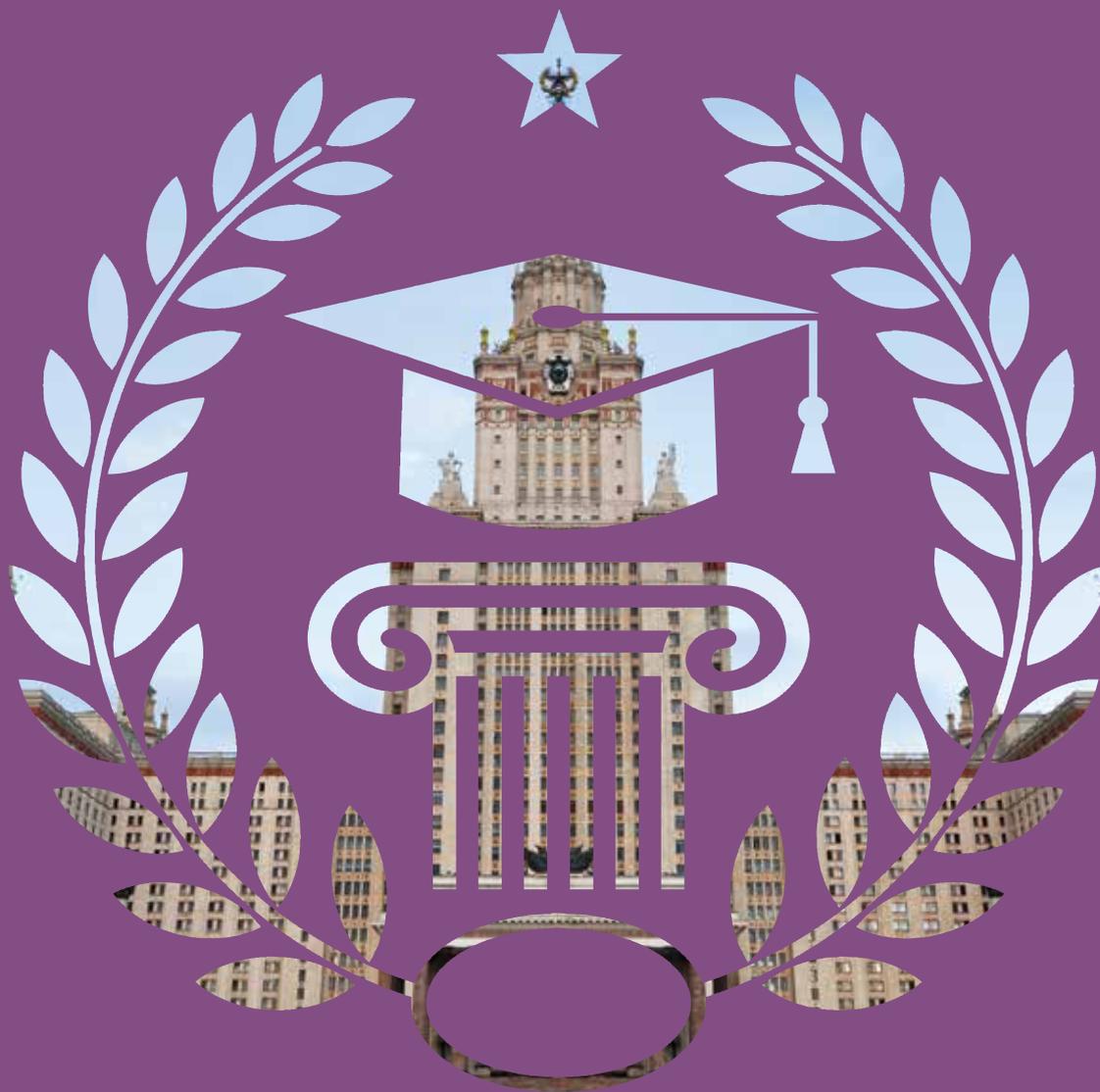


# CongressTime

Время конгрессов



НАШИ УНИВЕРСИТЕТЫ.  
ВУЗЫ КАК УЧАСТНИКИ  
СОБЫТИЙНОЙ ОТРАСЛИ



**ЗАДАЕМ ТРЕНДЫ С 2012 ГОДА**

**XII** ЕВРАЗИЙСКИЙ  
ИВЕНТ ФОРУМ



**18-20**  
ЯНВАРЯ  
2023

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ / КЦ «ПЕТРОКОНГРЕСС»  
[EURAS-FORUM.COM](http://EURAS-FORUM.COM)



Журнал CongressTime № 3 (20) 2022  
Издается при поддержке  
Торгово-промышленной палаты  
Российской Федерации  
Выходит четыре раза в год

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

Экспертный совет

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

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

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

**Сагид Заремкулов**,  
директор Национального конгресс-бюро

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

**Сергей Селиванов**,  
заместитель председателя  
Комитета ТПП РФ по выставочно-ярмарочной  
и конгрессной деятельности, первый заместитель  
генерального директора АО «Экспоцентр»

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

Главный редактор  
**Дарья Островская**

Шеф-редактор  
**Людмила Ревошина**

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

Выпускающий редактор  
**Константин Збаровский**

Аналитика и тексты  
**Евгения Кузнецова**  
**Каролина Петрова**  
**Ольга Петряева**  
**Вероника Подвочатная**  
**Александра Смирнова**  
**Елена Четыркина**  
**Алексей Чуваев**

Корректор  
**Татьяна Миронова**

Дизайн и верстка  
**Юрий Скляр**

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

Фотографии

Фонд Росконгресс, photogenica.ru

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

© 2022 ООО «ВНИЦ Р-н-С»

Журнал 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.

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

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

Распространяется бесплатно  
Тираж номера 1500 экземпляров  
Дата выхода: 30 сентября 2022 года

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

### 3 СЛОВО РЕДАКТОРА

### 5 КОНТЕКСТ



### 21 ИСТОРИЯ С ОБЛОЖКИ



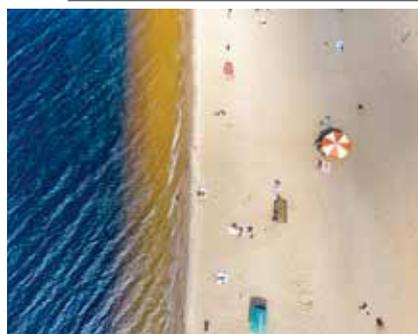
### 41 ЛИЦОМ К ЛИЦУ



### 61 КОНГРЕССЫ КАК БИЗНЕС



### 87 РЕГИОНЫ



### 99 EVENT-LIVE.RU



### 105 ПОСТСКРИПТУМ



ВЫСТАВОЧНЫЙ  
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ЦЕНТР



**ПРОФЕССИОНАЛЬНО  
ОБ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ**

исследования | консультации | события | издательство

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

Несколько лет назад для первого «Краткого словаря терминов и ключевых понятий ивент индустрии» редакция Выставочного научно-исследовательского центра (ВНИЦ) R&C составила список основных игроков отрасли. В него вошли заказчики и клиенты, агентства и посредники, поставщики услуг, включая профессиональных организаторов мероприятий, а также некоммерческие структуры, отвечающие за продвижение и маркетинг территорий. Тогда высшие учебные заведения не были включены ни в одну из групп, представленных на событийном рынке. Однако так ли это на самом деле?

Интересный факт: оказывается, почти треть ротируемых конгрессов в мире проводится на территории университетов. Такую статистику приводит Международная ассоциация конгрессов и конференций ISSA по итогам 2021 года. Действительно, сегодня в вузах проходят самые разные мероприятия – от отраслевых конференций до международных форумов. Университеты также про-

водят собственные проекты. А это значит, что они являются не только полноценными игроками событийной индустрии, но и составляют серьезную конкуренцию как площадкам, так и организаторам. Кроме того, в последнее время вузы активно участвуют в деловых мероприятиях. На крупных форумах они организуют свои стенды, их специалисты выступают на сессиях в качестве экспертов. Это делает высшие учебные заведения привлекательными заказчиками для отраслевых компаний.

Какую роль сегодня играют вузы в событийной индустрии? Как выбирают мероприятия? Какое влияние оказывают на развитие регионов? Этим и другим вопросам посвящена история с обложки нового номера журнала CongressTime.

Традиционно в выпуске мы публикуем материалы о новых проектах, технологиях и дестинациях, а также интересные интервью с профессионалами отрасли. Чем не повод посвятить холодный осенний вечер чтению CongressTime?

Дарья Островская,  
главный редактор

CongressTime



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

ПОРА ПОЛУЧАТЬ

# СОБЫТИЙНЫЙ ПАСПОРТ



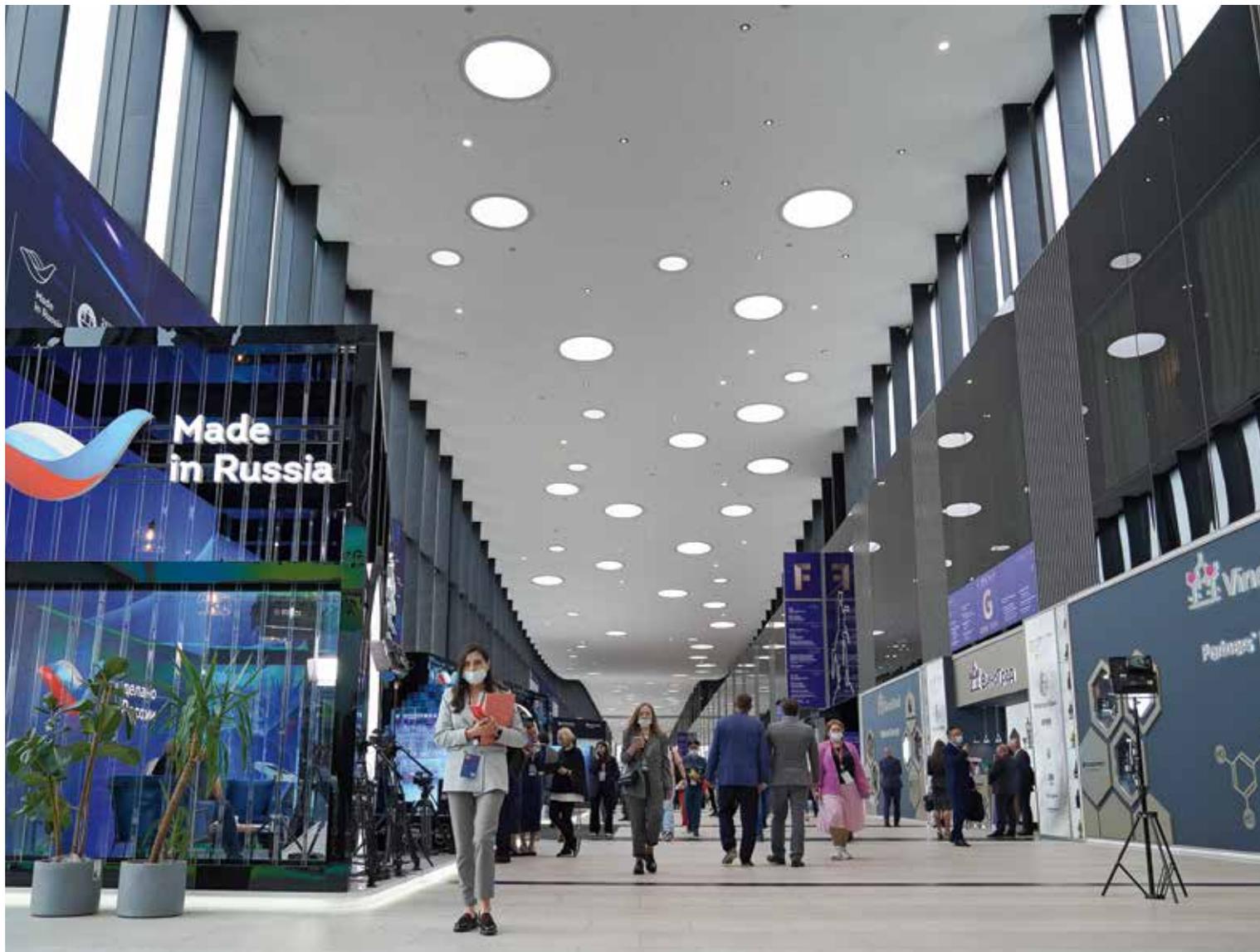
А у вашего региона есть Событийный паспорт? От географии – до гастрономии, от экономики – до ивентов! Задача Событийных паспортов – познакомить потенциальных организаторов и участников мероприятий с регионом, представить все ресурсы, которые он предлагает для реализации проектов. Заявите о своем регионе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



