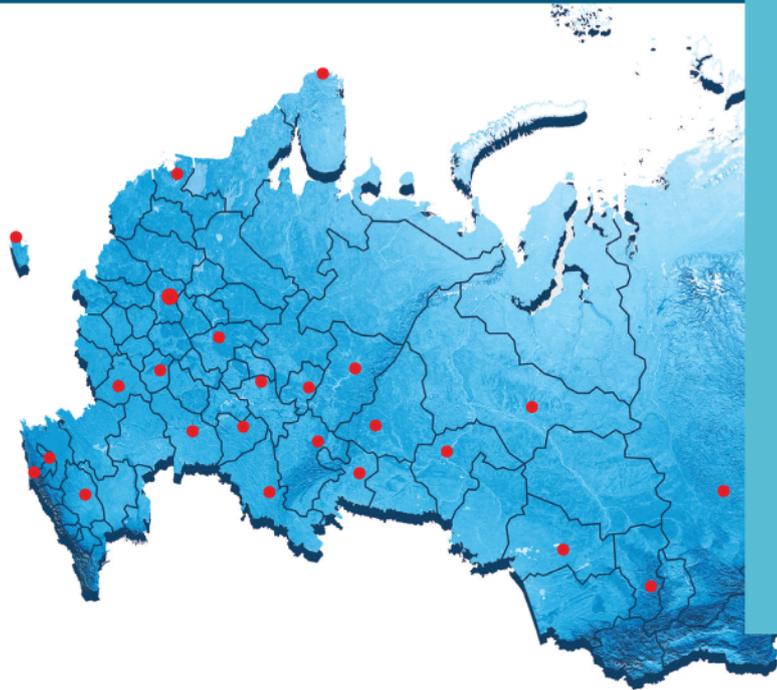
### СЕГОДНЯ В РСВЯ

**95**

членов

#### В ТОМ ЧИСЛЕ:

- 39 организаторов выставок
- 22 организатора выставок с собственной площадкой
- 4 выставочные площадки
- 30 сервисных компаний



### МИССИЯ

Создание инструментов влияния на MICE-индустрию.  
Регулирование взаимодействия в отрасли

### ВИДЕНИЕ

Ведущий российский союз организаций MICE-индустрии, играющий ключевую роль в развитии и повышении конкурентоспособности своих членов, отрасли и страны в целом

### СТРАТЕГИЯ ДО 2023 ГОДА

Стратегия консолидации: центр консолидации организаций российской MICE-индустрии, представляющий интересы членов Союза и повышающий их конкурентоспособность

#### 1. ВОВЛЕЧЕНИЕ

Создание новых форм профессионального взаимодействия, способствующих привлечению новых членов РСВЯ и повышению вовлеченности, компетентности и инициативности существующих.

#### 2. ЭФФЕКТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ. ЛОББИРОВАНИЕ

Формирование системы коммуникаций, обеспечивающей эффективную реализацию целей и задач Союза, продвижение и повышение ценности его деятельности как ключевой стратегической, интеграционной и коммуникационной площадки MICE-индустрии.

#### 3. УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ

Участие в создании стандартов и нормативно-правовой базы отрасли. Создание единой платформы (информационно-коммуникационной инфраструктуры), объединяющей маркетингово-аналитические, информационные, кадровые и медийные возможности для отрасли выставок, встреч, ин센тивов, конгрессов и ивентов.

**ПЕРВОЕ ОНЛАЙН-СОБРАНИЕ РСВЯ 17 – 18  
с открытым доступом ИЮНЯ  
2020**



**РОССИЙСКИЙ СОЮЗ  
ВЫСТАВОК И ЯРМАРОК  
СОЮЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ**

# КОРПОРАТИВНЫЕ ПРИКЛЮЧЕНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ТИМБИЛДИНГА

АВТОР:

*Сергей Шуклин, президент  
Конгресс Визит Бюро Сочи,  
основатель компании «Реинфо»*



*Корпоративные приключения по праву можно называть естественным командообразованием. Подобный формат не уступает по эффективности специально разработанным техникам тимбилдинга, где, по сути, происходит лишь имитация трудностей. Одни из самых увлекательных корпоративных мероприятий проводятся в Сочи.*

Двадцать пять лет назад, когда наша компания начинала свой профессиональный путь в сфере мероприятий, природная периферия, туристическая ценность Сочи были недоступны обычному путешественнику. О существовании пакетных туров знали в основном зарубежные туристы. Каждый тур был эксклюзивом. Сейчас многое изменилось. В Сочи имеется десяток пятизвездочных отелей, множество ресторанов премиум-класса, комфортная транспортная среда. Больше не надо переживать за качество сервиса партнеров, все работает в соответствии с международными стандартами. Теперь мы сосредоточены на качестве приключенческих туров для корпоративных туристов.

Для того чтобы компания заказала проведение мероприятия, оно должно соответствовать ряду критериев. И чем крупнее и серьезнее заказчик, тем длиннее перечень пунктов. В случае с приключенческими турами есть много спорных моментов, каждый из которых может стать причиной для отказа от такого формата:

- Почти все туры предполагают физическую активность. Есть люди, которым это противопоказано.

- Некоторые туры невозможно проводить в плохую погоду. Например, водный маршрут каньонинг небезопасен в проливной дождь. Если тур забронирован заранее, а ближе к дате мероприятия мы понимаем, что

прогноз погоды неважный, то сразу разрабатываем резервный вариант маршрута.

- Для активного отдыха участники должны иметь специальную одежду и обувь. Это нужно не только для комфорта, но и для безопасности. Такое снаряжение есть не у всех, а покупать в магазинах особые ботинки, штормовую куртку и термобелье затратно.

- Мероприятия на природе подразумевают отказ от определенных удобств. Не все готовы к мобильным туалетам, грязным тропам и ночевке в палатке. Хотя в этом есть и своя фишка. Часто клиенты делают выбор в пользу такого мероприятия именно ради того, чтобы испытать себя, пережить «тяготы и лишения».



## ПРОГРАММА ТИМБИЛДИНГА

Активный корпоративный тимбилдинг – это конструктор, детали которого очень гибки. Какой сезон? Сколько будет участников? Кто они? Какова их физическая подготовка, возраст? Как много у нас времени?

Многие мероприятия на природе можно проводить круглый год: походы в горы и дикие пещеры, внедорожные туры, прогулки по лесу в предгорьях. Уже ранней весной прибрежные ущелья Сочи расцветают и к середине апреля превращаются в джунгли. Самое время для однодневных походов – треккингов. С мая по ноябрь действуют водные маршруты, такие как каньонинг и рафтинг. Походы возможны до октября. Зимой – сезон горных лыж и активных игр на снегу.

Подобные путешествия подходят как для группы из 17 топ-менеджеров, так и для 930 специалистов компаний. Часто мы предлагаем несколько разных маршрутов для небольших групп, чтобы не перегрузить территорию. Либо ищем большую загородную площадку для всех участников программы.

Существует стереотип, что активные туры доступны только тем, кто тренируется на досуге и занимается спортом. На самом деле практически все маршруты для корпоративных туристов не требуют никакой физической подготовки. Если мы понимаем, что молодому активному коллективу 17 километров для однодневного похода в лес будет мало, то добавляем в программу спуск со скалы на веревке и переправу через пропасть. Как показывает практика, гендерные факторы также важны. Мужчинам в лагере будет интересно поработать с инструментом, а женщинам – приготовить хинкали на природе, имея лишь стол с посудой и ведро с водой.

Корпоративные приключенческие программы могут длиться от полутора часов до трех дней, проходить в форматах от пешеходной экскурсии

с несколькими ночевками и плотной программой по оборудованному лесопарку до экстремальных маршрутов с устройством лишь мобильных полевых лагерей.

## ФОРМАТЫ ПРИКЛЮЧЕНЧЕСКИХ ТУРОВ

**Восхождение на вершину** в Красной Поляне подходит для компаний, которые любят покорять высоты. Для одной молодой амбициозной компании из 600 человек мы организовали трехдневную программу с ночевкой в палаточном лагере. Большая сцена, 200 палаток, полевая кухня и игровое оборудование были установлены на высоте 1600 метров над уровнем моря. Во второй день 40 горных гидов помогли нашей группе взойти на 800 метров выше, и там участники выложили из камней логотип компании. Потом мы реализовали подобный проект для 150 человек. Группу поселили в одном из отелей, устроили лагерь для пикника и оборудованный мобильный конференц-шатер.

**Приключенческий квест** – это командная игра, которая дает возможность за один день посетить несколько красивых природных мест. В каждой точке участники выполняют совместное задание или ищут «артефакты». Для таких проектов в Сочи есть несколько экопарков с большим количеством природных достопримечательностей.

С группой из 930 человек мы провели командную гонку с препятствиями и подвижными играми в горах: построили большой спортивный лагерь, кухню для приготовления горячих блюд. Судьи объявляли финал соревнований, ориентируясь на последнего участника команды, пришедшего к финишу. Поэтому у сильных была мотивация помочь слабым. На финишной прямой уставших, но счастливых девушек буквально несли на руках.

**Мультигонки** – формат подразумевает комбинированные приключения. Например, в первый день – скальный маршрут и переправа над водопадом, а во второй участники сплавляются по горной реке.

## ПЛЮСЫ ПРИКЛЮЧЕНЧЕСКИХ ТУРОВ

- Настоящее погружение в природу. Можно побывать в местах, где не ступала нога человека.
- Расширение зоны комфорта. Даже в походной палатке и с кашей из котла можно достаточно хорошо себя ощущать. А возможность наколоть дров и разжечь костер доставляет радость, так как сразу видно результат труда.
- Командная работа. В условиях природы участники инстинктивно сплочаются: делятся бутербродами, подают руку товарищам при преодолении препятствий на тропе, поют песни у костра. Все трудности маршрута создают состояние «совместно пережитого», которое объединяет людей.
- Новый уровень общения. Когда не ловит сотовая связь, а город находится в десятке километров пути через ущелья, начинается качественно другое общение. В этой точке зарождаются прочные связи, которые затем сохраняются в рабочей обстановке и при деловом общении.

В этом случае главное – безопасность. Каждый раз мы работаем в связке с профессиональными гидами, специальными службами – спасателями и медиками, особое внимание уделяем логистике. Очень важно заранее просчитать время возвращения группы с маршрута, чтобы участники вернулись на базу до наступления темноты.

Осенью на обширной лесной территории для 160 человек мы организовали обучение навыкам выживания с ночевкой в палатках. Десять инструкторов провели мастер-классы, рассказали, как в походных условиях фильтровать речную воду, изготавливать носилки, оружие, разводить костер из сырых дров, преодолевать бурные потоки. А вечером – посиделки вокруг костра, песни под гитару, без которых и поход – не поход.

**Каньонинг** – это путешествие по руслу горной реки с преодолением препятствий. Участники в гидрокостюмах прыгают с водопадов, перебираются через камни и бревна, скатываются по каменным желобам. Такой экстремальный вид тимбилдинга пока не так популярен в России, как за рубежом. Но в 2019 году мы провели в Сочи каньонинг для более тысячи человек.

**Кулинарный тимбилдинг** – пикник на природе, впечатления от которого всегда позитивные. Блюда готовятся, как правило, на открытом огне, а меню составляется так, чтобы для каждого члена команды нашлось занятие. На кулинарных проектах мы делимся секретами кавказской кухни. Одно из самых популярных блюд – хинкали. За летний сезон 2019 года наши участники налепили их 1200 штук.

Романтика полевого лагеря не чужда и корпоративным группам. Чтобы обеспечить нормальный быт сотрудников компаний, привыкших к городским условиям, мы внимательно относимся к оснащению полевого лагеря. Обустройство бивуака руками самих участников



похода превращаем в командообразовательную игру. Гости готовят зону для костра, благоустраивают территорию, топят полевую баню, устанавливают палатки. Такая простая физическая работа налаживает отличные коммуникации между коллегами. В группе сразу проявляются лидеры. Мотивация у всех высокая, потому что каждый видит свой вклад в общее дело, и результат не заставляет себя ждать.