Национальное  
конгресс-бюро

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

СОБЫТИЙНЫЙ  
ПАСПОРТ РЕГИОНА



## 6 КОНТРИБЬЮТОРЫ

## 10 ЭТО ВАЖНО

### ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ

- 12 Дорожная карта – стимул для интенсивного развития конгрессно-выставочной деятельности
- 14 Приморский Клондайк, или Деловой туризм на Дальнем Востоке

### В ЦИФРАХ

- 16 Событийный рынок России. Итоги 2021 года

# КОНТЕКСТ

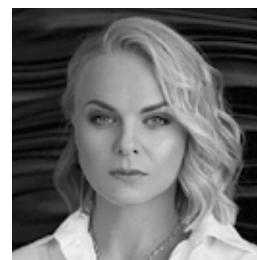
## МНЕНИЕ

- 18 Санкт-Петербург: продвижение туристского и делового потенциала города
- 19 Международное коммерческое сотрудничество в новых условиях



**Наталья Евневич**, основатель и председатель совета директоров Группы компаний «Конкорд», исполнительный директор АНО «Проектный офис индустрии организации мероприятий», куратор Федеральной программы «МИСЕ-карта России», организатор проекта «День МИСЕ в регионах России», преподаватель Российской академии народного хозяйства и государственной службы (РАНХиГС). Наталья Евневич – почетный работник физической культуры, спорта и туризма города Москвы, лауреат Премии города Москвы по туризму. Опыт работы в индустрии событий более 30 лет.

**Ольга Жукова**, исполнительный директор Ассоциации продюсеров кино и телевидения (АПКИТ). Работает в этой должности с 2017 года. Совместно с ведущими продюсерами страны решает ключевые задачи российского кинематографа, в частности, занимается реализацией проекта «Кино России», организацией Премии АПКИТ, а также развитием профильного образования. Карьеру в индустрии начала в телекомпании «РЕН ТВ», работала в издательстве «Семь дней» и группе компаний SMARTactive. Окончила Московский государственный университет, Государственный университет управления, Российскую академию адвокатуры и нотариата.



**Елена Конвисар**, бизнес-трекер, ментор и консультант по B2B-маркетингу и развитию бизнеса. Считает дизайн пространств недооцененным инструментом решения задач продаж, маркетинга, PR, GR, HR и внутрикорпоративных коммуникаций, поэтому основала ЭКСПОшколу, где обучает авторскому методу бизнес-хюгге – созданию нужного для продаж впечатления через опыт пребывания посетителей на мероприятии, выставочном стенде, в репрезентативной зоне офиса, на рабочих местах. В общей сложности за 22 года в профессии спродюсировала и оформила более 500 событий.

**Надежда Кузнецова**, бакалавр программы «Управление мероприятиями» факультета гостеприимства Института отраслевого менеджмента Российской академии народного хозяйства и государственной службы (РАНХиГС). Принимала участие в реализации более 20 разноплановых событийных проектов, от студенческих конференций до международных выставок, реализованных в период с 2019 по 2022 год. С 2022 года – проектный менеджер в Группе компаний «Конкорд».



**Михаил Лапшов**, генеральный директор группы компаний BESTLY. На рынке конгрессно-выставочных услуг работает более 20 лет. В 2002 году возглавил предприятие, которое специализируется на поставках напольного покрытия для стендов, других отделочных и рекламных материалов. Михаил Лапшов является членом совета саморегулируемой организации «Союз выставочных застройщиков» (СРО) и Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ).



**Татьяна Петровская**, юрист с двадцатипятилетним стажем, партнер и основатель компании «EVENT-ЮРИСТЫ». Преподаватель Российской академии народного хозяйства и государственной службы (РАНХиГС), Высшей школе кино и телевидения «Останкино», Event University. Автор курса «Юридические аспекты организации мероприятий», томов «Законодательство» исследований «Культура и культурные индустрии в РФ 2018–2020» и «Культура и культурные индустрии в РФ 2021». Спикер множества специализированных конференций. Автор более сорока публикаций в СМИ.

**Андрей Рудской**, ректор Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, академик Российской академии наук, доктор технических наук, профессор. Автор более 350 научных работ в области материаловедения, основатель научной школы мирового уровня «Новые функциональные материалы, технологии их получения и обработки». Является почетным профессором ведущих университетов мира, а также действительным членом ряда общественных академий России. Награжден орденом «За заслуги перед Отечеством» IV степени, лауреат Премии правительства Российской Федерации в области образования, науки и техники.



**Светлана Смольникова**, соучредитель и генеральный директор компании «Просперити Медиа», директор издательства «Архипелаг». Выпускница философского факультета Московского государственного университета и отделения исламоведения Института стран Азии и Африки при МГУ, культуролог, востоковед. Начинала карьеру в качестве ведущего и главного редактора в издательских домах «Олма-пресс», «Битуби Медиа», МЦФЭР, была директором Клуба финансовых директоров. С 2007 года руководит компанией «Просперити Медиа», которая специализируется на проведении деловых мероприятий для топ-менеджеров, выпуске онлайн-журнала для руководителей, а также обучении детей и взрослых.



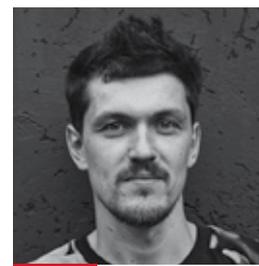
**Сергей Чернышевский**, генеральный директор, сооснователь компаний «СТО Конгресс» и «Мед.студио». Более пятнадцати лет занимается организацией деловых, научных и обучающих мероприятий, а также менеджментом и развитием профессиональных сообществ. В настоящее время его компании специализируются на офлайн- и онлайн-проектах для медицинской сферы. По итогам 2021 года под его руководством было проведено более 300 мероприятий, а также порядка 1500 вебинаров для профильных специалистов.

**Елена Четыркина**, руководитель департамента маркетинга Выставочного научно-исследовательского центра (ВНИЦ) R&C. В событийной индустрии 25 лет. Председатель учебно-методического комитета Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ). С 2017 по 2020 год – председатель комитета по маркетингу Всемирной ассоциации выставочной индустрии UFI. Эксперт премии по маркетингу UFI. Амбассадор международного клуба экспертов выставочной индустрии и программы по восстановлению индустрии. Член Организационного комитета Евразийского Ивент Форума (EFEA).



**Алексей Чуваев**, заместитель генерального директора Выставочного научно-исследовательского центра (ВНИЦ) R&C, единственной компании в России, занимающейся исследованиями и аналитикой в области событийной индустрии, регионального маркетинга и управления выставочно-конгрессными площадками. Руководит проектной группой по разработке ежегодного Рейтинга событийного потенциала регионов России. В отраслевом маркетинге с 2000 года. С 2003 по 2016 год возглавлял департамент маркетинга Группы предприятий «РЕСТЭК».

**Иван Ягода**, художник, продюсер и основатель бюро стрит-арта «Такнадо». Занимается созданием работ и продвижением уличного искусства более 15 лет. Иван Ягода – автор серии арт-объектов в разных странах мира. В число клиентов его бюро входят компании «Газпромнефть-Аэро», «АЛРОСА», Aviasales, Leroy Merlin, «Мега» и прочие. Работы художников «Такнадо» можно увидеть на улицах Новосибирска, Кемерово, Томска, Омска, Красноярска и других городов России. Иван Ягода – куратор фестиваля «Окрашено». В последние два года мероприятие проходит в поселке Шерегеш Кемеровской области.



Приглашаем  
в Telegram-канал



# ВНИЦ. Аналитика

Важные цифры, интересные факты  
и последние тренды для ивент индустрии  
и делового туризма со всего света

**@event\_analytics**



ВЫСТАВОЧНЫЙ  
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ЦЕНТР



## ОБЪЕКТ ОЛИМПИЙСКИХ ИГР СТАНЕТ ВЫСТАВОЧНЫМ ЦЕНТРОМ

Гимнастический комплекс, возведенный в Токио к Олимпиаде-2020, перестраивают в павильон для проведения выставок. Новый объект расположен рядом с международным выставочным центром Tokyo Big Sight. Площадь первого этажа составляет 36 500 м<sup>2</sup>, ее четвертая часть предназначена для экспозиций. Официальное открытие выставочного павильона запланировано на 2023 год. Оператором площадки станет компания Fira Tokyo Big Sight Inc.



## ДОРОЖНАЯ КАРТА ДЛЯ РАЗВИТИЯ КОНГРЕССОВ И ВЫСТАВОК

Правительство Российской Федерации 16 июля утвердило дорожную карту развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в стране до 2025 года. Разработанный документ содержит 15 мероприятий, в число которых входят создание современной конгрессно-выставочной инфраструктуры, финансовая поддержка и упрощение таможенных процедур для партнеров из дружественных стран. До конца 2022 года планируется оценить действующее законодательство в сфере организации конгрессов и выставок.



## УТВЕРЖДЕН ГОСТ ДЛЯ КОНГРЕССНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Приказом Росстандарта 27 июля утвержден ГОСТ Р 70216-2022 «Конгрессная деятельность». Стандарт устанавливает основные положения в области конгрессной деятельности. Основные положения документа были разработаны Российским союзом выставок и ярмарок (РСВЯ), Выставочным научно-исследовательским центром (ВНИЦ) R&C и внесены Техническим комитетом по стандартизации ТК 163 «Выставочная, ярмарочная и конгрессная деятельность».

## РОСТУРИЗМ ПОДДЕРЖИТ ПРОЕКТЫ ПО ОБУСТРОЙСТВУ ТУРИСТИЧЕСКИХ ЦЕНТРОВ

Федеральное агентство по развитию туризма объявило 2 августа первые результаты конкурса на обустройство туристических центров городов. Поддержку получит 31 проект на общую сумму в 6 млрд рублей. Новая мера доступна как для небольших муниципальных образований с населением от 5000 жителей, так и для городов с населением до 2 000 000 человек. На конкурс поступило 85 заявок от 56 субъектов Российской Федерации. Средняя сумма поддержки одной заявки составила 194 млн рублей.



## НОВАЯ АРЕНА ДЛЯ СОБЫТИЙ В СИБИРИ

В Омске открылся спортивно-развлекательный комплекс «G-Drive Арена». На площадке 22 сентября прошел первый хоккейный матч с участием команд «Омские Ястребы» и «Сибирские Снайперы». Он стал тестовым для спортсменов, зрителей и всех служб комплекса. Кроме хоккейных игр на арене запланированы выступления фигуристов и концерты звезд. Комплекс вмещает 12 000 зрителей. Одно из новшеств «G-Drive Арена» – киберспортивный клуб.



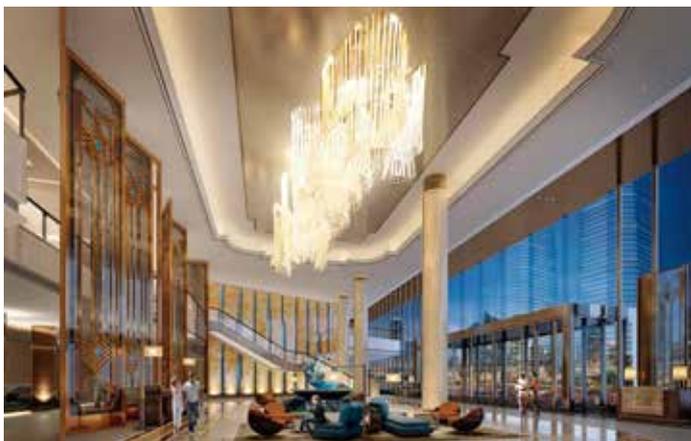
## УТВЕРЖДЕН ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ ПО РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА В РОССИИ

Правительство России утвердило план мероприятий по реализации стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. Создание современной инфраструктуры, продвижение качественного туристического продукта и повышение доступности поездок для всех жителей страны – эти и другие задачи предстоит решить в рамках плана мероприятий по реализации Стратегии развития туризма в России до 2035 года. План включает более 65 мероприятий и содержит комплекс мер государственной поддержки отрасли. В их числе финансирование регионов для развития туристических кластеров, льготное кредитование инвестиционных проектов по созданию необходимой инфраструктуры, выделение грантов бизнесу на строительство и реконструкцию гостиниц, поддержка развития сельского и экологического туризма и другое.



## ИНДЕКС ВОВЛЕЧЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНЫХ АССОЦИАЦИЙ – 2022

Агентство по коммуникации и маркетингу MCI объявило о публикации Association Engagement Index в ноябре 2022 года. В подготовке индекса принимают участие более 60 профессиональных сообществ и торговых ассоциаций различных отраслей по всему миру. В ежегодном исследовании дается оценка работы международных ассоциаций по поддержанию вовлеченности членов объединений. Индекс формируется из показателей эффективности деятельности сообществ, устойчивости связей внутри организаций на основе отзывов их членов.



## КОНГРЕСС-ОТЕЛЬ ПРЕМИУМ-КЛАССА ОТКРЫЛСЯ В МОСКВЕ

Китайская гостиничная сеть Soluxe Hotel вышла на российский рынок. На северо-востоке Москвы 30 сентября открылся конгресс-отель Soluxe Hotel Moscow. Новая гостиница претендует стать крупнейшей среди конгресс-отелей премиального сегмента в России. Общая площадь конференц-зоны Soluxe Hotel Moscow на двух уровнях – более 4500 м<sup>2</sup>. Конференц-пространства включают 15 залов разных размеров и конфигураций, площадь главного балльного зала составляет 900 м<sup>2</sup>. Из клубной гостиной на двадцатом этаже отеля гости увидят аутентичный китайский парк, Ботанический сад, ВДНХ и Останкинскую телебашню.

По материалам: [government.ru](http://government.ru), [tourism.gov.ru](http://tourism.gov.ru), [event-live.ru](http://event-live.ru), [gdrive-arena.ru](http://gdrive-arena.ru), [mci-associationengagement.com](http://mci-associationengagement.com)

# ДОРОЖНАЯ КАРТА – СТИМУЛ ДЛЯ ИНТЕНСИВНОГО РАЗВИТИЯ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



## АВТОР:

*Александр Стуглев,  
председатель правления, директор Фонда Росконгресс*

В июле председатель правительства Российской Федерации Михаил Мишустин подписал распоряжение № 1957-р об утверждении дорожной карты развития конгрессно-выставочной деятельности до 2025 года. Главная цель документа – восстановление потенциала развития отрасли после отмены коронавирусных ограничений. В документе определены основные болевые точки, на которые предлагается обратить внимание как государства, так и общественных структур. Всего в него вошли 15 задач самого разного содержания: от исследований в отрасли до разработки дополнительных мер финансовой поддержки и законодательного регулирования в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности. Исполнение плана мероприятий поручено заинтересованным государственным ведомствам и организациям.

Особое место в дорожной карте занимают предложения по целесообразности и возможным формам введения персонифицированных карт для иностранных участников выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий, проводимых в России. В 2022 году экспертами Фонда Росконгресс была разработана система EXPO ID, успешно примененная на завершившихся Петербургском международном экономическом форуме, Петербургском международном юридическом фору-

ме и Восточном экономическом форуме. В рамках этой системы был введен новый тип документа, подтверждающий право аккредитованного участника мероприятия получить российскую визу, сесть в самолет и прибыть на территорию страны. Убежден, что внедрение карт постоянных участников EXPO ID для зарубежных организаций и их представителей – важный шаг в упрощении деловой коммуникации. Ожидаемым результатом станет упрощение процесса выдачи виз и других мероприятий, организуемых для иностранных экспонентов в целях повышения привлекательности участия в выставках и конгрессах, проводимых на территории Российской Федерации.

Еще одним важным пунктом дорожной карты является разработка профессионального стандарта для событийной индустрии. Подбор квалифицированного персонала для отраслевых компаний сегодня стал одной из самых сложных проблем. Актуальность этого вопроса связана, прежде всего, с отсутствием системного подхода в нашей стране к обучению таких специалистов. В мировой практике сложилось два основных метода подготовки специалистов, работающих в событийном бизнесе:

- академические программы при университетах и бизнес-школах с получением диплома;
- программы дополнительного образования с выдачей сертификатов, подтверждающих владение конкретным набором компетенций.

Сегодня в России имеются единичные программы обучения, есть учебники, проводятся семинары по выставочному менеджменту, в ряде вузов ведется преподавание выставочного дела в рамках других профессий, но до последнего времени единый стандарт подготовки специалистов такого рода отсутствовал. Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации № 612н от 9 ноября 2016 года утвержден профессиональный стандарт «Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок». Однако специалисты Фонда Росконгресс активно принимают участие в различных обучающих семинарах, консультациях и всегда открыты любым предложениям по обмену опытом.

Сегодня широкое распространение получил термин параллельный импорт. В рамках документа также внесено

предложение по уточнению порядка временного ввоза товаров, необходимых для организации и проведения в России выставочно-конгрессных мероприятий. Надо принимать во внимание, что сейчас в отечественной событийной индустрии работает более 4500 юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. С ними взаимодействуют около 82 000 компаний, оказывающих сопутствующие услуги. В конгрессно-выставочной сфере заняты порядка 20 000 штатных сотрудников. Безусловно, для качественной работы всех этих специалистов требуется продукция, которая не производится в России в полном объеме. На мой взгляд, для нашей отрасли критически необходимы отечественные ИТ-решения.

Фонд Росконгресс уже несколько лет использует российские программы для работы с участниками и для хранения данных. В связи с уходом из России ряда компаний мы заключили договоры с отечественными производителями. Однако такой опыт есть далеко не у всех организаторов мероприятий. Часть продукции может, да и, в принципе, должна быть заменена российскими аналогами. В сфере организации питания, сервисов ситуация в отрасли в целом стабильная и позволяет нашим компаниям наращивать производство, представлять свои бренды на международной арене.

Согласованная дорожная карта – это важный шаг в разработке и принятии Закона о регулировании конгрессно-выставочной деятельности. Во время коронавирусных ограничений в 2020–2021 годах выставки и конгрессы были автоматически причислены к массовым мероприятиям. В этот период действовали запреты на проведение событий как с посетителями, так и

без них. Для многих некрупных организаторов такие ограничения привели к колоссальным убыткам и поставили компании на грань выживания. Именно поэтому в законе необходимо четко отметить многие важные аспекты: определить цели и пути выделения бюджетных средств, права и обязанности участников выставок; обозначить вопросы господдержки и государственно-частного партнерства.

По данным Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ), в 2021 году снижение объема выручки конгрессно-выставочной индустрии в мире составило 45%, а в Российской Федерации – 35%. Полагаю, что в 2022 году эти показатели будут значительно лучше. Фонд Росконгресс уже провел крупнейшие конгрессно-выставочные мероприятия страны. Представительные делегации приняли участие в работе Петербургского международного экономического форума, Петербургского международного юридического форума, Восточного экономического форума и ряде других событий. Я убежден, что сегодня востребованность проведения как крупных форумов, так и отраслевых мероприятий будет возрастать.

Организация конгрессов и выставок – это прежде всего создание эффективной площадки для знакомства и общения предпринимателей, представителей власти, ученых и общественных деятелей. Бизнесу необходимо искать новых поставщиков, оперативно реагировать на вызовы, связанные с изменением мировых логистических маршрутов, переориентировать каналы сбыта и многое другое. Именно событийная индустрия является ключевым инструментом в решении таких бизнес-задач. ■

#### МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ СОБЫТИЙНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ

1. Разработка федерального Закона о конгрессно-выставочной деятельности.
2. Закрепление понятия «конгрессно-выставочные мероприятия».
3. Разработка мер финансовой поддержки компаний конгрессно-выставочной отрасли.
4. Создание персонифицированных карт EXPO ID.
5. Утверждение Стратегии развития конгрессно-выставочной отрасли до 2030 года.
6. Совершенствование национальной системы стандартизации конгрессно-выставочной деятельности.
7. Расширение видов деятельности по коду 82.30 ОКВЭД.
8. Статистическое наблюдение за развитием конгрессно-выставочной отрасли.
9. Разработка профессионального стандарта в сфере конгрессно-выставочной деятельности.
10. Развитие делового туризма в России.
11. Определение перечня международных деловых мероприятий для привлечения их в Россию.
12. Регулярное исследование событийного потенциала российских регионов.
13. Проведение конкурсов под эгидой правительства России на присуждение премий в конгрессно-выставочной отрасли.
14. Уточнение порядка временного ввоза иностранных товаров для проведения конгрессно-выставочных мероприятий в России.
15. Создание и развитие современной конгрессно-выставочной инфраструктуры.

Источник: Распоряжение правительства РФ № 1957-р от 16 июля 2022 г.

# ПРИМОРСКИЙ КЛОНДАЙК, ИЛИ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ

**АВТОР:**

*Сегид Заремуков,  
директор Национального конгресс-бюро*

Как солнце безусловно встает на востоке, так и осенний деловой сезон традиционно знаменуется проведением во Владивостоке Восточного экономического форума. Для Национального конгресс-бюро это событие является одним из ключевых. И мы рады, что в 2022 году вместе с нами в программе мероприятий Восточного экономического форума приняли участие представители компаний – членов Ассоциации «Национальное конгресс-бюро». Ведь как было отмечено на площадке мероприятия, поездка на Дальний Восток – это путешествие мечты. И действительно регион продолжает удивлять и вдохновлять, обладая огромным туристическим и событийным потенциалом.

Прежде всего необходимо отметить: именно на площадке Восточного экономического форума впервые с 2015 года прошло заседание президиума Госсовета на тему поддержки туристической индустрии в России. На нем президент страны обсудил с губернаторами и членами правительства развитие отрасли. Глава государства отметил важность создания качественных, современных, доступных туристических продуктов и услуг, формирования широкого спроса на них, а также развития туристической инфраструктуры и логистики.

Внутренний туризм в России с каждым годом становится все более востребованным и, по оценке Министерства экономики и развития, к 2030 году отечественный турпоток должен вырасти в два раза. Однако, по мнению экспертов и представителей власти, потенциал некоторых регионов, в частности, Дальнего Востока, не полностью раскрыт из-за инфраструктурных ограничений и отсутствия качественного предложения. В то же время туризм для этого региона – один из драйверов развития. Мультипликативный эффект, оказываемый туризмом на другие отрасли экономики, превышает аналогичный показатель в других субъектах Российской Федерации. Это касается и новых рабочих мест, формируемых за счет туризма.

В рамках панельной сессии «Путешествие на Восток: возможности для инвесторов и туристов» участники предложили скорректировать программу туристического кешбэка, активнее включать дальневосточные регионы в федеральные программы поддержки туризма, строить в городах парки развлечений. Обсуждалось также развитие круизного туризма, который может стать визитной карточкой имеющих выход к морю регионов Дальнего Востока.

А что же предлагает регион для ивент индустрии и делового туризма? Благодаря своему географическому положению Дальний Восток обладает всеми возможностями, чтобы стать крупным событийным хабом в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Важно использовать геоэкономические, экспортные и транспортные особенности территории. Развитие конгрессно-выставочной деятельности в регионе будет способствовать укреплению международного торгово-экономического сотрудничества России со странами Азиатско-Тихоокеанского региона. Возможно организовать новые логистические цепочки, использовать научный, промышленный и событийный потенциал Приморского края. Поэтому развитие здесь деловой и событийной индустрии важно для продвижения регионов Дальнего Востока и привлечения инвестиций.