### ТРЕБОВАНИЯ ЗАКАЗЧИКОВ МЕРОПРИЯТИЙ

Успех мероприятия на 99% зависит от команды. В чем секрет организации активного тура? Практика показывает, что только опытная команда способна обеспечить безопасность группы на всех этапах реализации программы. Также важно иметь собственное оборудование, чтобы не зависеть от поставщиков. Необходима и своя техническая служба, так как специалисты должны заранее проинспектировать площадки, смонтировать необходимое оборудование, сопровождать мероприятие и мгновенно реагировать на возникающие запросы. Успешный организатор большую часть задач обязан решать собственными силами, а в качестве подрядчиков привлечь

только такой персонал, как аниматоры и официанты.

### МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

Когда любишь свое дело и делаешь его хорошо, люди это видят и ценят. Тогда не нужны специальные ухищрения по продвижению продукта на рынок. Один из мощных инструментов маркетинга в нашем случае – сарафанное радио. Например, мы не пользуемся традиционной рекламой в социальных сетях и в Интернете, так как считаем, что данный метод неэффективно влияет на лиц, принимающих решения по организации мероприятий для компаний – топ-менеджеров и руководителей отделов кадров. При этом представители нашей команды посещают отраслевые мероприятия с участием потенциальных заказчиков, чтобы познакомиться с ними лично.

Быть организатором событий «по расчету» – дело хлопотное и требует максимальной включенности в режиме non-stop. Этим надо жить. Для своих сотрудников мы также организуем специальные программы. Даже если наш менеджер в отпуске, будьте уверены, что он тестирует новый маршрут или проверяет снаряжение в работе.



# РЕГИОНЫ



80

## ФОКУС

Северная столица конгрессов России. Новые возможности Санкт-Петербурга

88

Санкт-Петербург раздает верительные грамоты. Зачем городу амбассадоры?

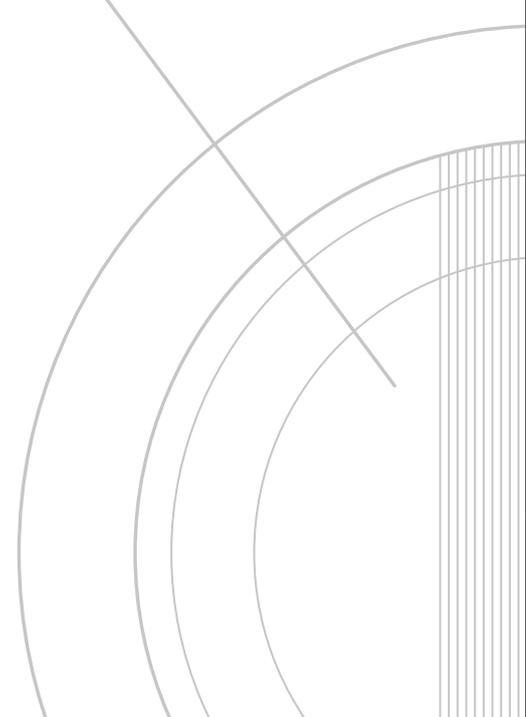
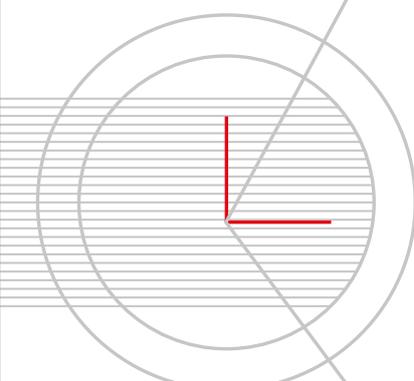
90

Рейтинг событийного потенциала регионов России

94

## ПРЕЗЕНТАЦИЯ

Как деревню превратить в успешный центр событий



# СЕВЕРНАЯ СТОЛИЦА КОНГРЕССОВ РОССИИ. НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

ПО МАТЕРИАЛАМ



КОМИТЕТ ПО РАЗВИТИЮ  
ТУРИЗМА  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА



ТУРИСТИЧЕСКАЯ ОТРАСЛЬ  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА В 2019 ГОДУ

**5,5 млн**

российских туристов

**4,9 млн**

иностранных туристов

**1,1 млн**

деловых туристов

**375 млрд рублей**вклад туризма  
в экономику города**33 млрд рублей**общий объем потребления  
платных услуг в сфере  
туризма*Источник: Росстат*

Санкт-Петербург позиционирует себя как туристический хаб, точка въезда в Российскую Федерацию и самый посещаемый мегаполис страны, который готов принять большое количество гостей. По данным Росстата, в 2019 году город на Неве посетили более 10 млн человек. Представляем конгрессные возможности Санкт-Петербурга.

Северная столица России имеет большой опыт проведения крупных деловых мероприятий, таких как Петербургский международный экономический форум, Санкт-Петербургский международный культурный форум, Петербургский международный юридический форум, Международный финансовый конгресс, организаторами которых выступают федеральные органы исполнительной власти.

«В 2019 году Санкт-Петербург был удостоен чести провести 23-ю Генеральную ассамблею Всемирной

туристской организации ООН (ЮНВТО), которая за всю историю своего существования проводилась в России впервые. В рамках Ассамблеи в городе собрались более двух тысяч представителей отрасли из 138 стран, чтобы обсудить решение глобальных задач, стоящих перед туристической отраслью, – рассказывает председатель Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга Евгений Панкевич. – Проведение таких имиджевых международных мероприятий укрепляет за Санкт-Петербургом статус лидера конгрессно-выставочной деятельности страны».

Событийный и деловой туризм связан с большинством отраслей экономики, обладает высоким кумулятивным потенциалом и содействует устойчивому социально-экономическому развитию города в целом. По мнению экспертов, именно деловой туризм способен значительно повлиять на решение проблемы сезон-

ности туристского потока, поскольку деловые мероприятия в основном проводятся в межсезонье. Пиковыми сезонами для организации конгрессов и выставок в Санкт-Петербурге являются периоды с марта по май и с сентября по ноябрь.

Главными конкурентными преимуществами Санкт-Петербурга по сравнению со многими европейскими конгрессно-выставочными городами являются его уникальная история, наследие, архитектура и новые культурные пространства. Кроме того, продвижению Северной столицы России как крупного делового центра международного уровня и повышению интереса со стороны ведущих игроков конгрессного рынка способствуют выгодное географическое положение, развитые инфраструктура внешнего транспорта и многоотраслевая экономика, а также наличие широкого выбора конгрессных площадок для проведения мероприятий любого уровня и масштаба.



В целях увеличения прямого дохода от пребывания в Санкт-Петербурге деловых туристов, принимающих участие в крупных международных конгрессно-выставочных мероприятиях, Комитетом по развитию туризма Санкт-Петербурга ведется работа по вовлечению профессиональных операторов рынка в проведение масштабных конгрессных проектов на территории города.

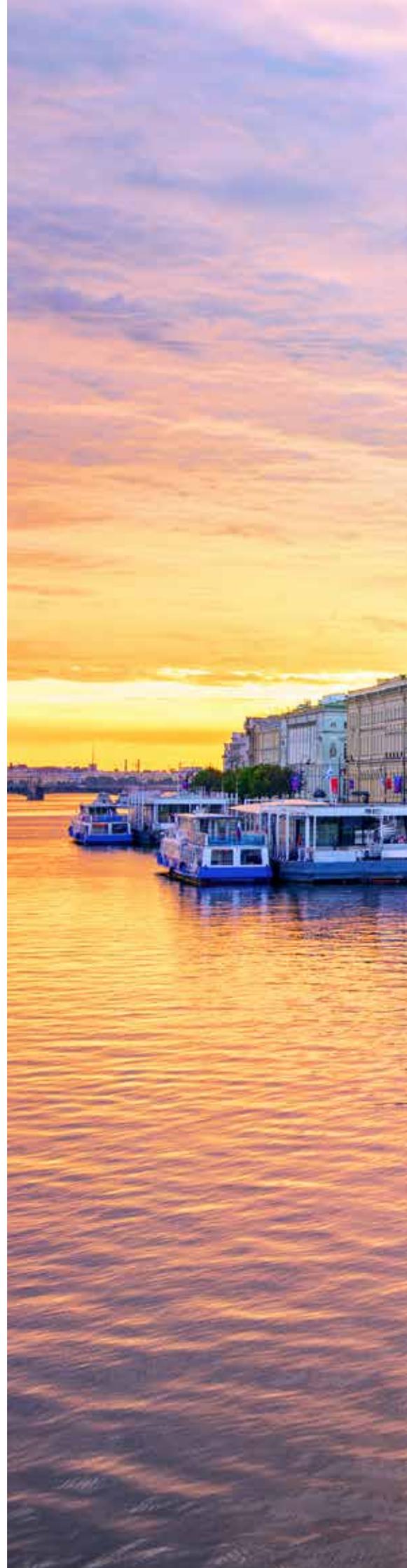
В числе наиболее активных игроков в области организации конгрессов в регионе можно назвать такие компании, как Фонд Росконгресс, «ЭкспоФорум-Интернэшнл», «Фарэкспо», Выставочное объединение «РЕСТЭК», «Мономакс» и MVK. Также на рынке присутствует большое количество более мелких организаторов и операторов мероприятий. На выставочном рынке представлены, в частности, КВЦ «Экспофорум», ВО «РЕСТЭК», MVK, «Фарэкспо» и «Сивел».

Особая роль в повышении востребованности города как туристской дестинации возлагается на реализацию комплекса маркетинговых мероприятий. Комитет по развитию туризма Санкт-Петербурга обеспечивает участие региона в международных туристских выставках в России и за рубежом, подготовку и проведение презентационных мероприятий туристского потенциала дестинации в городах и странах, имеющих приоритетное значение для привлечения туристов. Организуются информационно-ознакомительные визиты иностранных и российских журналистов и туроператоров, информация о Санкт-Петербурге размещается в российских и иностранных средствах массовой информации, на наружных носителях, расположенных в крупных российских и зарубежных городах. Итогом такой активной работы стало повышение узнаваемости дестинации в мировых СМИ и среди путешественников.

Реализация этой задачи возлагается на Санкт-Петербургское государственное бюджетное учреждение «Конгрессно-выставочное бюро», подведомственное Комитету по развитию туризма Санкт-Петербурга. Предметом деятельности учреждения является реализация программ развития города как конгрессного и делового центра, а также осуществление разработки и реализации мероприятий, направленных на развитие внутренних, межрегиональных и международных деловых связей в рамках договоров и соглашений Санкт-Петербурга.

Санкт-Петербургское государственное бюджетное учреждение «Конгрессно-выставочное бюро» регулярно проводит инспекционные визиты для представителей международных ассоциаций, которые рассматривают город в качестве места проведения своих мероприятий или уже приняли такое решение. Во время поездок производится осмотр площадок, на которых могли бы пройти мероприятия деловой и культурной программы в соответствии с запросом участников визита.

«Ключевое направление развития конгрессно-выставочной деятельности в Санкт-Петербурге – обеспечение повышения количества и качества проводимых мероприятий, – говорит председатель Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга Евгений Панкевич. – В 2019 году состоялось 415 конгрессных мероприятий, что на 10% больше предыдущего года. Активизация делового туризма – результат роста и числа статусных событий, а также существующее разнообразие конгрессно-выставочных площадок. Сегодня в Санкт-Петербурге насчитывается порядка 200 таких мест, в числе которых 110 конгресс-отелей, 10 конгрессно-выставочных комплексов».



## ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАБОТЫ ПО СОЗДАНИЮ УСЛОВИЙ ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ОБЪЕМОВ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

- Создание единого бренда города.
- Продвижение бренда Санкт-Петербурга, а также конгрессных и выставочных возможностей региона на внутренних и внешних рынках.
- Координация деятельности исполнительных органов государственной власти по продвижению бренда Санкт-Петербурга, привлечению и организации конгрессно-выставочных мероприятий за счет использования государственных ресурсов и возможностей.
- Среднесрочное и долгосрочное планирование участия в международных тендерах на право проведения крупных мероприятий.
- Сотрудничество с участниками конгрессно-выставочной деятельности, представителями научного, экономического и культурного сообщества в процессе привлечения в Санкт-Петербург крупных международных мероприятий.
- Ориентация на привлечение и поддержку конгрессно-выставочных мероприятий в приоритетных для экономики Санкт-Петербурга сферах.
- Взаимодействие и информационный обмен с российскими и международными профессиональными ассоциациями и организациями, объединяющими участников приоритетных для экономики Санкт-Петербурга отраслей.

## ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА:

- принятие нормативно-правовых актов о подготовке и проведении конгрессных и выставочных мероприятий в целях координации деятельности исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга;
- повышение статуса и значимости конгрессно-выставочных мероприятий за счет их официальной поддержки, привлечение сотрудников администрации города к участию в мероприятиях, включение их в рабочие группы или организационные комитеты по проведению мероприятий, получение организаторами официальных писем поддержки в организации протокольных мероприятий в случаях, если по государственному или дипломатическому протоколу в мероприятии предусмотрено участие должностных лиц субъекта Российской Федерации;
- содействие специалистов администрации Санкт-Петербурга в организации зарубежных визитов, экспозиций за рубежом, а также в привлечении иностранных фирм и организаций к участию в международных конгрессно-выставочных мероприятиях на территории региона;
- содействие специалистов администрации Санкт-Петербурга в рамках их компетенции в создании программ поддержки принимаемых мероприятий;
- оказание содействия в привлечении хозяйствующих субъектов и учреждений к участию в конгрессно-выставочных мероприятиях;
- содействие специалистов администрации Санкт-Петербурга в рамках их компетенции в решении вопросов визового и таможенного оформления и других организационных вопросов для иностранных участников конгрессно-выставочных мероприятий;
- создание благоприятных условий пребывания участников и гостей конгрессно-выставочных мероприятий, в том числе за счет обеспечения транспортного обслуживания городским общественным транспортом;
- содействие специалистов администрации Санкт-Петербурга в рамках их компетенции организации дополнительных событий в рамках конгрессно-выставочных мероприятий в целях повышения их значимости и увеличения масштаба.

## ПРОВЕДЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ НА ПЛОЩАДКАХ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

40%

отели

25%

университеты  
и научно-исследовательские  
учреждения

18%

конгрессно-выставочные  
комплексы

17%

дворцы, музеи, галереи,  
креативные пространства

## КОНГРЕССНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА

В Санкт-Петербурге насчитывается более 200 объектов, которые обладают инфраструктурой для проведения деловых мероприятий. Большинство конференций, симпозиумов и форумов проводится в отелях, предоставляющих конгрессные услуги.

## СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ПЛОЩАДКИ

Наиболее крупные конгрессные мероприятия проводятся на специализированных конгрессных площадках, таких как «Экспофорум», Дворец конгрессов, «ПетроКонгресс», а также в универсальных спортивных сооружениях «Михайловский манеж» и «Сибур Арена».

Конгрессно-выставочный центр «Экспофорум» – одна из самых

крупных площадок региона для проведения деловых и развлекательных мероприятий любого масштаба и формата: выставок, конгрессов, форумов, спортивных и культурных событий. Он расположен вблизи международного аэропорта Пулково, на пересечении крупных транспортных магистралей. Площадь территории комплекса – 56 га. В его составе три выставочных павильона (13 114 м<sup>2</sup> каждый), конгресс-центр общей вместимостью 30 тысяч человек (68 конференц-залов), отели под управлением компании Hilton, бизнес-центр, таможенно-логистический комплекс, кафе, рестораны и другие объекты сопутствующей инфраструктуры.

Пассаж, соединяющий все здания комплекса, дает возможность гостям чувствовать себя комфортно в любую погоду. Безколонное пространство трех павильонов позволяет максимально использовать выставочную площадь. Самый вместительный зал конгресс-центра может использоваться как кинозал: он включает амфитеатр на 1128 мест и универсальный широкоформатный экран 24x10 м – один из самых больших в городе.

В историческом центре Санкт-Петербурга расположен Конгрессный центр «ПетроКонгресс». Он спроектирован и построен в соответствии с международными стандартами и нормами при участии иностранных экспертов. Основное направление деятельности: организация и проведение конгрессно-выставочных мероприятий различных форматов. «ПетроКонгресс» включает в себя 13 конференц-залов и 430 м<sup>2</sup> выставочного пространства. На первом этаже расположен большой трансформируемый зал на 400 человек, на втором – залы и переговорные комнаты вместимостью от 5 до 250 человек, а также ресторан, оформленный в стиле «северный модерн» вместимостью до 70 человек. Площадка имеет в своем распоряжении собственную банкетную службу, современное техническое оснаще-

ние и возможность организации мероприятий под ключ.

## ГОСТИНИЦЫ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Суммарный номерной фонд классифицированных средств размещения Санкт-Петербурга составляет 44 621 номер. Без учета мини-отелей в настоящее время в городе работает 290 гостиниц и малых средств размещения с общим номерным фондом 24 967 номеров.

По оценке экспертов, активная популяризация Санкт-Петербурга как туристического направления продолжит оказывать влияние на развитие гостиничного рынка. В 2020 году запланирована реновация гостиниц. В частности, программа обновления номерного фонда «Radisson Royal Отель» разработана Rezidor Hotel Group.





## ОТЕЛИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

216



55



19



## ГОСТИНИЦЫ КАК ПЛОЩАДКИ ДЛЯ КОНГРЕССОВ

Для многих организаторов деловых мероприятий идеальным местом с точки зрения комплекса и качества проведения деловых мероприятий остаются гостиницы. Именно они могут предоставить полный комплекс услуг, куда входят не только проживание, питание, трансфер, но и аренда оборудования и другие услуги, которые намного эффектив-



нее и проще согласовать в пределах одной структуры. Немаловажно и то, что гостиница может выделить заказчику профессионального курирующего менеджера, способного значительно облегчить организацию мероприятия и проследить за всеми этапами выполнения заказа. Другое существенное преимущество гостиничного сервиса по оказанию деловых услуг – предоставление участникам мероприятия конференц-пакетов.

## ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ

Санкт-Петербург – это культурный центр мирового значения с более чем 300-летней историей. Его недаром называют культурной столицей России. В городе насчитывается 8464 культурных и исторических памятника, являющихся объектами культурного наследия. При этом 4213 из них являются объектами культурного наследия федерального значения. Санкт-Петербург знаменит городскими и пригородными архитектурными ансамблями, дворцами и соборами, музеями, разводными мостами и набережными, памятниками и монументами.

## УНИКАЛЬНЫЕ ПЛОЩАДКИ

Санкт-Петербург обладает большим потенциалом для проведения деловых мероприятий в нестандартном формате, благодаря наличию уникальных площадок и креативных пространств.

Город готов предоставить организаторам событий Таврический, Юсуповский, Мраморный, Шереметьевский дворцы, каждый из которых представляет собой произведение искусства. Максималь-



ная вместимость залов, например, в Таврическом дворце, достигает 1000 человек. Особняк Белосельских-Белозерских имеет четыре зала вместимостью до 450 человек, дворец Государственного музея-заповедника «Петергоф» – два зала, где могут поместиться до 300 человек. Государственный комплекс «Дворец конгрессов», куда входят Константиновский дворец, пятизвездочный отель «Балтийская звезда», «Консульский городок», павильон для переговоров и порт, способный принимать небольшие катера и суда.

Мировая тенденция к проведению деловых мероприятий в нестандартном формате нашла свое отражение в предложениях креативных пространств и других уникальных площадок.

«Объединенные русские киностудии» – единственная в своем роде мультимедийная площадка для организации и проведения мероприятий различного формата: от небольших конференций до масштабных событий.

«Артмуза» – творческий кластер Северной столицы, который пре-

доставляет площади от 50 до 1000 м<sup>2</sup>: галереи, лофт для проведения мероприятий, в том числе делового формата.

Арт-пространство Freedom – креативное пространство, расположенное в самом центре Санкт-Петербурга в историческом здании постройки начала XIX века. Freedom является ивент площадкой, работающей в формате тайм-кафе – площадь пространства более 1500 м<sup>2</sup>. Пространство предоставляет широкий выбор залов от 40 м<sup>2</sup> до 240 м<sup>2</sup> с историческими интерьерами или современным дизайном.

«Агентство музейных коммуникаций» – выставочно-музейный центр, расположенный рядом с Мариинским театром и обладающий комплексными возможностями для проведения семинаров и конференций, включающий в себя три основных зала вместительностью от 10 до 120 человек.

«Центр деловой культуры» – многофункциональная площадка с современным оборудованием для проведения конференций, семинаров, модных показов, концертов и выставок. Центр предлагает услуги по аренде двух залов пло-



щадью 600 м<sup>2</sup>, каждый из которых может принять до 500 гостей.

«Планетарий № 1» расположен в круглом здании газгольдера и обладает одним из самых больших в России куполом диаметром 37 метров и круглым выставочным залом площадью более 1400 м<sup>2</sup>, который вмещает до полутора тысяч человек.

«Гигант-Холл» – развлекательный центр Санкт-Петербурга, представляющий широкий спектр услуг для проведения конференций, семинаров, спортивных соревнований, концертов, съездов и корпоративных мероприятий. Банкетный зал площадки рассчитан на 550 человек и оснащен современным звуковым и световым оборудованием.

Стоит отметить предложения образовательных центров, которые используются в качестве конгрессных площадок, таких как Международный деловой центр и Государственный региональный образовательный центр.





Международный деловой центр включает в себя шесть залов площадью 630 м<sup>2</sup>, две аудитории, 10 классов вместительностью от 10 до 1500 человек. Государственный региональный образовательный центр предлагает для проведения мероприятий четыре зала, семь аудиторий и два компьютерных класса.

В Санкт-Петербурге, где академическая среда традиционно задействована в деловой программе, для проведения мероприятий большой популярностью пользуются площадки вузов с аудиториями-амфитеатрами, рассчитанными на 400 человек, конференц- и концертными залами в исторических интерьерах. Для организации событий площадки предоставляют, в частности, Санкт-Петербургский государственный университет и Политехнический университет имени Петра Великого.

### ФИНАНСОВАЯ И ИМУЩЕСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА:

- финансирование участия предприятий, организаций и учреждений Санкт-Петербурга в конгрессно-выставочных мероприятиях;
- проведение конгрессно-выставочных мероприятий или участие исполнительных органов государственной власти города за счет средств бюджета Санкт-Петербурга;
- льготное предоставление имущества, находящегося в собственности Санкт-Петербурга, для проведения конгрессно-выставочных мероприятий.

### КОНГРЕССНОЕ БЮРО КАК ИНСТРУМЕНТ ПОДДЕРЖКИ

В 2018 году в Санкт-Петербурге появился дополнительный инструмент привлечения конгрессно-выставочных мероприятий – субсидии Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга. Социально ориентированные некоммерческие организации, являясь организаторами мероприятий, могут получить на конкурсной основе возмещение части затрат (до 50 %) из городского бюджета.