На площадке Восточного экономического форума Национальное конгресс-бюро совместно с партнерами взаимодействовало с рядом дальневосточных

регионов. Например, было подписано соглашение о сотрудничестве с правительством Республики Саха (Якутия), основной целью которого является развитие территории как центра делового и событийного туризма, формирование новых проектов ее популяризации. Стратегию развития конгрессно-выставочной деятельности в Приморье обсудили с министром промышленности и торговли Приморского края совместно с коллегами из Российского союза выставок и ярмарок.

Состоялось обсуждение перспективных проектов по развитию событийной индустрии и проведению мероприятий в регионе с Министерством туризма Камчатского края. Камчатка – давний партнер Национального конгресс-бюро. Именно для этого региона был создан первый Событийный паспорт. Туристический, промышленный и гастрономический потенциал Камчатки лег в основу новых идей и перспективных проектов.

К примеру, для проведения деловых мероприятий на Камчатке можно рассматривать такие направления, как вулканология, океанология, сейсмология, орнитология, морское и рыбное хозяйство. По оценке специалистов Национального конгресс-бюро, количество участников конгрессных мероприятий по вышеуказанным темам может составить свыше 14 тысяч человек. Это может принести дополнительный экономический эффект – более 400 млн рублей.

К таким мероприятиям можно отнести следующие события:

- Генеральная ассамблея Международной ассоциации сейсмологии и физики недр Земли (IASPEI) с 2300 участниками. Она способствует изучению землетрясений, сейсмических источников, а также внутренней структуры планеты. Событие проходит раз в два года.
- Международный семинар «Механика горных пород и инженерной геологии вулканических полей» (RMEGV). Конференция по исследованиям, связанным с решением инженерных проблем, вызванных вулканическими полями, собирает более 150 участников.
- Всемирный конгресс Международной ассоциации рыбных инспекторов (IAFI). Организация представляет мировое сообщество по инспекции рыбы, помогая поставлять качественные легкодоступные морепродукты и связанное с ними продовольствие для продажи на глобальном рынке. В конгрессе принимают участие до 700 делегатов.
- Форум морских и рыбных университетов Азии (AMFUF) содействует обмену информацией и знаниями между представителями азиатских научных институтов, специализирующихся в области морского и рыбного хозяйства, и дальнейшем развитии меж-

дународного сотрудничества в сфере образования и научных исследований морского и рыбного хозяйства. В события принимают участие ученые из 60 университетов стран Азии.

Международная повестка, безусловно, не исчерпывается данными мероприятиями, и работа в этом направлении уже ведется. Если не ограничиваться конгрессами международных ассоциаций, то специфика дальневосточного рыболовства, рыбопереработки и судостроения позволяет сформировать собственные события.

---

### *Дальний Восток обладает всеми возможностями, чтобы стать крупным событийным хабом в Азиатско-Тихоокеанском регионе.*

---

Но что еще, помимо мероприятий и бизнес-повестки, получает деловой турист на Дальнем Востоке? Вместе с членами делегации Национального конгресс-бюро мы выяснили, что Приморский край предлагает постконгрессные активности. Конечно, это культурная программа, включая возможность попасть на Приморскую сцену Мариинского театра и в Музей истории Дальнего Востока имени В. К. Арсеньева. Это интереснейшие авторские экскурсии по столице Приморья, открывающие Владивосток с неожиданной стороны, поездки по природным достопримечательностям, которые являются визитной карточкой края. Это путешествие на остров Русский и мыс Тобизина, где можно увидеть загадочный лабиринт и великолепные морские панорамы, посетить ферму морепродуктов и удивительную бухту Стеклопанная. Это поездки на южную оконечность региона – полуостров Гамова, где встречаются скалистые берега, дикие сосны, уютные бухты, лазурное теплое море и загадочный остров Томящегося сердца. А с гастрономической картой региона можно познакомиться на кулинарных мастер-классах, который проводит «Школа дальневосточной кухни».

Посетив хотя бы некоторые достопримечательности, можно убедиться в том, что Дальний Восток – это Приморский Клондайк, который ждет старателей, которые раскроют его туристический и событийный потенциалы. ■

# СОБЫТИЙНЫЙ РЫНОК РОССИИ. ИТОГИ 2021 ГОДА

Выставочный научно-исследовательский центр (ВНИЦ) R&C представил актуальную информацию о событийном рынке России по итогам 2021 года. Материал подготовлен ВНИЦ R&C на основе данных официальной финансовой отчетности действующих компаний событийной отрасли, зарегистрированных по коду ОКВЭД 82.30.

**182,1**  
млрд рублей

объем событийного рынка в 2021 г. (+40% к 2020 г. – эффект низкой базы, ниже уровня 2018 г.)

**2901**

действующая компания (+8% – динамика к 2020 г.)

**5,5%**

доля иностранных компаний

**19 768**

количество штатных сотрудников компаний (-3% – снижение к 2020 г.)

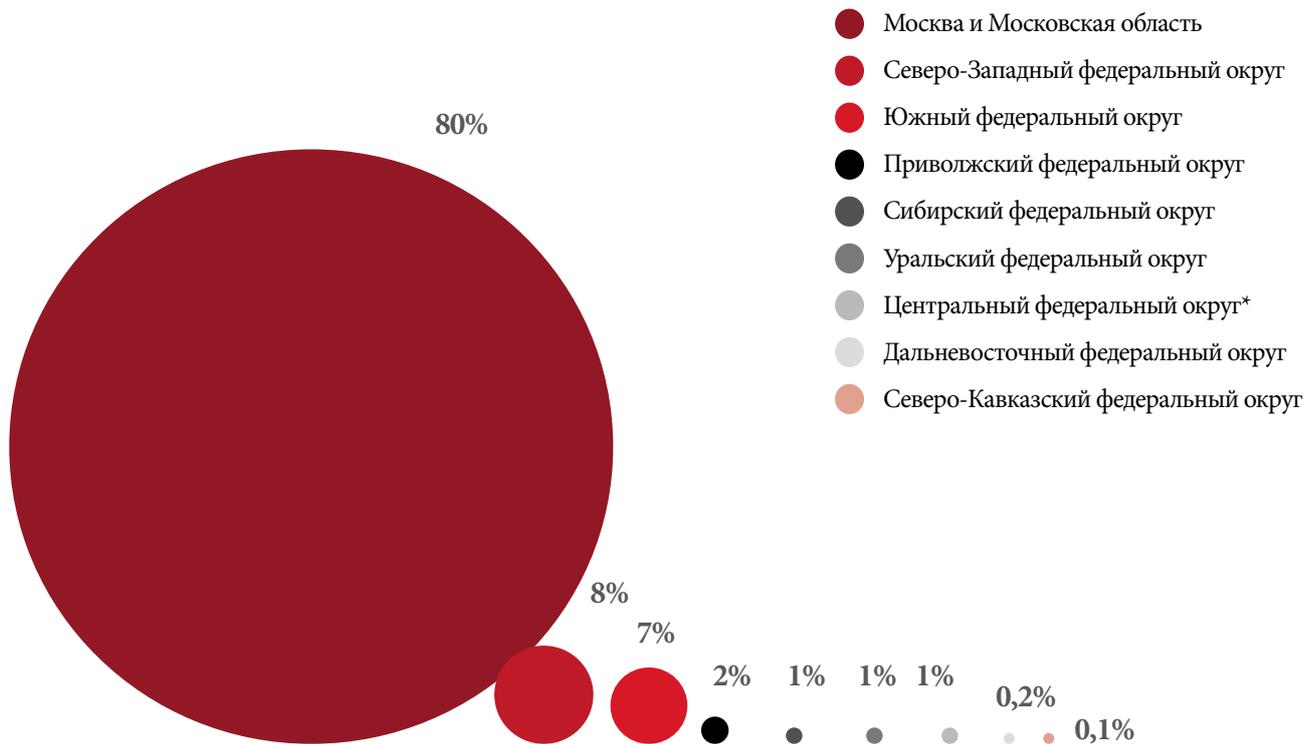
## РЕГИОНЫ – ЛОКОМОТИВЫ РОСТА СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ В ФЕДЕРАЛЬНЫХ ОКРУГАХ ДОЛИ РЕГИОНОВ ПО КОЛИЧЕСТВУ КОМПАНИЙ

Регион	Доля в %
<b>Центральный федеральный округ</b>	
Москва и Московская область	50
Владимирская область	0,3
Тульская область	0,2
<b>Северо-Западный федеральный округ</b>	
Санкт-Петербург и Ленинградская область	14
Калининградская область	0,6
Мурманская область	0,2
<b>Уральский федеральный округ</b>	
Свердловская область	3
Тюменская область	0,3
Ханты-Мансийский автономный округ	0,9
<b>Южный федеральный округ</b>	
Краснодарский край	2,9
Ростовская область	1,7
Республика Крым	0,7

Регион	Доля в %
<b>Приволжский федеральный округ</b>	
Республика Татарстан	2
Нижегородская область	1,5
Республика Башкортостан	1
<b>Северо-Кавказский федеральный округ</b>	
Ставропольский край	0,9
Республика Дагестан	0,3
Республика Северная Осетия – Алания	0,09
<b>Сибирский федеральный округ</b>	
Красноярский край	1,7
Омская область	0,5
Кемеровская область	0,3
<b>Дальневосточный федеральный округ</b>	
Приморский край	0,9
Забайкальский край	0,09
Камчатский край	0,09

Источник: ВНИЦ R&C, 2022 г.

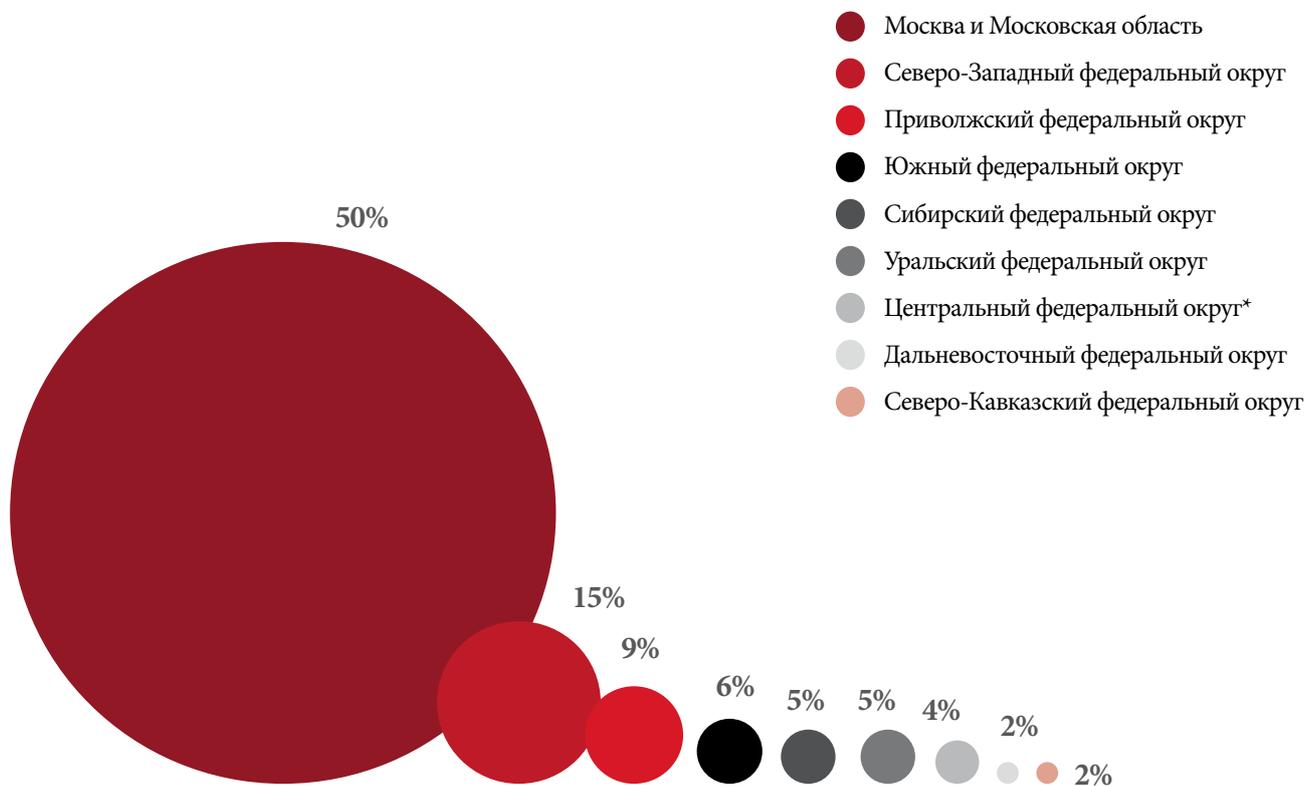
ДОЛИ ПО ОБЪЕМУ ВЫРУЧКИ КОМПАНИЙ В 2021 ГОДУ



\*без учета Москвы и Московской области

Источник: ВНИЦ R&C, 2022 г.