В 2019 году таким инструментом воспользовались 28 организаций. Конкурсная комиссия отобрала победителей из 31 претендента на получение субсидий. Возместить затраты смогли организаторы медицинских конференций, спортивных, культурных и научных форумов. Всего город потратил на эти цели более 49,3 млн рублей. В 2020 году в бюджете Санкт-Петербурга на эти цели предусмотрено 20 млн рублей.



# САНКТ-ПЕТЕРБУРГ РАЗДАЕТ ВЕРИТЕЛЬНЫЕ ГРАМОТЫ. ЗАЧЕМ ГОРОДУ АМБАССАДОРЫ?

## АВТОР:

Андрей Мацарин, генеральный директор Конгрессно-выставочного бюро Санкт-Петербурга

*Международный опыт показывает, что программы амбассадоров территорий успешно работают в различных странах. С помощью специальных представителей, послов, города привлекают в регион глобальные деловые мероприятия. Для чего нужна и как устроена система амбассадоров? Как в России можно использовать межнациональный опыт?*

По данным Международной ассоциации конгрессов и конференций ICSSA, более 70% деловых мероприятий привлекаются в регионы благодаря активному участию амбассадоров. Как известно, конкуренция на мировом событийном рынке очень высока, и для успешной реализации новой программы требуется консолидация усилий власти и бизнеса.

Так, в 2018 году Конгрессно-выставочным бюро Санкт-Петербурга была инициирована реализация программы амбассадоров в рамках продвижения Северной столицы как деловой дестинации мирового уровня. Стоит отметить, что Санкт-Петербург стал первым городом в России, у которого появились специальные представители.

Программа амбассадоров представляет собой комплекс мероприятий, инструментов и услуг, разработанный для участия лидеров мнений в привлечении международных конгрессов в Санкт-Петербург. В целях программы не просто увеличить количество привлекаемых мероприятий, приток иностранных делегатов и участников, но и повысить рейтинг Санкт-Петербурга как деловой и событийной дестинации на международной арене.

## КАК ВЫБИРАЮТ ПОСЛОВ ГОРОДА

Стать амбассадором может ведущий эксперт приоритетных для Санкт-Петербурга отраслей экономики в области науки, медицины, промышленности, транспорта, социальной сферы из числа бизнес-лидеров, ученых, политиков, известных деятелей культуры.

Для включения в программу амбассадоров кандидатам необходимо соответствовать нескольким критериям.

Это должны быть ведущие представители профессиональных сообществ, имеющие влияние в своей отрасли и возможность привлекать в Санкт-Петербург международные деловые мероприятия, а также демонстрировать культуру, наследие, научные инновации и инвестиционный потенциал города.

Перечень вероятных кандидатов утверждается на ежеквартальных заседаниях рабочей группы, в которую входят представители профильных исполнительных органов власти, отраслевых ассоциаций, ведущих вузов города, ключевых конгрессно-выставочных площадок.

С начала реализации программы и до второго квартала 2020 года Конгрессно-выставочным бюро подписано 22 соглашения с отраслевыми экспертами по приоритетным отраслям экономики Санкт-Петербурга.

## ФУНКЦИИ АМБАССАДОРОВ

В задачи амбассадора входят определение потенциальных событий для привлечения их в Санкт-Петербург, презентация города в России и за рубежом и лоббирование заявок на привлечение международных конгрессов и специальных мероприятий, а также содействие в формировании положительного имиджа Северной столицы, повышении деловой, событийной, туристской и инвестиционной привлекательности региона.

## МЕРОПРИЯТИЯ И ФИНАНСИРОВАНИЕ

В рамках реализации программы амбассадоров в Санкт-Петербург привлечены семь международных мероприятий. При активном содействии космонав-

та, Героя Советского Союза и России, амбассадора Сергея Крикалева нам удалось привлечь в город Глобальную конференцию по исследованию космоса (GLEX). В сентябре 2020 года в Санкт-Петербурге пройдет масштабное международное деловое событие «Сестринское дело сегодня». Мероприятие посвящено присоединению к проекту Ассоциации медицинских сестер России. Благодаря программе амбассадоров в 2020 году в городе также состоятся Глобальный конгресс Всемирного общества кардиоторакальных хирургов, Международная конференция «Речь и компьютер» SPESOM. В 2021 году Санкт-Петербург примет делегатов конференции Европейского общества нейробиологии ESN и международной конференции EuroSensors. В 2022 году в городе пройдет Международная конференция планетариев.

## ПЕРСПЕКТИВЫ

Привлеченные в 2019 году в Санкт-Петербург в рамках программы амбассадоров мероприятия аккумулировали в экономику города более 450 млн рублей. Комитет по развитию туризма Санкт-Петербурга ставит перед собой амбициозные задачи по развитию проекта. Сегодня в работе находятся пять заявок на право проведения в регионе международных мероприятий в сферах науки и медицины. В перспективе ожидается расширение пула амбассадоров по приоритетным отраслям экономики Санкт-Петербурга. Стратегически программа нацелена на консолидацию власти, представителей индустрии встреч, делового сообщества и академических лидеров для выработки общего видения дальнейшего развития города.

### АМБАССАДОРЫ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

- **Сергей Алексеев**, вице-президент «ЭкспоФорум-Интернэшнл», вице-президент Российского союза выставок и ярмарок, исполнительный вице-президент Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI).
- **Александр Васильев**, директор Института химической переработки биомассы дерева и технологической безопасности.
- **Елена Калинина**, президент общественной организации «Женский альянс».
- **Дмитрий Ковпак**, председатель ассоциации Когнитивно-поведенческой психотерапии.
- **Сергей Крикалев**, исполнительный директор по пилотируемым космическим программам Госкорпорации «Роскосмос».
- **Петр Яблонский**, президент Ассоциации торакальных хирургов России.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ,  
ПРИВЛЕЧЕННЫЕ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

#### • КОНФЕРЕНЦИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ КАМПАНИИ «СЕСТРИНСКОЕ ДЕЛО СЕГОДНЯ» NURSING NOW

2020 год

АМБАССАДОР

Валентина Саркисова, президент Российской ассоциации медицинских сестер

#### • МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «РЕЧЬ И КОМПЬЮТЕР» SPESOM

2020 год

АМБАССАДОР

Алексей Карпов, заведующий лабораторией речевых и многомодальных интерфейсов РАН

#### • ГЛОБАЛЬНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ КОСМОСА (GLEX)

2021 год

АМБАССАДОР

Сергей Крикалев, исполнительный директор по пилотируемым космическим программам Госкорпорации «Роскосмос»

#### • ГЛОБАЛЬНЫЙ КОНГРЕСС ВСЕМИРНОГО ОБЩЕСТВА КАРДИТОРАКАЛЬНЫХ ХИРУРГОВ

2021 год

АМБАССАДОР

Петр Яблонский, президент Ассоциации торакальных хирургов России

#### • КОНФЕРЕНЦИЯ ЕВРОПЕЙСКОГО ОБЩЕСТВА НЕЙРОХИМИИ ESN

2021 год

АМБАССАДОР

Михаил Фирсов, директор Института эволюционной физиологии и биохимии им. И. М. Сеченова РАН

#### • МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ EUROSENSORS

2021 год

АМБАССАДОР

Алексей Васильев, начальник лаборатории Института прикладной химической физики Национального исследовательского центра «Курчатовский институт»

#### • МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ПЛАНЕТАРИЕВ

2022 год

АМБАССАДОР

Евгений Гудов, основатель и генеральный директор «Планетарий №1»

# РЕЙТИНГ СОБЫТИЙНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ РОССИИ

В конце 2019 года Выставочный научно-исследовательский центр R&C подвел итоги исследования российского ивент рынка и в шестой раз представил рейтинг событийного потенциала регионов Российской Федерации.

## ПО МАТЕРИАЛАМ



ВЫСТАВОЧНЫЙ  
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ЦЕНТР

Выставочный научно-исследовательский центр R&C ежегодно проводит исследование, которое базируется на изучении пяти групп показателей, оказывающих существенное влияние на развитие региональных рынков событийной индустрии. Каждая группа включает в себя количественные и качественные критерии, оцениваемые в баллах, вес и значимость которых ранжируются с учетом их важности для индустрии.

Исходный пул рейтинга составляют регионы России и города, которые являются их административными центрами. В составе выборки Сочи и его туристическо-рекреационный кластер как дестинация с высокой событийной активностью учитываются отдельно от Краснодарского края, а Санкт-Петербург, наоборот, рассматривается в тандеме с Ленинградской областью. Событийный потенциал Республики Крым и города Севастополя также оценивается единым блоком, что обусловлено общностью условий социально-экономического развития этих регионов в составе России. Традиционно Москва и Московская область участвуют в исследовании, но не выводятся в рейтинг в связи с опережающим остальные регионы уровнем развития событийной отрасли.

Проведенное исследование показало, что по целому ряду критериев, таких как количество привлеченных мероприятий, развитие туристической инфраструктуры, уровень транспорт-

ной доступности, количественные показатели большинства регионов в 2019 году улучшились в сравнении с 2018 годом, и состав показателей стал более разнообразным.

## СОБЫТИЙНАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНОВ И ОПЫТ ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ

Специалистами ВНИЦ R&C анализируется группа критериев, отражающих событийную привлекательность региона и опыт проведения крупных и значимых мероприятий, в том числе на регулярной основе.

По данным ИССА, всего с 2014 по 2019 год в российских городах, с учетом Москвы и Московской области, прошли 482 мероприятия международных ассоциаций. Среди ранжируемых регионов безусловным лидером по количеству встреч является Санкт-Петербург – 159 событий, далее следуют Казань – 26, Сочи – 14, Владивосток и Новосибирск – по 13. В остальных городах проводилось менее 10 ротируемых мероприятий [1]. Эксперты ВНИЦ R&C отмечают, что в 2019 году Казань существенно улучшила свои результаты по этому показателю, что обеспечило столице Республики Татарстан выход на второе место по данной группе критериев.

Большая часть крупных международных мероприятий также проводится в основном в крупных региональ-

ных центрах, таких как Санкт-Петербург, Казань и Сочи. В 2019 году существенно улучшила свои позиции в этом сегменте Уфа, сравнявшись по количеству мероприятий с Сочи. Выбор для событий крупных дестинаций, безусловно, связан с инфраструктурными возможностями. Организаторы мероприятий оценивают транспортную доступность, наличие площадок с единовременной вместимостью большого числа участников, средства размещения различного уровня – как для приема первых лиц и обеспечения мер их безопасности, так и для приема делегатов, а также волонтеров. Архангельск стал показательным примером того, как проблемы инфраструктуры не позволили провести в городе Арктический форум, который в результате принял Санкт-Петербург. Аналогичная ситуация сложилась в Челябинске, когда в 2019 году, несмотря на активную работу по подготовке к приему международного мероприятия, было принято решение о переносе основного события саммита БРИКС и ШОС – 2020 в Северную столицу России. Однако в Челябинске планируются 20 мероприятий деловой программы по линии ШОС и БРИКС.

Несмотря на санкционное давление со стороны ряда спортивных организаций, Россия остается привлекательной дестинацией для проведения крупнейших спортивных мероприятий. На период до 2023 года в России запланировано 12 состязаний. На момент подготовки исследования ни одно из мероприятий не было отменено и, по мнению экспертов, это

должно положительным образом сказаться на дальнейшем развитии материально-технической инфраструктуры регионов.