ДОЛИ ПО КОЛИЧЕСТВУ КОМПАНИЙ В 2021 ГОДУ



\*без учета Москвы и Московской области

Источник: ВНИЦ R&C, 2022 г.

# САНКТ-ПЕТЕРБУРГ: ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКОГО И ДЕЛОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОРОДА

**АВТОР:**

*Сергей Азаренков,  
генеральный директор  
Конгрессно-выставочного бюро  
Санкт-Петербурга*

Санкт-Петербург по праву считается одним из ведущих деловых и туристских центров. Несмотря на вызовы 2022 года, город на Неве имеет достаточно инструментов для достойного решения всех задач. Надежным помощником в этом деле является Конгрессно-выставочное бюро, подведомственное учреждение Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга, цель которого – продвижение туристского и делового потенциала города.

В Санкт-Петербурге конгрессно-выставочная деятельность доказала свою состоятельность с точки зрения продвижения дестинации, позиционирования Северной столицы России как активного участника международной экономической деятельности.

Ежегодно конгресс-бюро города не только обеспечивает участие региона в международных туристических выставках в России и за рубежом, но и проводит большую работу по привлечению в Санкт-Петербург международных ротируемых мероприятий.

К сожалению, в 2022 году проведение многих конгрессов было отложено из-за международной ситуации. Мы понимаем, что сегодня необходимо искать принципиально новые подходы, расширять тематику мероприятий, географию участников. В настоящий момент активно идут переговоры с представителями стран БРИКС, Ближнего Востока и Азии, заинтересованными в сотрудничестве с российскими партнерами.

Деловые мероприятия хоть и перенесены, но должны состояться, поэтому всем участникам рынка надо готовиться к событию сейчас. Совместно с Комитетом по развитию туризма мы предпринимаем целый ряд шагов, чтобы отрасль как можно быстрее восстановила свои позиции. Один из них – запуск единой информационной кампании по продвижению города на международной арене под лозунгом «Посетите Петербург», включающей выставки, роуд-шоу и другие мероприятия. В августе и сентябре 2022 года мы успешно представили город на крупнейших туристических выставках в Гонконге (Китай), Вьетнаме и Индии, совокупный охват которых составил более 100 000 участников со всего мира. Такой инструмент в дальнейшем может сыграть немаловажную роль в развитии бизнес-туризма, создав комфортные условия для привлечения в город деловых путешественников, в том числе в рамках авторитетных международных конгрессов.

Ведется работа по импортозамещению и налаживанию новых деловых связей с другими регионами России. Конгресс-бюро совместно с амбассадорами города активно занимается привлечением в Санкт-Петербург национальных ротируемых мероприятий. Так, летом в городе успешно прошла привлеченная совместно

с амбассадором Санкт-Петербурга Михаилом Фирсовым конференция Российского нейрохимического общества RusNeuroChem 2022, а в октябре состоится X Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Центральные механизмы речи» имени проф. Н. Н. Трауготт. Кроме того, ведется активная подготовка к приему в 2023 году XIII Всероссийского съезда по фундаментальным проблемам теоретической и прикладной механики. Символично, что мероприятие, проводимое с 1960 года, впервые состоится в Санкт-Петербурге в преддверии 300-летия Российской академии наук, зародившейся в городе на Неве.

Развитие межрегионального сотрудничества и национального конгрессно-выставочного рынка на основе свободной конкуренции городов-дестинаций – серьезный вызов для отечественной индустрии, оказавшейся в условиях беспрецедентных санкций. До настоящего времени в России конкурсная система проведения национальных конгрессов и конференций отсутствовала. Конгрессно-выставочное бюро в целях дальнейшего развития отрасли видит необходимость усилить работу в данном направлении, опираясь на сотрудничество с национальными отраслевыми ассоциациями и Национальным конгресс-бюро. Так, появление конкурсной системы проведения национальных конгрессов и конференций в России не только поможет регулировать динамику внутренних туристских потоков, но и будет способствовать повышению уровня вовлеченности отечественных деловых сообществ в выработку практико-ориентированных решений в области государственного управления, росту эффективности и укреплению отечественного конгрессно-выставочного рынка. ■

# МЕЖДУНАРОДНОЕ КОММЕРЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В НОВЫХ УСЛОВИЯХ



## АВТОР:

*Михаил Лапишов,  
генеральный директор  
группы компаний BESTLY*

Мир изменился – это не общие слова, а реальность, коснувшаяся многих. Имея двадцатилетний опыт ведения бизнеса с различными международными производственными компаниями в странах Европы, я могу уверенно сказать, что личная встреча и устная договоренность всегда имели больше шансов на успех и прочность отношений, нежели бездушные контракты, подписанные после обмена сообщениями по почте. В нынешней ситуации стало понятно, что слов и безупречной репутации уже недостаточно, так как все существующие договоренности могут быть разрушены в одночасье или поставлены под сомнение волею одного клерка, который близко к сердцу принял последние новости, повлиявшие на принятие решений. Необходимо понимать, что при формировании международных коммерческих взаимоотношений сегодня на весах бизнеса в одной чаше лежат выгода и получение прибыли, а в другой – уважение мнения. При этом оппонент не всегда готов привести аргументы в защиту своей позиции, что тоже надо учитывать.

Мой личный опыт показывает: любое коммерческое сотрудничество имеет несколько основ, которые создают и поддерживают установленный баланс. Одна из них – это безусловная и обоюдная финансовая выгода сотрудничества. Другая – взаимное уважение сторон. Любой совместный бизнес обречен на провал, если даже при явной прибыльности проекта одна из сторон проявляет нетерпимость, неуважение мнения, действий делового партнера или контрагента.

Международное сотрудничество коммерческих организаций и построение взаимоотношений никогда не было простым делом. Сейчас сотрудничество разделилось на несколько категорий. Первая из них – стремление к сохранению ранее существующих взаимоотношений. В этой группе оказалось большинство наших контрагентов. Обе стороны не скрывают своих истинных задач, целей и намерений, готовы продолжать сотрудничество на прежнем уровне взаимного уважения и доверия, но европейцы дают понять, что вынуждены оглядываться на различные рекомендации со стороны таможенных органов Евросоюза, банков и разных структур, контролирующих их деятельность. При этом таких партнеров не беспокоит общественное мнение, так как у них есть весомые аргументы. Сегодня в странах Евросоюза мы сталкиваемся с различными трактовками правил, связанных с предоставлением подтверждающих документов, банковских требований, часто граничащих с абсурдом... Но терпение и еще раз терпение: наши западные партнеры все понимают, поддерживают и максимально нам помогают.

Вторая категория – компании, категорически отказывающиеся не

только продолжать работать, но и общаться. Полное отсутствие диалога после односторонней декларации своего особого мнения. Удивительно, но среди наших многолетних партнеров нашлись три компании, которые пошли таким путем. При этом мы со своей стороны прикладывали максимальные усилия для диалога, но, не найдя точек соприкосновения, были вынуждены отступить. С сожалением могу сказать, что вернуться на рынок России у них вряд ли получится, так как мы не можем допустить столь неуважительное отношение к нашим клиентам, компании и тому колоссальному количеству усилий, которые мы все вместе предпринимали, продвигая и популяризируя их продукт. Прерывание или возобновление контактов в одностороннем порядке – не метод для построения нормальных и устойчивых взаимоотношений. Мы уважаем их мнение, но в свою очередь требуем уважать и наше.

Третья категория – новые контакты и сотрудничество. За полгода мы провели более десяти переговоров и подписали восемь контрактов с производителями из Европы, Западной и Восточной Азии. Естественно, у новых контрагентов есть ряд опасений и вопросов по сотрудничеству, но мы всегда придерживаемся простого правила – открытость для полноценного диалога и общения.

У нас в запасе много опыта и терпения. Мы готовы обсуждать различные аспекты сегодняшнего и будущего сотрудничества с партнерами. Конечно, всегда трудно признавать собственные ошибки, допущенные из-за принятия скоропалительных решений. Но я уверен, что пройдет совсем немного времени и все будет расставлено по своим местам. ■



# Event **LIVE**

## теперь и в Telegram!

Шпаргалки, мнения экспертов и аналитика от портала Event LIVE. Новости и анонсы ивент рынка, отраслевые события и промокоды

**@event\_live\_ru**





## О ГЛАВНОМ

- 22** Наши университеты. Вузы как участники событийной отрасли
- 30** Вузы на событийной карте России

# ИСТОРИЯ СОБЛОЖКИ

## КЕЙС

- 32** Дискуссионные площадки: от слов – к делу
- 36** Скрытые ресурсы: студенты как волонтеры на мероприятии

## ОПЫТ

- 38** Разные школы: организация событий в российских и зарубежных вузах



# НАШИ УНИВЕРСИТЕТЫ. ВУЗЫ КАК УЧАСТНИКИ СОБЫТИЙНОЙ ОТРАСЛИ

## АВТОРЫ:

**Елена Четыркина,**  
руководитель департамента  
маркетинга ВНИЦ R&C,  
председатель учебно-методического  
комитета Российского союза выставок  
и ярмарок (РСВЯ)

**Алексей Чуваев,**  
заместитель генерального  
директора Выставочного  
научно-исследовательского  
центра (ВНИЦ) R&C

## ФОТО:

архив мероприятий Фонда Росконгресс,  
Столыпин-форума, Красноярского  
экономического форума

*Высшие учебные заведения сегодня являются полноценными игроками событийной индустрии и могут составить конкуренцию профессиональным организаторам мероприятий. Во всем мире в стенах университетов проходят как научно-практические, студенческие, так и деловые конференции, форумы и съезды. В то же время вузы выступают инициаторами и организаторами некоторых из этих мероприятий, таким образом, академические площадки становятся частью событийной экосистемы и полноценными участниками ивента индустрии.*

## ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ

Первые университеты в мире появились в XIII веке. В России классические образовательные учреждения были основаны в XVIII веке. Важные решения об их учреждении и управлении принимались на высшем уровне. Поэтому отечественные университеты назывались императорскими. В Российской империи было 12 таких учебных заведений. Сегодня некоторые из них находятся на территории других государств. В нашей стране действуют пять бывших императорских университетов: в Москве, Санкт-Петербурге, Казани, Саратове и Томске. Старейшими вузами признаны Санкт-Петербургский государственный университет, учрежденный 28 января 1724 года указом Петра I, и Московский государственный университет, основанный 25 января 1755 года Елизаветой Петровной.

Когда в XVIII веке открывались академические учреждения, то вряд ли их основатели предполагали, что в этих стенах будут проходить международные конференции, университеты станут не только храмом науки и образования, но и сами начнут проводить в них деловые мероприятия, выступая не только

как организаторы, но и в качестве и площадки события.

Современный университет – это не просто учебное заведение, где идет активный обмен знаниями между преподавателями и студентами. Это многофункциональная площадка для более широкого круга участников коммуникационных процессов. Во многих странах вузы выступают местом организации деловых мероприятий.

Роль академических площадок как территории для проведения научных конгрессов ассоциаций и в целом конгрессных мероприятий отраслевых ассоциаций по-прежнему растет. По данным Международной ассоциации конгрессов и конференций ICSSA, 26% всех ротируемых мероприятий ассоциаций в мире в 2021 году прошли в университетах. В России данный показатель за этот же период составил 43,8%. В среднем в различных странах в вузах проводится от 24 до 28% всех конгрессных мероприятий ассоциаций. В 2017 году в мире почти треть таких мероприятий прошла на академических площадках. Сегодня это абсолютный рекорд [1].

В России показатель проведения деловых мероприятий ассоциаций в последние годы превышал обще-

мировую тенденцию, и в 2019 году половина всех российских ротируемых конгрессов ассоциаций прошла на территории вузов (54%). Однако ситуация изменилась из-за появления в мире коронавируса. Постпандемийный показатель проведения мероприятий на академических площадках в мире резко упал, что связано с введенными ограничениями, то же произошло и в России. Но в 2021 году было отмечено небольшое восстановление рынка [1].

## УНИВЕРСИТЕТЫ КАК ПЛОЩАДКИ ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ

Университеты являются источниками знаний и информации во многих областях и могут служить отличной площадкой для проведения деловых мероприятий по всем направлениям экономической, социальной и политической деятельности. Это обстоятельство иногда организаторы упускают из вида. На территории вузов могут также проводиться как деловые, корпоративные мероприятия, в том числе федерального, международного уровней, так и спортивные, развлекательные события, фестивали, концерты для различного количества участников.

### ДОЛЯ РОТИРУЕМЫХ МЕРОПРИЯТИЙ АССОЦИАЦИЙ, СОСТОЯВШИХСЯ В ВУЗАХ В РОССИИ И МИРЕ



Источник: ICSSA, 2021 г.

Академические площадки могут быть расположены в самом кампусе, в центре города или в местах, имеющих историческое, научное и культурное значение. По статусу мероприятия могут подразделяться на международные, всероссийские, региональные, а также на межвузовские и внутривузовские.

Так, в 2014-м и 2015 годах на площадках МГИМО, МГУ, Российского университета дружбы народов и Национального исследовательского технологического университета МИСиС проходили Мировой университетский саммит и Глобальный университетский саммит стран БРИКС [6]. Университетский форум Россия – АСЕАН, организованный Московским государственным институтом международных отношений в партнерстве с Дальневосточным федеральным университетом, состоялся на территории кампуса ДВФУ [7].

Некоторые академические площадки обладают многофункциональными инновационными телевизионными техническими центрами, которые в своих студиях позволяют проводить

деловые мероприятия в гибридном формате, самыми современными конференц-залами и всеми новейшими аудио-, видеотехнологиями. Например, в 2022 году Гайдаровский форум прошел в объединенном телевизионном формате: эксперты вели дискуссии в специально оборудованных студиях на площадке центрального кампуса Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС), участники наблюдали за ходом обсуждений онлайн на официальном сайте события и в социальных сетях [8].

### ПРОДВИЖЕНИЕ АКАДЕМИЧЕСКИХ ПЛОЩАДОК

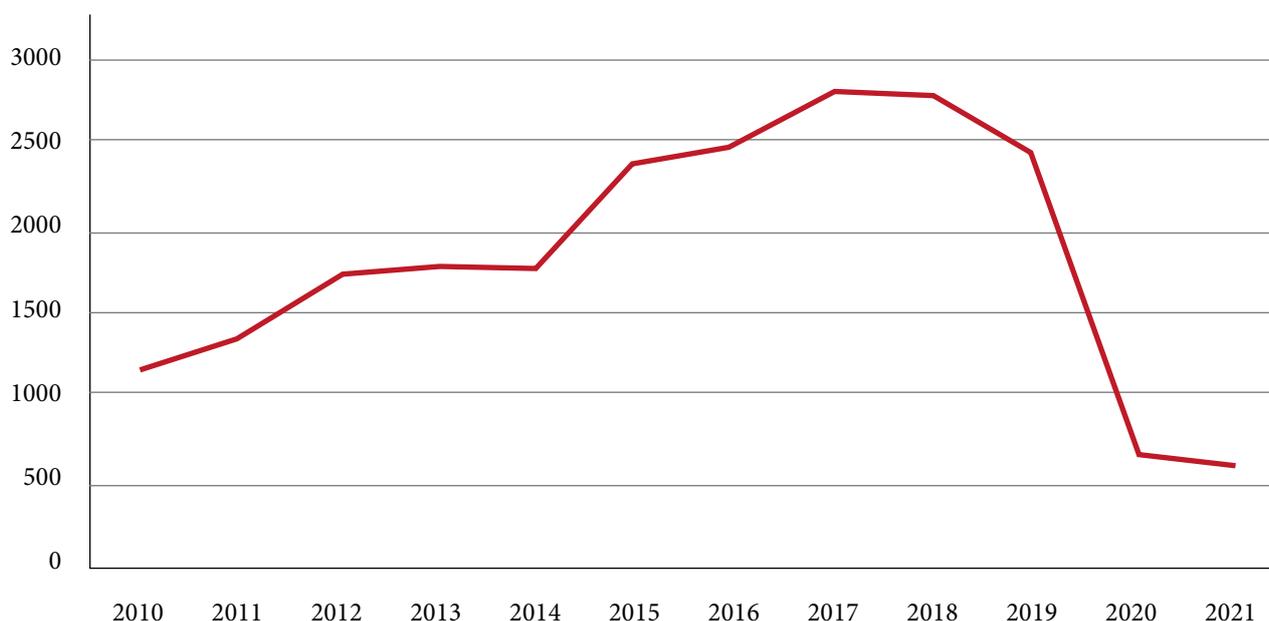
В последнее время университеты все чаще предлагают свои помещения и территории для проведения конгрессов и конференций. В некоторых вузах созданы отдельные подразделения, которые занимаются событийной деятельностью учебных заведений. В частности, в Санкт-Петербургском политехническом университете Петра Великого создано подразделение конгрессно-выста-

вочной деятельности. В Великобритании, например, существует ассоциация, которая лоббирует интересы академических площадок [10].

Университеты, как правило, имеют уникальное расположение и историческую ценность, а сейчас также все больше стараются соответствовать требованиям рынка и четко позиционировать себя на рынке площадок для мероприятий. У некоторых вузов есть разделы на сайтах, где можно найти подробную информацию о предлагаемых услугах для проведения событий на территории учебного заведения.

Некоторые вузы имеют богатую историю и традиции, расположены в интересных архитектурных зданиях и обладают интерьерами, подходящими для любого случая. Все чаще учебные заведения также предлагают собственные отели на территории кампуса, что обеспечивает больший комфорт для широкого круга участников. Большинство академических площадок представляют собой идеальное место для проведения встреч, конференций и мероприятий.

## ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА ПРОВЕДЕННЫХ ДЕЛОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В УНИВЕРСИТЕТАХ В МИРЕ С 2010 ПО 2021 ГОД



Источник: ICSSA, 2021 г.

## УНИВЕРСИТЕТЫ КАК ОРГАНИЗАТОРЫ МЕРОПРИЯТИЙ

Как профессиональные организаторы деловых мероприятий вузы устраивают не только молодежные, студенческие и научно-практические конференции, но и общеделовые форумы. Многие учебные заведения обладают большим потенциалом в сфере организации и проведения событий международного, федерального и регионального значения. По мнению автора международного бестселлера «Архитектура делового мероприятия» Маартена Ваннесте, для достижения бизнес-целей мероприятия, ради которых оно проводится, 60% успеха составляют подготовка и организация события [2].

Научные, образовательные и деловые мероприятия требуют качественной подготовки и проработки множества деталей на всех стадиях создания. Эти умения у вузов есть, а в некоторых учебных заведениях даже существуют специальные подразделения, отвечающие за проведение событий. Если университет

не является организатором или со-организатором события, то эксперты, работающие в вузе и являющиеся специалистами в своей области, также часто стремятся продемонстрировать университет, в котором они работают. Они готовы помочь организаторам найти подходящего спикера из отрасли. Кроме профессиональных навыков по организации деловой программы, специалисты университетов отвечают за околodelовую и культурную программы. Некоторые учебные заведения могут организовать мероприятие под ключ. Университеты также являются и соорганизаторами крупных государственных и международных форумов и саммитов и могут составить конкуренцию профессиональным организаторам мероприятий.

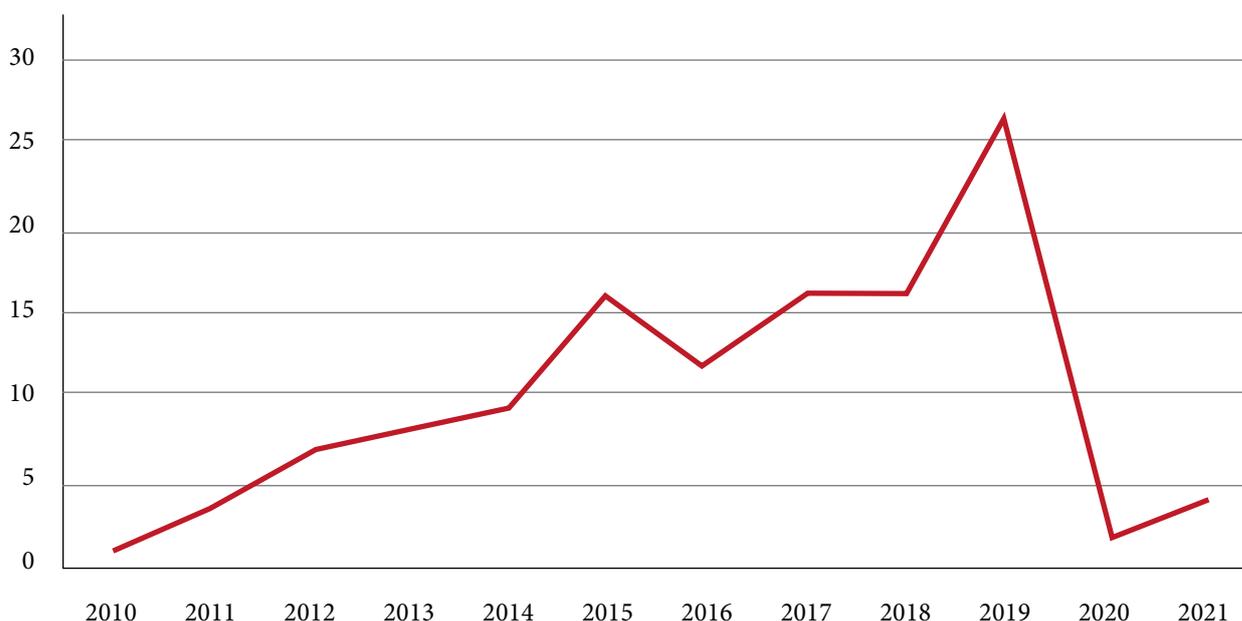
Например, организаторами Столыпин-форума выступают Московский государственный институт международных отношений МИД России (МГИМО), Институт экономики роста имени П. А. Столыпина и уполномоченный при президенте Российской Федерации по защите прав предпринимателей [3].

Организатором международного Петербургского исторического форума является Санкт-Петербургский государственный университет, а одними из соорганизаторов выступают Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова (МГУ) и Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена [4]. Уже несколько лет Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого проводит собственные мероприятия. В числе основных – Международный форум «Передовые цифровые и производственные технологии» [5].

## УЧАСТИЕ ВУЗОВ В МЕРОПРИЯТИЯХ

Университеты ведут активную деятельность не только как организаторы деловых событий и служат площадкой для их проведения, но и как участники бизнес-мероприятий. Чтобы оставаться успешным, вуз должен не просто действовать как академическая организация, занимаясь исключительно научной, исследовательской и образователь-

### ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА ПРОВЕДЕННЫХ ДЕЛОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В УНИВЕРСИТЕТАХ В РОССИИ С 2010 ПО 2021 ГОД



Источник: ICSSA, 2021 г.



*Сагид Заремуков,  
директор Национального конгресс-  
бюро*

Высшие учебные заведения обеспечивают не только высококачественную подготовку профессионалов в различных областях, но и играют все большую роль во всех аспектах развития городов. Университеты аккумулируют технологические инновации, обеспечивают сотрудничество между образовательными центрами и учреждениями промышленности и науки, а также привлечение инвестиций в регион, в том числе как площадки для проведения на своей базе конгрессов.