### ЛИДЕРЫ СОХРАНЯЮТ ПОЗИЦИИ

Тройка лидеров рейтинга частично изменилась. Санкт-Петербург и Екатеринбург традиционно занимают 1-е и 2-е места. На одну позицию выше поднялась Казань. В 2019 году столица Республики Татарстан принимала 45-й Чемпионат мира по профессиональному мастерству по стандартам WorldSkills. Мероприятие прошло на площадке «Казань Экспо», открытой осенью 2018 года. Эксперты отмечают активную деятельность Конвенции бюро Республики Татарстан [2]. По данным ICCA, Казань уступает только Москве и Санкт-Петербургу по количеству принимаемых международных ротируемых мероприятий ассоциаций в среднесрочном периоде. В топ-10 рейтинга вошли Самара, Ростов-на-Дону и Красноярск, существенно улучшив свои показатели относительно прошлого периода. Прорыв сибирского города во многом обусловлен усилиями по развитию материально-технической инфраструктуры региона и его продвижению на мировом событийном рынке в связи с приемом XXIX Всемирной зимней универсиады [3]. Драйвером роста Самарской области стали меры по развитию индустрии встреч, отраженные в новой редакции Положения о конгрессно-выставочной деятельности [4]. Ростовская область в 2019 году занималась активным раз-

витием туристического потенциала и продвижением собственного бренда, что позитивно сказалось на динамике региона в рейтинге.

### ТЕНДЕНЦИИ ГОДА

Эксперты ВНИЦ R&C отмечают ряд трендов, оказавших влияние на формирование рейтинга 2019 года. Так, усиление сотрудничества Национального конгресс-бюро с регионами России, выстраивание единого информационного пространства и скоординированной стратегии Ассоциации и продвижения региональных участников привели к росту поданных и выигранных заявок на проведение крупных международных мероприятий, а также формированию задела, обеспечивающего устойчивое развитие. Инициативы Правительства РФ по установлению новых партнерских отношений с динамично развивающимися странами Азиатского, Африканского и Латино-Американского регионов привели к появлению в 2019 году новых деловых мероприятий, которые впоследствии могут проводиться на регулярной основе и стать драйверами роста регионов. Также необходимо отметить инициативу Правительства РФ о развитии сферы въездного туризма в качестве одной из составляющих нацпроекта «Экспорт услуг» [5]. Это вызвало в регионах рост создания, развития и продвижения территориальных брендов, а также пересмотр политики конгрессно-выставочной деятельности в русле новых целей и задач стратегического развития.



#### ► Ссылки и источники

1. Statistics Report. Russia, ICCA, [электронный ресурс] // URL: <http://www.iccaworld.org>
2. Tatarstan Convention Bureau, [электронный ресурс] // URL: <http://www.tatarstanccb.com/ru>
3. XXIX Всемирная зимняя универсиада, [электронный ресурс] // URL: <https://www.krsk2019.ru>
4. Постановление Правительства Самарской области от 28.10.2019 №761 «О внесении изменений в отдельные постановления Правительства Самарской области», [электронный ресурс] // URL: <https://pravo.samregion.ru>
5. Стратегия развития туризма в Российской Федерации в период до 2035 года, [электронный ресурс] // URL: <https://www.russiatourism.ru>

## РЕЙТИНГ СОБЫТИЙНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ РОССИИ

РЕГИОН	ГОРОД		2019	2018	2017	2016	2015	2014
Санкт-Петербург и Ленинградская область	Санкт-Петербург			1	1	1	-	-
Свердловская область	Екатеринбург		2	2	2	2	2	2
Республика Татарстан	Казань	▲	3	4	5	5	4	3
Краснодарский край	Сочи	▼	4	3	3	3	1	1
Краснодарский край	Краснодар	▲	5	7	4	4	3	6
Республика Башкортостан	Уфа		6	6	8	11	7	13
Нижегородская область	Нижний Новгород	▼	7	5	7	8	-	5
Самарская область	Самара	▲	8	16	18	18	12	11
Ростовская область	Ростов-на-Дону	▲	9	15	11	7	5	8
Красноярский край	Красноярск	▲	10	21	17	15	-	4
Калининградская область	Калининград	▼	11	8	16	20	-	-
Иркутская область	Иркутск		12	12	15	17	8	9
Новосибирская область	Новосибирск	▲	13	14	14	9	-	7
Хабаровский край	Хабаровск	▼	14	11	-	-	-	-
Челябинская область	Челябинск	▲	15	20	10	12	-	-
Новгородская область	Великий Новгород	▲	16	24	24	23	-	21
Мурманская область	Мурманск	▼	17	9	12	13	-	14
Приморский край	Владивосток	▼	18	10	6	6	-	-
Камчатский край	Петропавловск-Камчатский	▼	19	17	-	-	-	-
Волгоградская область	Волгоград	▼	20	19	-	33	-	-
Тюменская область	Тюмень	▼	21	13	20	21	13	15
Архангельская область	Архангельск	▲	22	23	-	-	-	-
Кемеровская область	Кемерово	▲	23	27	48	37	-	-
Белгородская область	Белгород	▲	24	35	-	-	8	15
Владимирская область	Владимир	▲	25	30	-	-	-	-
Республика Крым и город Севастополь	Симферополь, Севастополь, Ялта	▲	26	49	-	-	-	-
Омская область	Омск	▲	27	32	20	26	-	-
Воронежская область	Воронеж	▲	28	29	13	14	8	24
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	Ханты-Мансийск	▼	29	28	-	-	-	-
Оренбургская область	Оренбург	▲	30	38	41	48	21	-
Республика Мордовия	Саранск	▲	31	46	-	-	-	-
Ярославская область	Ярославль	▼	32	31	9	10	6	12
Республика Бурятия	Улан-Удэ	▼	33	25	-	-	-	-
Саратовская область	Саратов	▼	34	22	44	47	-	-
Забайкальский край	Чита	▲	35	36	-	-	-	-
Ставропольский край	Ставрополь	▲	36	37	-	-	13	15
Пермский край	Пермь	▼	37	18	19	16	8	10
Рязанская область	Рязань	▲	38	47	27	25	-	18
Республика Саха	Якутск	▼	39	26	-	-	-	-
Тульская область	Тула		40	40	31	39	18	23
Томская область	Томск	▲	41	50	23	21	-	-
Ульяновская область	Ульяновск	▼	42	33	32	22	-	-

РЕГИОН	ГОРОД		2019	2018	2017	2016	2015	2014
Республика Карелия	Петрозаводск	▼	43	39	-	-	-	-
Республика Коми	Сыктывкар	▲	44	52	50	49	-	26
Астраханская область	Астрахань	▼	45	44	26	27	13	19
Орловская область	Орел	▲	46	74	-	-	-	-
Чеченская Республика	Грозный	▲	47	54	45	44	-	-
Кабардино-Балкарская Республика	Нальчик	▲	48	70	-	-	-	-
Псковская область	Псков	▲	49	51	-	-	-	-
Республика Тыва	Кызыл	▲	50	60	-	-	-	-
Вологодская область	Вологда	▲	51	65	25	30	-	-
Кировская область	Киров	▼	52	45	32	35	-	-
Калужская область	Калуга	▼	53	48	35	41	-	21
Алтайский край	Барнаул	▼	54	43	42	42	-	-
Республика Северная Осетия-Алания	Владикавказ	▲	55	62	-	-	-	30
Липецкая область	Липецк	▲	56	58	36	29	16	-
Ивановская область	Иваново	▲	57	66	-	-	-	-
Удмуртская Республика	Ижевск	▼	58	34	40	28	-	-
Чувашская Республика – Чувашия	Чебоксары	▲	58	71	-	-	-	-
Сахалинская область	Южно-Сахалинск	▼	60	42	47	38	19	26
Республика Дагестан	Махачкала	▲	61	76	-	-	-	-
Республика Марий Эл	Йошкар-Ола	▼	62	61	-	-	-	-
Тамбовская область	Тамбов	▲	63	73	38	36	-	-
Пензенская область	Пенза	▲	64	67	37	40	-	24
Костромская область	Кострома	-	65	59	-	-	-	-
Ямало-Ненецкий автономный округ	Салехард	▲	66	78	-	-	-	-
Смоленская область	Смоленск	▲	67	69	-	-	-	-
Республика Хакасия	Абакан	▲	68	75	-	-	-	-
Республика Калмыкия	Элиста	▲	69	80	-	-	-	-
Амурская область	Благовещенск	▼	70	41	-	-	-	-
Тверская область	Тверь	▼	71	57	-	-	20	19
Курганская область	Курган	▼	72	56	-	-	-	-
Магаданская область	Магадан	▼	73	55	-	-	-	-
Республика Алтай	Горно-Алтайск	▼	74	68	-	-	-	-
Еврейская автономная область	Биробиджан	▼	75	53	-	-	-	-
Республика Адыгея	Майкоп	▼	76	72	-	-	-	-
Курская область	Курск	▼	77	64	-	-	-	-
Брянская область	Брянск	▼	78	77	-	-	-	26
Чукотский автономный округ	Анадырь	▲	79	81	-	-	-	-
Республика Ингушетия	Магас	▲	80	82	-	-	-	-
Карачаево-Черкесская Республика	Черкесск	▼	81	79	-	-	-	-
Ненецкий автономный округ	Нарьян-Мар	▼	82	63	-	-	-	-

► Источник: ВНИЦ R&amp;C

## АВТОР:

Анна Клепиковская, директор  
по развитию проекта  
«Лесной отель «Голубино»

# КАК ДЕРЕВНЮ ПРЕВРАТИТЬ В УСПЕШНЫЙ ЦЕНТР СОБЫТИЙ

Развитием «Лесного отеля «Голубино», расположенного в Пинежском районе Архангельской области, наша семья занялась в 2014 году, веря в будущее края, в природные и культурные достопримечательности этой местности. Почти сразу мы почувствовали, что туристический комплекс – это не только работа гостиницы и экскурсоводов, а широкий спектр разнообразных событий и услуг, собирающих здесь большое количество людей. Гости приезжают на экскурсии, для отдыха, в ресторан, банный комплекс, но все чаще мы слышим запрос о проведении мероприятий как семейных, так и

корпоративных. Как создать конгрессный центр в деревне?

## КАК СОЗДАВАЛИ MICE-ПРОДУКТ

Благодаря тому, что мы являемся малым предприятием, и все вопросы клиентов сразу же попадают к руководству, это позволяет очень быстро формировать продукт под индивидуальные запросы. Мы поняли, что необходима четкая структура и базовые элементы каждого мероприятия. Создавая свой отель, ориентировались на опыт развития



туризма в Австрии, Швеции, Финляндии и других стран, где широко представлены услуги небольших гостиниц, в которых много внимания уделяется отдыху на природе и экологии, а также работе с корпоративными предложениями.

Мы придерживаемся комплексного подхода – заказчики мероприятий не только погружаются в заповедную природу Русского Севера, но и получают качественные услуги, комфортные условия для проведения событий.

## ПЕРЕСТРОЙКА

В 2016 году на территории комплекса был открыт корпус с комфортабельными номерами. Но для повышения качества сервиса требовалось помещение для проведения различных деловых и творческих встреч, семейных праздников и корпоративных мероприятий. Мы надстроили второй этаж и оборудовали конференц-зал, который позволил нам принимать до 100 человек.

При планировании помещения учитывались все возможные потребности гостей. Дизайн и интерьер выдержаны в натуральных тонах, напоминая о природе края. Зал легко адаптировать для проведения конференций и круглых столов любого формата, приемов и работы групп. Для выступлений предусмотрена небольшая сцена, а для переговоров подготовлена комната, рассчитанная на 35 человек.

## ТЕХНИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Конференц-зал и ресторан оснащены компьютерами, видеопроекторами, распределенной сетью видеопанелей с возможностью дублирования сигнала на основном экране, современными акустическими системами, коммутацией, микрофонами, световыми приборами для сцены и другим

техническим оборудованием. Предоставляются дополнительные услуги, например, заказ ведущего, диджея, организация фотосъемки.

## РАЗМЕЩЕНИЕ

В «Лесном отеле «Голубино» 31 отдельный номер, что позволяет разместить 84 гостя. Все комнаты оборудованы телевизорами, индивидуальными санузлами с душем или ванной, предоставляются косметические наборы. В 2019 году гостиница получила сертификат соответствия категории «три звезды».