Среди наиболее успешных примеров можно назвать такие события, как Красноярский экономический форум, проходящий на базе Сибирского федерального университета, Восточный экономический форум, площадкой которого является кампус Дальневосточного федерального университета.

Сегодня мы видим тенденцию реконструкции, оснащения залов в вузах с перспективами, направленными на проведение деловых мероприятий, а также создание новых многофункциональных инновационных центров на базе университетов, что свидетельствует о хороших возможностях в этом направлении.

Академические площадки пользуются успехом у организаторов камерных конференций и конгрессов научных и отраслевых ассоциаций, так как они позволяют не только существенно оптимизировать бюджет проекта, но и продемонстрировать научную базу и достижения.

ной деятельностью, а быть участником процессов, происходящих в мире. Помимо таких задач, как повышение индекса цитируемости и академической репутации, важную роль играет привлечение студентов, в том числе и иностранных. Высшие учебные заведения, занимающиеся экспортом образовательных услуг, связаны с задачами их продвижения на зарубежных рынках. С усилением международной конкуренции этот вопрос приобретает все большую актуальность.

Эффективным каналом продвижения являются выставочно-конгрессные мероприятия. В таких проектах университеты участвуют как в России, так и за рубежом. Так, например, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого в один только предковидный 2019 год принял участие примерно в 30 мероприятиях на территории России. Среди них: Красноярский экономический форум, Петербургский международный экономический форум, форум «Армия», ИННОПРОМ, «Технопром», Восточный экономический форум, Открытые инновации, «Вузпромэкспо» и другие. За рубежом вуз был представлен в более 20 событиях в таких странах, как Пакистан, Египет, Индия, Казахстан, Киргизия, Китай, Малайзия, США, Турция, Швейцария и других [11].

Несмотря на многолетний опыт участия вузов в крупнейших специализированных российских и международных конференциях и выставках, учебные заведения всегда ищут новые формы и форматы участия, чтобы продемонстрировать весь свой потенциал. В 2022 году участниками деловой программы и экспозиции Петербургского международного экономического форума стали представители как столичных вузов, так и регионов: МГИМО, Московский государственный университет геодезии и картографии (МИИГАиК), Московский физико-технический институт, Национальный исследовательский технологический

университет МИСиС, НИУ ВШЭ, Новосибирский государственный университет, РАНХиГС, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина, Томский государственный университет, Университет Иннополис, Университет ИТМО, Уральский федеральный университет и другие [12, 13, 14]. Университеты участвуют не только в образовательных и экономических деловых мероприятиях, но и в отраслевых форумах в России и за рубежом, в сферах, где они являются экспертами. Например, в таких, как Петербургский международный газовый форум и Международная выставка химической защиты и окружающей среды в Китае.

Выставочная деятельность является неотъемлемой частью маркетинговой стратегии вуза. В настоящее время учебные заведения могут принимать участие в экспозициях за рубежом или в регионах самостоятельно или в составе общей делегации российских вузов. Специфика предлагаемого ими продукта делает выставки одним из важнейших средств коммуникации при продвижении образовательных услуг и научных разработок. Научно-образовательная, научно-исследовательская и инновационно-технологическая работа университетов возможна только в системном взаимодействии подобных учреждений, промышленных предприятий, государственных структур, бизнеса и институтов развития. Конгрессно-выставочная деятельность дает инструменты для решения этих задач.

## УНИВЕРСИТЕТСКИЕ ПРАКТИКИ

Университеты – это места, известные в стране, во всем мире и они служат послами брендов городов и регионов, которые представляют. Вузы – уникальные площадки

для проведения мероприятий и обладают преимуществами перед конкурентами. В некоторых регионах России инфраструктура университетов является самой современной площадкой, позволяющей профессионально проводить любые масштабные деловые события, например, кампусы Дальневосточного или Сибирского федеральных университетов.

Вузы имеют опыт проведения деловых мероприятий на своих территориях, некоторые из них носят регулярный характер, например, Гайдаровский форум. Каждый январь по поручению правительства Российской Федерации, РАНХиГС совместно с организациями-партнерами открывает деловую повестку года, проводя мероприятие в своих стенах [8]. Столыпин-форум традиционно проходит в Москве на базе МГИМО на ежегодной основе. Это современная международная экспертная площадка, которая объединяет российских и зарубежных специалистов, руководителей органов

государственной власти и институтов развития, представителей бизнес-сообщества и средств массовой информации [3]. На базе Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого АНО «Россия – страна возможностей» проводит ежегодную конференцию «На одной волне с университетами». Здесь участники обсуждают меры поддержки талантливой молодежи и тренды медиакоммуникаций в образовании [11]. На площадке Сибирского федерального университета ежегодно проходят Красноярский экономический форум и Сибирский исторический форум [15]. На территории кампуса ДВФУ на острове Русский ежегодно проводится Восточный экономический форум [16].

Для развития университета как площадки мероприятия играют большую роль. Так, XXIX Всемирная зимняя универсиада 2019 года в Красноярске стала мощным импульсом формирования инфраструктуры вуза. На территории



*Вера Ермилова,  
генеральный директор компании  
«Дальэкспоцентр»*

В 2012 году во Владивостоке был введен в эксплуатацию кампус Дальневосточного федерального университета (ДВФУ). В сентябре того же года здесь состоялась встреча на высшем уровне лидеров стран АТЭС. Саммит – событие мирового уровня – преобразил Владивосток и дал импульс его развитию. Появилась новая инфраструктура: дороги, уникальные вантовые мосты, гостиницы, театр оперы и балета, океанариум. Владивосток приобрел мировую известность как центр событийных мероприятий в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Здесь стали проводиться международные события, организованные при поддержке министерств Российской Федерации. Знаковым является Восточный экономический форум, в котором принимает участие президент России Владимир Путин.

Необходимо отметить, что ДВФУ активно проводит собственные мероприятия. Так, на 2022 год запланировано более 115 событий различной тематики. Пока конкурентов у вуза нет. Это единственная площадка международного уровня, на которой можно проводить мероприятия с участием 1000 человек. Для масштабных событий дополнительно используется спортивный зал площадью 3000 м<sup>2</sup>. Дальневосточный федеральный университет – это яркий пример позитивного влияния академической площадки на развитие города и региона.

#### ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА МЕРОПРИЯТИЙ, ПРОВЕДЕННЫХ В ДАЛЬНЕВОСТОЧНОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ УНИВЕРСИТЕТЕ С 2016 ПО 2022 ГОД



Источник: [dvfu.ru/event](http://dvfu.ru/event)



кампуса Сибирского федерального университета были возведены пять объектов: многофункциональный комплекс, сервис-холл, медицинский центр, комплекс общежитий для студентов «Перья» и стадион «Политехник». Во время студенческих игр новые сооружения были деревней универсиады, а после соревнований активно используются вузом [9].

Высокий авторитет ученых и специалистов университетов привлекает большое внимание к проводимым в них конференциям, семинарам, школам молодых исследователей, мастер-классам по различным направлениям как научной, так и образовательной деятельности. Научно-практические и студенческие конференции проходят в университетах на постоянной основе. Учитывая, что в вузах работают высококлассные эксперты в своих областях, то на территории академических площадок проводятся деловые мероприятия

отраслевых ассоциаций. Например, XVI съезд Русского энтомологического общества прошел в Москве на базе МГУ [17]. А Первый Московский государственный медицинский университет имени И. М. Сеченова зарекомендовал себя как надежная площадка для событий в сфере медицины. Например, здесь проводится Международный медицинский инвестиционный форум [18]. На базе многофункционального комплекса Санкт-Петербургского горного университета проходили Российско-Германский сырьевой форум, Российско-Британский сырьевой диалог, Международный угольный конгресс и другие международные мероприятия [19]. Конгресс Международной ассоциации спортивного права (IASL) состоялся на площадке Российского международного олимпийского университета [20].

Являясь местом работы ведущих экспертов в определенной

академической области, университеты имеют уникальную возможность проведения у себя мероприятий по этим направлениям. Например, международный симпозиум «Компрессоры и компрессорное оборудование» имени К. П. Селезнева ежегодно проходит в Санкт-Петербургском политехническом университете Петра Великого [21]. Масштабные научные мероприятия принимает и вуз в Калининграде. Например, в рамках Года науки и технологий на площадке Балтийского федерального университета (БФУ) имени И. Канта состоялся международный Балтийский форум: нейронаука, искусственный интеллект и сложные системы BF-NAICS 2021, посвященный исследованиям в области нейронаук, искусственного интеллекта и комплексных систем [22]. В Санкт-Петербургском государственном экономическом университете конференция «Национальные концепции качества» ежегодно собирает экспертов

для обсуждения лучших практик управления в данной сфере [23].

## ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ

Современные университеты – это не только образовательные учреждения, но и научные, инновационные и социальные центры, значимые для развития страны и участвующие в масштабных процессах пространственного развития городов и регионов, воспитания молодого поколения. Осуществление задач, которые стоят перед вузами, возможно только в системном взаимодействии их с промышленными предприятиями, государственными структурами, бизнесом и институтами развития.

Разнообразие инфраструктуры университетов, ее открытость окружающему пространству в некоторых регионах четко дает понять, что они вписаны в повестку развития той территории, на которой они находятся. Все вышесказанное раскрывает потенциал вузов как мест для проведения мероприятий, как участников, так и организаторов, что позволяет им быть

полноценными игроками событийной индустрии и использовать ее возможности для решения своих задач. ■