## ПИТАНИЕ

Продумывая вопросы питания участников мероприятий, мы наладили сотрудничество с местными поставщиками, которые стали нас снабжать экологически чистыми молочными продуктами с местной фермы, пинежским хлебом, овощами. Чтобы разнообразить меню, пригласили шеф-поваров из Москвы и Архангельска, которые провели мастер-классы для наших сотрудников. Так у нас появились программы «Поморский обед», «Поморский ужин», «Вкусное Пинежье», которые сегодня пользуются большим спросом. Каждое событие длится 5–7 дней и посвящено местному продукту.

## КАК ДОБРАТЬСЯ

До Архангельска из Москвы и Санкт-Петербурга можно добраться на самолете за два часа. Дорога до «Лесного отеля «Голубино» займет порядка четырех часов. Поэтому мы предоставляем гостям комфортабельные автобусы, которые доставляют их из аэропорта Архангельска до отеля.

## КУЛЬТУРНАЯ ПРОГРАММА

Для гостей разработано более 20 экскурсий с посещением местных до-

стопримечательностей: Пинежские пещеры, водопад Святой источник, каньон Тараканий лог, деревня Кулой, где расположена одна из крупнейших соляварен Крайнего Севера, уездный город Пинега, где в разное время отбывали ссылку князь Голицын, писатели Александр Грин и Александр Серафимович, маршал Климент Ворошилов. Сюжеты многих художественных произведений связаны с нашим краем. Действие повести Валентина Пикуля «Звезды над болотом» происходит в Пинеге, героя книги «Ореховый Будда» Борис Акунин также поселил в Архангельской области. Мы разработали оригинальные туристические маршруты по местам пребывания литературных персонажей, исторических личностей, а также экологические тропы, организовали поездки на стойбища оленеводов и сплавы на плотках вдоль карстовых берегов.

## ПАКЕТ ДЛЯ КОРПОРАТИВНЫХ ЗАКАЗЧИКОВ

Для организаторов мероприятий подготовлены три пакета, в которые включены услуги отеля с возможностью доработки программ в соответствии с индивидуальными пожеланиями.

Предложение «Бизнес» рассчитано на 9–15 человек, в него входит одноместное размещение в номерах главного корпуса, кофе-брейк, услуги технического секретаря, парковка. Пакет «Команда» для 10–30 гостей предполагает двухместное или одноместное размещение в номерах различной категории, кофе-брейк, услуги технического секретаря и парковку. Предложение «Конференция» рассчитано на прием 84 человек с заселением в двухместных и трехместных номерах. В пакет также включены услуги технического секретаря и парковка. При бронировании более 10 номеров в день проведения мероприятия, предоставляется скидка – два часа аренды зала бесплатно.



## ПЕРСОНАЛ

Все сотрудники «Лесного отеля «Голубино» живут в поселке Пинега. Развитие поселения и создание рабочих мест для местных жителей является нашим приоритетом и социальной миссией. Чтобы обеспечить качество услуг, мы проводим тренинги, обучаем персонал, организуем поездки по обмену опытом. В 2020 году в отеле прошли занятия по тропостроению для экскурсоводов, гастрономические мастер-классы для поваров.

## ПРОБЛЕМЫ

Как у многих представителей малого бизнеса, развивающих туризм в России, у нас стандартный набор проблем. К сожалению, уровень административной отчетности с каждым годом растет, а количество людей, проживающих на малых территориях, сокращается. В регионе слабо развита инфраструктура: плохие дороги, отсутствует качественный Интернет. С каждым годом все сложнее организовывать выезды детских групп. Мы вынуждены оформлять кипы документов, чтобы автобус с детьми мог выехать за город.

## ОПЫТ ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ

Первое деловое мероприятие в отеле состоялось в январе 2018 года. Опыт проведения семинара был успешным, и через месяц одна из архангельских компаний организовала международную конференцию «Малым территориям – большое будущее». Сейчас деловые мероприятия проходят в отеле регулярно. Весной 2019 года состоялся «Праздник Оленя», в котором приняли участие 2,5 тысячи человек. В декабре совместно с Ассоциацией «Голос Севера» провели стратегическую сессию по развитию устойчивого туризма в Пинежском районе и развитию туристической дестинации «Пинега – Голубино». Участники обсудили вопрос: как сделать поселок туристическим и конгрессным центром, используя местные возможности. Совместно с общественной организацией «Инициатива Пинежья» для школьников и учащихся Индустриального колледжа был подготовлен мастер-класс «Гостеприимное Пинежье». Вместе с Государственным Дарвиновским музеем проводится цикл встреч «Голос Севера».

## МАРКЕТИНГ ПЛОЩАДКИ

Для развития конгресс-площадки специалисты отеля активно участвуют в туристических выставках, выступают в качестве приглашенных экспертов на различных мероприятиях. Однако опыт показывает, что основным каналом продвижения остается сарафанное радио. Наша главная маркетинговая стратегия заключается в том, что нужно делать свою работу так хорошо, чтобы о нас рассказывали, поэтому мы постоянно повышаем качество услуг.

С появлением новых бизнес-задач мы изменили логотип компании. Он выполнен в насыщенных зеленых цветах, лаконичный, с простыми линиями, которые стали символом изменений интерьера отеля. Сайт стал современным, насыщенным информацией о возможностях гостиницы. Планируем перевести страницу в Интернете на немецкий, французский и норвежский языки, так как туристы из этих стран часто приезжают в регион.

Отель продвигаем также в социальных сетях. На странице во «ВКонтакте» принимаются заказы на размещение гостей, туры и экскурсии. Действуют аккаунты в сетях Instagram и Facebook. Кроме того, мой личный аккаунт в Facebook также информирует об услугах и новых программах отеля.

## УЧАСТИЕ В МЕРОПРИЯТИЯХ

Для продвижения услуг отеля представители компании активно участвуют в конгрессно-выставочных мероприятиях. Например, на встрече с президентом России Владимиром Путиным во время обсуждения вопросов развития туризма в регионах я рассказала о нашем опыте работы и необходимости привлечь внимание к туристским проектам на селе. В ноябре 2019 года наш проект был представлен в Барселоне на Форуме лидеров социальных



изменений. Специалисты отеля регулярно принимают участие в форуме «Сообщество», деловых встречах Торгово-промышленной палаты России, Ассоциации автотуризма, «Сколково», Высшей школы экономики и других мероприятиях.

### ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА

О нас много пишут в прессе. Мы постоянно информируем СМИ о мероприятиях, в которых принимаем участие и проводим в отеле. Наши новости охотно публикуют архангельские выпуски газет «Аргументы и Факты», «МК», туристические издания и порталы. Государственная телерадиокомпания «Поморье» выпустила цикл передач о Голубино.

### СОТРУДНИЧЕСТВО

Есть такая пословица «Хочешь идти быстро – иди один, хотите идти далеко – идите вместе». Мы в это верим, по этому принципу стараемся формировать как можно больше общих контактов и проектов. Туристический комплекс «Голубино» расположен рядом с Государственным заповедником «Пинежский», а его научная база находится в нашем поселке. Поэтому вместе с соседями

решаем множество вопросов, будь то организация учебных программ для школьников, туристических экскурсий или ремонт экологических троп. Мы активно сотрудничаем с образовательными учреждениями. В частности, на площадке отеля проводил мероприятия Московский архитектурный институт (МАРХИ).

Важно, чтобы инфраструктура вокруг туристического центра соответствовала уровню гостиницы и отвечала ожиданиям гостей. Совместно с активными жителями Пинеги мы инициировали несколько проектов, направленных на улучшение качества жизни в поселке. Например, программа «Безопасная Пинега» обеспечила ремонт тротуаров в поселке. В рамках проекта «Дорога истории» создана пешеходная тропа от Краеведческого музея до Музея карста, чтобы жители и гости Пинеги могли ходить между музеями не по проезжей части. В 2019 году в старинном здании Белой школы была организована выставка социально ответственного туризма «Путешествуя – помогай».

### ФИНАНСИРОВАНИЕ

В развитие проекта «Лесной отель «Голубино» вкладываются заработанные

средства. Кроме того, предприятие участвует в программах грантов, которые помогают развивать инфраструктуру территории. Например, для проекта «Тропа, доступная для всех» на выигранный грант были закуплены материалы и отремонтирована экологическая дорога к водопаду Святой источник. Средства для проведения «Праздника Оленя» были собраны по системе краудфандинга. С помощью спонсора удалось дополнительно привлечь 140 тысяч рублей.

Перечисленные выше мероприятия позволили сэкономить значительные средства на продвижении услуг гостиничного комплекса. Отель «Голубино» стал ивент площадкой, где ежегодно проходят различные события, такие как международная конференция «Малым территориям – большое будущее», выставки «Ровесники Архангельской области», мастер-классы и корпоративные мероприятия. Своей деятельностью мы хотим привлечь внимание к идее социально-ответственного туризма, позволяющего улучшить качество жизни в регионах. Мы верим, что созданный нами конгрессный центр вдохновит местных жителей на развитие своих деревень.



# EVENT-LIVE.RU



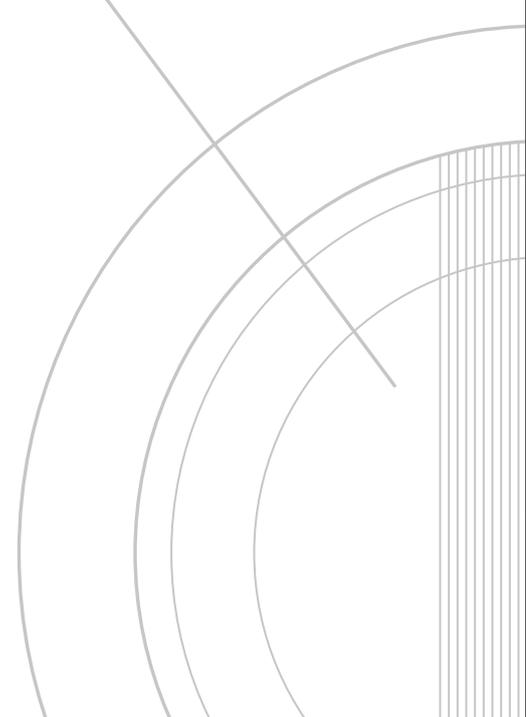
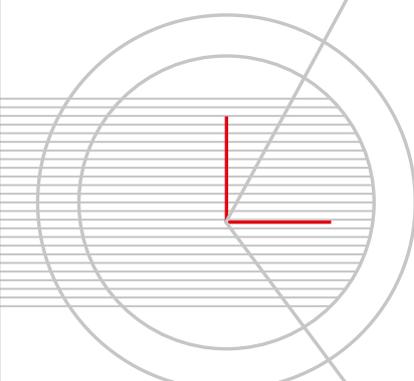
100

## ИДЕЯ

Фестивализируй это! Десять новых идей для нескучных конференций

102

Как технические туры могут дополнить деловую программу



ПО МАТЕРИАЛАМ

Event LIVE

# ФЕСТИВАЛИЗИРУЙ ЭТО! ДЕСЯТЬ НОВЫХ ИДЕЙ ДЛЯ НЕСКУЧНЫХ КОНФЕРЕНЦИЙ

*Как провести конференцию интересно и свежо, удержать вовлеченность на высоком уровне и удовлетворить запросы участников? Эксперты советуют включать в деловые мероприятия элементы фестивализации: викторины, игровые шоу, битвы скомканной бумагой. CongressTime собрал 10 ярких идей, которые смогут помочь участникам наладить контакты друг с другом, включиться в обсуждение со спикером и позволят им не скучать на панельных сессиях.*

Перед тем как взяться за сложные вопросы, неплохо бы настроить участников на взаимодействие, растопить между ними лед. Для этого пригодятся такие приемы, как айсбрейкеры, которые успешно применяются на бизнес-тренингах.

## **Айсбрейкеры:**

*рассказываем истории, играем в мяч и собираем деньги*

**1** Вместо того чтобы пересказывать биографию спикеров, представьте их с помощью интерактивной викторины. Озвучьте аудитории несколько любопытных

или важных фактов из жизни каждого докладчика, и пускай зрители угадают, какие из них правдивы. После завершения викторины предложите спикеру вкратце раскрыть самые интересные истории.

**2** Попросите участников достать из кошелька по монете и назвать самое важное событие в его жизни или в работе его компании в тот год, который выгравирован на деньгах. Например, кто-то в 1992 году написал свою первую книгу, а кто-то в 2008 стал директором по персоналу. Эти интересные факты можно вспомнить в ходе конференции, а также инициировать сбор средств на благотворительность.

**3** Расшевелить небольшую аудиторию до 50 человек поможет игра в мяч с вопросами, например, «Кем вы работаете?», «Какое ваше самое большое достижение?», «Какой суперсилой вы бы хотели обладать?» и пр. Участнику, поймавшему игрушку, предлагается ответить на выпавший ему вопрос, а потом бросить ее другому человеку. Главное, чтобы вопросы хорошо читались, а мяч не был тяжелым.



**4** Во время своего выступления на конференции TEDx Fryslan управляющий директор компании MindMeetings Эрик де Грут продемонстрировал интересный прием. Перед началом доклада он устроил короткую битву «снежками» из скомканных листов бумаги. Устроить такое сражение можно и в середине конференции, например, перед обедом, чтобы встряхнуть участников, или в самом конце, поставив в деловой программе запоминающуюся точку. Чтобы сделать аттракцион еще более вдохновляющим, попросите участников, перед тем как скомкать листы, написать на них вызовы, с которыми они сталкиваются на работе, и проблемы, которые надеются решить благодаря конференции.

Даже если спикеры профессиональны и опытни, скучная подача может заставить участников зевать и думать о кофе-брейке. Чтобы поддержать их заинтересованность во время сессий, сохранить вовлеченность, позаботьтесь об интерактивности. Помните, сегодня посетители мероприятий не желают быть пассивными слушателями, они буквально хотят стать участниками события.

**Интерактив:** устраиваем дебаты, проводим интервью и телешоу

**5** Поединок – это всегда интересно, даже если после стычки противники не расходятся с синяками. Если у вас есть острая тема, взгляд на которую кардинально отличается у экспертов, устройте дебаты. Это хороший способ провести сессию динамично и удерживать внимание участников до финала.

Пригласите двух экспертов, которые представят различные аргументы, и модератора-посредника. Подключите опросы – спросите мнение участников по заявленному вопросу до начала де-

батов. Например, «Нужен ли региону новый конгресс-центр?». Повторите опрос после окончания дебатов, чтобы увидеть, изменилось ли мнение слушателей, и понять, кто из спикеров был убедительнее.

**6** Чтобы снять напряжение с докладчика, превратите выступление эксперта в неофициальное интервью. Уютно оформите сцену, найдите дружелюбного модератора и попросите участников задать вопросы эксперту в чате WhatsApp или с помощью специального приложения для мероприятия. Такой формат называется firesidechat – диалог у камина, и он отлично подходит для создания живой и активной беседы и вовлечения аудитории в обсуждение.

**7** Покажите тему панельной сессии с разных точек зрения, проведите встречу по правилам телешоу, за которым будет интереснее наблюдать, чем за поочередными докладами.

**Умное застолье:**  
работаем со спикерами  
и модераторами

Разместите спикеров, представляющих разные сегменты рынка, за одним столом и задайте им несколько одинаковых вопросов. Например, обсудите брендинг региона с представителями местной администрации, делового сообщества, российских и зарубежных ассоциаций.

**8** Если перед вами стоит цель провести групповые дискуссии по нескольким темам в короткие сроки, обратитесь к формату WorldCafe. Заранее подготовьте вопросы. Разделите аудиторию на группы по 5–8 человек и предложите каждой из них отдельную тему. Через 10 минут один участник покидает группу и переходит за другой стол, где обсуждают другие вопросы. В конце предложите участникам поделиться ключевыми моментами каждой темы.

**9** Если у вас есть интересный и известный спикер, проведите с ним сессию Ask me anything. Пока модератор «разогревает» гостя первыми вопросами, посетители смогут задать свои с помощью специальных приложений. В дальнейшем модератор встроит интересные аудитории темы в обсуждение.

**10** Как известно, перерыв в деловой программе существует для всех, кроме спикеров. К ним подходят, знакомятся, просят совета. Включите в расписание конференции час, во время которого участники смогут лично переговорить с докладчиком. Так можно провести нетворкинг-сессию. С помощью специального приложения мероприятия предоставьте посетителям возможность забронировать 10–15 минут общения со спикером. Идею оценят все – участники мероприятия получают время для решения своих задач, а выступающие эксперты после общения воспользуются правом на отдых.



# КАК ТЕХНИЧЕСКИЕ ТУРЫ МОГУТ ДОПОЛНИТЬ ДЕЛОВУЮ ПРОГРАММУ

*Как совместить приятное с полезным, а обучение с развлечением? Что необычного показать делегатам? Создаем технические туры своими руками: экскурсии в метро, археологические экспедиции и тематические квесты.*

ПО МАТЕРИАЛАМ

Event LIVE

## *Экскурсии на объекты: промышленные туры и прогулки по киностудиям*

Дополните деловую программу промышленных конференций и съездов экскурсиями на производство. Каждое предприятие имеет свои особенности, уникальное оборудование и его представителям есть что рассказать. Но будьте готовы к тому, что на подобных объектах существует особый режим и договориться об экскурсии необходимо заранее.

**1** Пригласите делегатов посетить крупные инженерные сооружения. Например, участники 54-го Конгресса Европейской ассоциации региональной науки (ERSA),

состоявшегося в Санкт-Петербурге, осмотрели комплекс защиты от наводнений. Его работники рассказали экскурсантам об уникальной системе экологической безопасности, разработанной для сохранения естественного гидрологического режима территории и защиты водного бассейна от вредоносных последствий эксплуатации автомагистрали, проходящей через сооружения защиты. А в метрополитене Санкт-Петербурга делегаты узнали об особенностях строительства и эксплуатации станций.

**2** Технические туры могут быть организованы не только на заводы и фабрики. Городское туристско-информационное бюро Санкт-Петербурга, например, предлагает посетить киноцентр «Ленфильм» и историческую радиостанцию, откуда в блокадные дни прозвучала знаменитая Седьмая симфония Дмитрия Шостаковича.

**3** Познакомьте участников мероприятия с регионом. Так, организаторы конференции «Пресноводные экосистемы – современные вызовы», состоявшейся на Байкале, отправили делегатов в путешествие на экскурсионном поезде по Кругобайкальской железной дороге (КБЖД). Кроме того, участники мероприятия осмотрели Байкальский аквариум с нерпами.



### *Изучение территории: походы по грибы и бердвотчинг*

**4** Если на конгресс собираются экологи, орнитологи, биологи или археологи, отвезите их на природу. На территории некоторых заповедных зон есть отели с ресторанами, конференц-залами и необходимым оборудованием для проведения деловых встреч.

Не забывайте о том, что природа во всех регионах России отличается большим разнообразием. Даже если вблизи нет сафари-парков и закрытых природных заказников, обычные озера, реки и леса обладают уникальными особенностями, которые будут интересны гостям, особенно иностранцам. Пригласите специалиста биологического факультета университета, который интересно расскажет о местной флоре и фауне. Это может быть очень аутентично и душевно.

**5** Будьте ближе к природе. Местом проведения V Международной конференции Рабочей группы по гусеобразным Северной Евразии неслучайно была выбрана Элиста. Именно в Республике Калмыкии пересекаются миграционные пути миллионов птиц, в том числе редких видов, гнездящихся в европейской части России, Сибири и Казахстане. Кроме того, регион служит полигоном для разработки передовых методик управления популяциями пернатых. Организаторы добавили в программу конференции бердвотчинг – наблюдение за поведением птиц в их среде.

**6** Сходите с делегатами на прогулку в лес. Так поступили организаторы Конгресса микологов Европы, на который съехались специалисты в области науки о грибах из 40 стран. Инициатива оказалась своевременной, так как во время проведения мероприятия на территории Ленинградской области были найдены локализации некоторых исчезающих видов грибов.

**7** Пригласите делегатов посетить необычные места региона. Например, Городское туристско-информационное бюро Санкт-Петербурга предлагает участникам деловых мероприятий познакомиться с особо охраняемыми природными территориями Северной столицы и Ленинградской области во время орнитологических или экологических экскурсий. Кроме этого, возможен выезд к памятникам природы, таким как долина реки Поповки с палеозойскими горными породами и Саблинские пещеры.

### *Тематические экскурсии: криминальные кварталы и заводские музеи*

В каждом городе есть исторически сложившиеся кварталы со своей спецификой, например, национальная слобода, рыночные, театральные или ремесленные районы. Отгалкиваясь от тематики конгресса, подумайте, какие места могут быть интересны участникам мероприятия?

**8** Инженеры и научные работники наверняка оценят экскурсию в Звездный городок, находящийся в Подмоскowie. С 1960-х годов здесь живут и тренируются космонавты. В городском музее представлены модель орбитальной станции «Мир», уникальная гидролаборатория, центрифуга ЦФ-18 для подготовки специалистов к пилотируемым полетам в космос.

**9** Если вы проводите мероприятие для юристов, адвокатов или таможенников во Владивостоке, организуйте им прогулку по Миллионке. Так местные жители называют бывший криминальный квартал в историческом центре города. Здесь располагалось множество значных мест, искали золото Колчака и, как уверяют краеведы, есть подземные тоннели, ведущие на территорию Китая.

**10** Промышленная история Екатеринбурга довольно разнообразна, и местные гиды водят экскурсионные группы на прогулку по знаковым местам города: в музей истории Верх-Исетского металлургического завода, Уралмашзавода, Исторический сквер, в Музей истории, науки и техники Свердловской железной дороги.

Для технических туров особенно актуален формат интерактивного квеста. Предложите делегатам найти формулу яда, чертеж ракеты, завещание и прочие спрятанные сокровища. На пути их могут поджидать актеры, а экскурсоводы выдадут «ключи» от приза. Завершить прогулку можно стилизованным ужином.

Если в вашем городе нет профильных достопримечательностей, а все экскурсионные маршруты исхожены вдоль и поперек, найдите точки пересечения интересов. Например, устройте делегатам HR-конференцию прогулку по офисам Google или «ВКонтакте», организуйте специалистам по продвижению встречу с психофизиологами, а дизайнеров познакомьте с местным художником советских киноафиш. Возможно, программу для вашей экскурсии придется придумывать с нуля, но эксклюзив участникам обязательно запомнится.





# ПОСТСКРИПТУМ



106

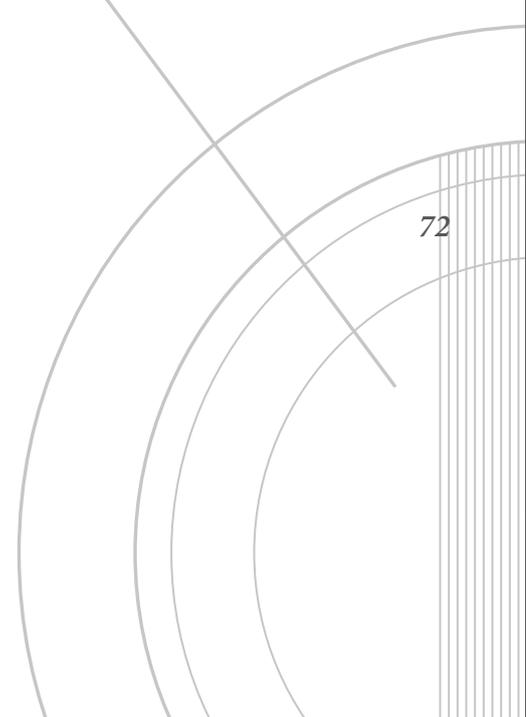
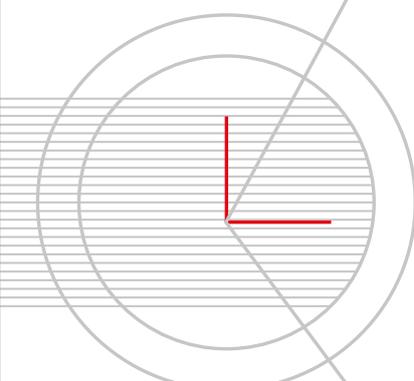
БИБЛИОТЕКА ВНИЦ

107

НОВИНКИ

108

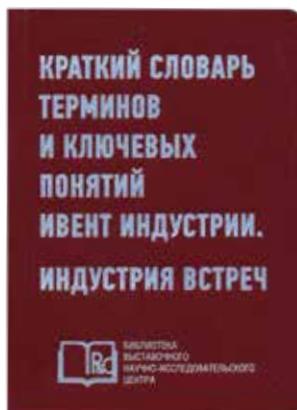
ЕЖЕДНЕВНИК



72

### **Краткий словарь терминов и ключевых понятий ивент индустрии. Индустрия встреч**

*«Библиотека ВНИЦ», Санкт-Петербург, 2018 г.*



Проект «Библиотека ВНИЦ» был представлен в 2018 году на VII Евразийском Ивент Форуме. Участники и гости мероприятия познакомились с первым изданием из серии книг в области ивент индустрии. Выставочным научно-исследовательским центром R&C составлен и издан «Краткий словарь терминов и ключевых понятий ивент индустрии. Индустрия встреч». Издание посвящено сегменту деловых мероприятий (индустрия встреч) и содержит классификацию событий, характеристику основных участников рынка, а также описание главных этапов процесса организации и проведения мероприятия. При составлении словаря были использованы наработки ведущих международных отраслевых организаций и экспертов в области ивент индустрии. Издание рекомендовано Ассоциацией «Национальное конгресс-бюро». «Библиотека ВНИЦ» – некоммерческий проект. Первая книга серии выпущена при поддержке Конгресс Визит Бюро Сочи.

### **Краткий словарь терминов и ключевых понятий ивент индустрии. Выставочно-конгрессные центры**

*«Библиотека ВНИЦ», Санкт-Петербург, 2019 г.*



Книга «Краткий словарь терминов и ключевых понятий ивент индустрии. Выставочно-конгрессные центры» подготовлена и выпущена Выставочным научно-исследовательским центром R&C при содействии ЦВК «Экспоцентр». Это вторая книга, вышедшая в рамках проекта «Библиотека ВНИЦ». Настоящее издание рассчитано на специалистов компаний событийной индустрии и является вводным пособием для работы с площадками. При составлении словаря были использованы наработки ведущих международных отраслевых организаций и экспертов в области ивент отрасли. Издание рекомендовано Национальным конгресс-бюро. Словарь содержит обзор существующей терминологии, классификации и видов оценок выставочно-конгрессных объектов, а также общие рекомендации по их проектированию и эксплуатации. В цели подготовки словаря не входила разработка методики оценки выставочно-конгрессных площадок. Данная тема является предметом следующего совместного проекта ЦВК «Экспоцентр» и Выставочного научно-исследовательского центра R&C.

### **Краткий справочник основных профессий ивент индустрии**

*«Библиотека ВНИЦ», Санкт-Петербург, 2020 г.*



На IX Евразийском Ивент Форуме представлен «Краткий справочник основных профессий ивент индустрии». Это третье издание в рамках проекта «Библиотека ВНИЦ». Словарь содержит общепринятые способы описания профессий (единый квалификационный справочник, должностные инструкции, профессиональный стандарт), перечень основных профессий ивент индустрии, компетенций, необходимых для специалистов этой отрасли, а также подробное описание должностей для разных сегментов событийной индустрии. Настоящее издание рассчитано на представителей служб персонала компаний ивент индустрии в качестве руководства для описания должностей, а также для руководителей компаний при формировании проектных групп. При составлении словаря были использованы наработки ведущих международных и российских отраслевых организаций и экспертов в области ивент индустрии. Проект реализован Выставочным научно-исследовательским центром R&C при поддержке Национальной ассоциации организаторов мероприятий (НАОМ). Издание рекомендовано Национальным конгресс-бюро.

«Библиотека ВНИЦ» приглашает участников рынка и всех заинтересованных лиц к сотрудничеству.

## ■ ДРАГОЦЕННОСТИ ДЛЯ МИЛЛЕНИАЛОВ



Оригинальную идею представления на стенде уникальных экспонатов продемонстрировали организаторы ювелирной выставки Inhorgenta Messe Munich 2020. Украшения и часы, представленные на мероприятии, были размещены на фуршетном столе и декорированы живыми цветами. Каждое «блюдо» сопровождалось пояснительной табличкой с информацией об авторе. Оформление стало частью общей концепции, в основе которой лежала идея устойчивого развития. Эксперт по устойчивому развитию доктор Лорен Картье отметил, что для представителей поколения Y и Z вопросы устойчивости имеют большое значение, а происхождение украшений и репутация их производителя интересует их так же, как и состав блюд на фуршетах.

## ■ БРАСЛЕТЫ ДЛЯ ЭФФЕКТА ИММЕРСИВНОСТИ



Светодиодные браслеты следят за расписанием делегатов и уведомляют о встречах, но устройства можно использовать и для создания впечатляющего шоу. Например, браслеты участников конференции Siebel Scholars Conference имитировали сердцебиение. Мероприятие открылось фильмом, в котором рассказывалось о вероятных последствиях кибератаки на энергосистему США. Когда на экране появились пустые супермаркеты, а диктор говорил о дефиците питьевой воды и отсутствии медицинской помощи, браслеты переставали светиться. К концу показа только 10% устройств продолжали мигать. Так организаторы привлекли внимание к проблеме обеспечения кибербезопасности.

## ■ ИНТЕРАКТИВНЫЙ ДЕЗИНФЕКТОР

Чтобы сэкономить расход антисептиков и их упаковок на мероприятии, а также сократить очереди в местах общего пользования, предоставить участникам возможность продезинфицировать руки в кейтеринг-зоне, организаторы могут разместить на площадке портативные дезинфекторы. Пользователь помещает руки в камеру дезинфектора, а специальная инжекторная система бесконтактно обрабатывает их антисептиком. Такие устройства начала поставлять группа компаний «Гефест Капитал». Дезинфектор способен обеспечить безопасность до 10 тысяч гостей. Корпус устройств можно брендировать фирменными цветами мероприятия или логотипом организаторов.



## ■ ЗАРЯДКА ТЕЛЕФОНА НА ФУРШЕТЕ

Зарядить телефон или планшет теперь можно во время фуршета или кофе-брейка: специальные устройства встраиваются в столы для кейтеринга. Опция может быть полезна организаторам нетворкинга. В зоне кофе-брейка или в холле, оборудованном такой мебелью, даже интроверты с разряженными гаджетами познакомиться и обменяются контактами. Также поверхность столов можно использовать для брендирования и размещения информации спонсоров и партнеров.



6–9 июня

*Грейтвейн,  
США*MPI WORLD  
EDUCATION CONGRESS

Всемирный образовательный конгресс MPI World Education Congress 2020 (WEC20) является знаковым событием для профессиональных организаторов мероприятий в мире. Он проводится крупнейшей ассоциацией Meeting Professional Industry (MPI), которая объединяет экспертов ивент индустрии. Участники конгресса обсудят тенденции в сфере продвижения мероприятий и управления командой, а также актуальные проблемы, стоящие перед специалистами, в том числе кризисный менеджмент, работу с форс-мажорами и безопасность. [wec.mpiweb.org](http://wec.mpiweb.org)

24–25 июня

*Лондон,  
Великобритания*

THE MEETINGS SHOW

The Meeting Show – крупнейшее отраслевое событие в Великобритании, совмещающее двухдневную образовательную программу и мероприятия для нетворкинга в Лондоне. Ожидается, что в шоу примут участие более пяти тысяч профессионалов событийной отрасли: байеры, поставщики услуг, организаторы мероприятий, сотрудники международных ассоциаций и СМИ. На выставке будут представлены 750 экспонентов, среди которых дестинации разных стран, роскошные отели, конференц-центры, поставщики технологических решений и управляющие компании. [themeetingsshow.com](http://themeetingsshow.com)

28 июня – 1 июля

*Монреаль,  
Канада*

PCMA EDUCON

PCMA EduCon – знаковое образовательное мероприятие Ассоциации профессионального менеджмента встреч (PCMA). Конференция отличается разнообразием обсуждаемых тем и большим количеством мастер-классов. Заявлено, что эксперты мировой индустрии встреч поделятся с участниками события своим опытом в сфере решения конфликтов, использования гибких навыков (англ. soft skills), а также обсудят устойчивое развитие и способы восстановления после кризиса. В конференции примут участие 800 профессионалов отрасли. [pcmaeducon.org](http://pcmaeducon.org)

15 июня

*Брюссель,  
Бельгия*SUPERCENTENARY  
CELEBRATION AND  
SEMINAR UIA

Союз международных ассоциаций (UIA) является научно-исследовательским институтом и депозитарием информации по работе ассоциаций. 110-й Конгресс и семинар UIA будут посвящены юбилею со дня проведения первого мероприятия. Участники события планируют поделиться опытом, обсудить влияние международных ассоциаций как на глобальном, так и на местном уровнях, а также определить планы деятельности организации до 2030 года. [uia.org/supercentenary](http://uia.org/supercentenary)

29 июня – 1 июля

*Инсбрук,  
Австрия*ICCA ASSOCIATION  
MEETINGS  
PROGRAMME

Association Meetings Programme (AMP) – интерактивное практическое мероприятие Международной ассоциации конгрессов и съездов (ICCA). Количество делегатов намеренно ограничено, чтобы у каждого участника была возможность встретиться с потенциальными клиентами и партнерами, а также найти ответы на волнующие их вопросы, наладить партнерские связи и обменяться опытом по всем аспектам проведения тендеров, планирования, организации и продвижения мероприятий для международных ассоциаций. [amp2020.iccaworld.org](http://amp2020.iccaworld.org)

26 августа

*Макао, Китай*UFI DIGITAL  
INNOVATION FORUM

Форум цифровых инноваций проводится Всемирной ассоциацией выставочной индустрии (UFI) и будет посвящен развитию современных информационных технологий в мире. В рамках этого однодневного международного мероприятия эксперты поделятся опытом и концепциями для организации мероприятий, ориентированных на цифровые технологии и базы данных. [ufievent.org/macau2020](http://ufievent.org/macau2020)



10  
ЛЕТ

ПРОВОДИМ МЕРОПРИЯТИЯ  
В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

**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

***Полное обновление интерьеров всех залов в 2019 году!***



**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

***Complete interior renovation of all conference halls in 2019!***



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)

РЕКЛАМА

# ДИАЛОГ ПРОФЕССИОНАЛОВ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ

 [vk.com/efea2021](https://vk.com/efea2021)

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



## X Евразийский Ивент Форум

**ЗАДАЕМ ТРЕНДЫ С 2012 ГОДА**

**27-29 января 2021**

Санкт-Петербург / КЦ "ПетроКонгресс"

[euras-forum.com](https://euras-forum.com) [#efea](https://twitter.com/efea)

Организатор



ВЫСТАВОЧНЫЙ  
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ЦЕНТР