### ► Ссылки и источники

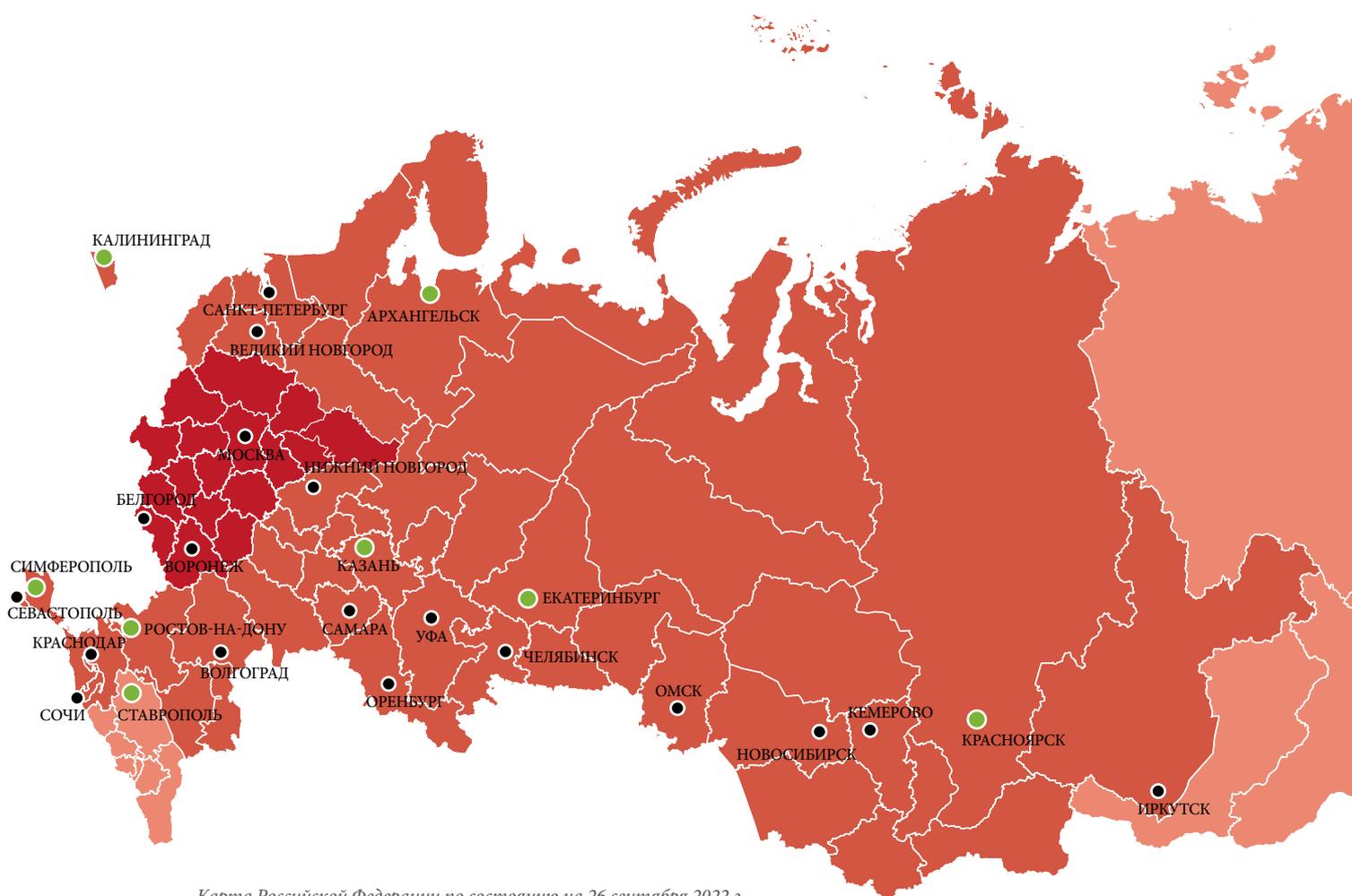
1. ICCA statistics Report 2021, [электронный ресурс] // URL: <https://www.iccaworld.org>
2. Ваннесте Маартен, Архитектура делового мероприятия: манифест, Ridero, Москва, 2016.
3. Столыпин-форум, 2021, [электронный ресурс] // URL: <https://stolypinforum.ru>
4. Управление по организации публичных мероприятий и сотрудничества с партнерами Санкт-Петербургского государственного университета, 2021, [электронный ресурс] // URL: <https://events.spbu.ru>
5. Международный форум «Передовые цифровые и производственные технологии», Санкт-Петербург, 2021, [электронный ресурс] // URL: <https://npt-forum.ru>
6. Глобальный университетский саммит БРИКС, Москва, 2015, [электронный ресурс] // URL: <https://gusbrics.mgimo.ru>
7. Университетский форум «Россия – АСЕАН 2017: новые горизонты сотрудничества», Владивосток, 2017, [электронный ресурс] // URL: <https://ufasean.mgimo.ru>
8. Гайдаровский форум, Москва, 2021, [электронный ресурс] // URL: <https://gaidarforum.ru/ru>
9. XXIX Всемирная зимняя Универсиада в СФУ, Красноярск, 2019, [электронный ресурс] // URL: <https://u2019.sfu-kras.ru>
10. Academic Venue Solutions, London, 2022, [электронный ресурс] // URL: <https://academicvenuesolutions.co.uk>
11. Технополис «Политех», Санкт-Петербург, 2022, [электронный ресурс] // URL: <https://technopolis.spbstu.ru>
12. Делегация РАНХиГС посетила Петербургский

международный экономический форум, РАНХиГС, Москва, 2022, [электронный ресурс] // URL: <https://spb.ganepa.ru/news>

13. ПМЭФ–2022: Тамбовская область и ТГУ имени Г. Р. Державина стали участниками программы Санкт-Петербургского государственного университета «Научно-образовательный кластер Менделеев», Санкт-Петербургский государственный университет, 2022, [электронный ресурс] // URL: <https://spbu.ru/news>
14. Российские вузы подписали меморандум с VK о развитии онлайн-образования, Деловой Петербург, 2022, [электронный ресурс] // URL: <https://dp.ru>
15. Красноярский экономический форум, Красноярск, 2022, [электронный ресурс] // URL: <https://kef-2022.ru>
16. Конгрессно-выставочный центр ДВФУ, Владивосток, 2021, [электронный ресурс] // URL: <https://www.dvfu.ru/event>
17. XVI Съезд Русского энтомологического общества, Москва, 2022, [электронный ресурс] // URL: <https://entomology.bio.msu.ru>
18. Первый Московский государственный медицинский университет имени И. М. Сеченова, Москва, 2022, [электронный ресурс] // URL: <https://www.sechenov.ru>
19. Многофункциональный комплекс «Горный», отель и конгресс-холл, Санкт-Петербург, 2022, [электронный ресурс] // URL: <https://mfk-gorniy.ru>
20. Международная конференция РМОУ, Сочи, 2016, [электронный ресурс] // URL: <https://iasl2016.olympicuniversity.ru>
21. Ежегодный международный промышленный симпозиум «Компрессоры и компрессорное оборудование» имени К. П. Селазнева, Санкт-Петербург, 2019, [электронный ресурс] // URL: <https://www.spbstu.ru>
22. BF-NAICS 2022, Калининград, 2022, [электронный ресурс] // URL: <https://bfnaics.kaliningrad.ru>
23. Конференция «Национальные концепции качества», Санкт-Петербург, 2022, [электронный ресурс] // URL: <https://unecon.ru/announcements>



# ВУЗЫ НА СОБЫТИЙНОЙ КАРТЕ РОССИИ



Карта Российской Федерации по состоянию на 26 сентября 2022 г.

## ФЕДЕРАЛЬНЫЕ УНИВЕРСИТЕТЫ РОССИИ

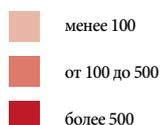
- Балтийский федеральный университет имени И. Канта
- Дальневосточный федеральный университет
- Казанский федеральный университет
- Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского
- Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова
- Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова
- Северо-Кавказский федеральный университет
- Сибирский федеральный университет
- Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина
- Южный федеральный университет

Источник: ВНИЦ R&C

## КРУПНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ, ПРОХОДИВШИЕ В РОССИЙСКИХ УНИВЕРСИТЕТАХ



### ГОСУДАРСТВЕННЫЕ И ЧАСТНЫЕ ВУЗЫ В ФЕДЕРАЛЬНЫХ ОКРУГАХ РОССИИ



#### ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ:

- Восточный экономический форум
- Саммит лидеров стран АТЭС
- Сессия Азиатско-Тихоокеанского парламентского форума
- Всероссийский конкурс управленцев «Лидеры России»
- Международный Дальневосточный морской салон
- Тихоокеанский туристский форум

#### СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ:

- Красноярский экономический форум
- Сибирский исторический форум
- Енисейский экологический форум

#### УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ПЕРВОГО ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ Б. Н. ЕЛЬЦИНА:

- Международная конференция «Российские регионы в фокусе перемен»
- Международная конференция «Мессбауэровская спектроскопия и ее применения» ICMSA

#### НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ «ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»:

- Ясинская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества
- Евразийская Ассоциация оценки качества образования
- Российская ассоциация антропологов-американцев

#### МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ:

- Глобальный университетский саммит стран БРИКС
- Конференция eTarget. Репутация

#### САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ:

- Международный угольный конгресс
- Форум будущих лидеров международного нефтяного совета
- Международный жилищный конгресс
- Международный форум RAO / CIS Offshore
- XXI Менделеевский съезд по общей и прикладной химии

#### САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПЕТРА ВЕЛИКОГО:

- Международная конференция «Киберфизические системы и управление»
- Международная научная конференция в области спорта INSHS
- Губернаторский бал в Политехе

#### УНИВЕРСИТЕТ ИННОПОЛИС:

- Машиностроительный кластерный форум
- Международная математическая конференция стран БРИКС
- Конференция «Цифровая индустрия промышленной России»

Источник: ВНИЦ R&C



## ДИСКУССИОННЫЕ ПЛОЩАДКИ: ОТ СЛОВ – К ДЕЛУ

### АВТОР:

Андрей Рудской,  
ректор Санкт-Петербургского  
политехнического университета  
Петра Великого, академик РАН

### ФОТО:

[spbstu.ru](http://spbstu.ru)

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого активный участник научных и отраслевых форумов, конференций, фестивалей в России и за рубежом. Такая активность способствует развитию учебного заведения, проектов и образовательных программ, демонстрирует и продвигает достижения вуза. На площадке Политехнического университета проводятся крупные международные и всероссийские мероприятия. Все это потребовало внедрения особых инструментов управления конгрессно-выставочной деятельностью.

## ВСТРЕЧИ В ПОЛИТЕХНИЧЕСКОМ

Системная работа в области конгрессно-выставочной деятельности позволяет Санкт-Петербургскому политехническому университету Петра Великого следовать своему главному принципу – быть во фронтире мировых технологий, в эпицентре ключевых научных и образовательных событий, в постоянном живом диалоге с коллегами и партнерами из промышленности, бизнеса, общественных и государственных институтов развития. В 2016 году в Санкт-Петербургском политехническом университете Петра Великого было создано подразделение конгрессно-выставочной деятельности. В его задачи входят планирование, организация и проведение конференций, форумов, съездов, выставок и иных публичных событий на территории университета, а также не менее важная и трудоемкая работа по последующей оценке результатов прошедших мероприятий: подведению итогов, составлению резолютивных и отчетных документов, подготовке сборников материалов и прочее.

В апреле 2018 года в Санкт-Петербургском политехническом университете состоялся XI съезд Российского союза ректоров, в котором принял участие президент России Владимир Путин. Для обсуждения актуальных задач отечественной науки и образования на мероприятие собралось более 600 ректоров российских вузов. Политех подтвердил статус площадки для проведения крупных событий. Уже несколько лет Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого принимает на территории вуза ежегодные отраслевые мероприятия. В числе прошедших в университете знаковых событий такие, как Научно-техническая конференция молодых ученых, проводимая в рамках сотрудничества университета с компанией «Газпромнефть НТЦ», Международная научная конференция «Современные материалы и передовые производственные технологии», Международная научно-практическая конференция

«Современное машиностроение: Наука и образование» ММЕСЕ, ежегодная конференция АНО «Россия – страна возможностей» «На одной волне с университетами», конференция опорных вузов ПАО «Газпром», конференции руководителей группы компаний «Силовые машины» и многие другие.

В 2019 году в вузе состоялось более 30 деловых и научных мероприятий. Сегодня Санкт-Петербургский политехнический университет – партнер Фонда Росконгресс, постоянный участник, организатор и соорганизатор крупнейших российских и международных дискуссионных площадок. В 2023 году вуз готовится принять XIII Всероссийский съезд механиков. С 1960 года это мероприятие проводится раз в четыре года, как правило, каждый раз в новом городе. За право проведения съезда в 2023 году боролись Санкт-Петербург и Красноярск, и по итогам конкурса было решено провести его в вузе Северной столицы. Инициаторы и бессменные организаторы съезда – Национальный комитет по теоретической и прикладной механике и Российская академия наук.

## НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ В УСЛОВИЯХ ОГРАНИЧЕНИЙ

В течение последних двух лет организация и проведение мероприятий на площадке вуза были затруднены из-за пандемии COVID-19. В первые месяцы карантина из-за ковидных ограничений отменялись и переносились на другой срок значимые события, ивент индустрия несла убытки. Но адаптация к ситуации произошла быстро, были освоены и стали более эффективно применяться онлайн-технологии, формировались и масштабировались сетевые структуры, совершенствовались цифровые средства коммуникации, появились новые методы, бизнес-модели презентации продуктов и услуг.

Характерно, что все это происходило в русле национальной программы «Цифровая экономика Российской

Федерации». В 2021 году по поручению вице-преьера РФ Дмитрия Чернышенко в вузах была введена должность проректора по цифровой трансформации. Наш университет в максимально короткие сроки адаптировал свою работу к удаленным формам подготовки и аттестации студентов, оперативному взаимодействию с географически распределенными индустриальными партнерами на основе цифровых платформенных решений, а также к организации виртуальных дискуссионных площадок и проведению онлайн-конференций. Для этого у Санкт-Петербургского политехнического университета есть все ресурсы: собственная телестудия для съемки и трансляции конференций и вебинаров, безопасный внутренний интернет, соответствующее программное обеспечение. Поэтому, несмотря на введение ковидных ограничений на проведение очных мероприятий, событий в графике вуза не стало меньше.

Принятие вынужденных мер даже пошло на пользу. Организация видеоконференций в интернете позволила расширить аудиторию мероприятий и увеличить количество выступающих экспертов из разных стран. Так, например, в 2020 году в связи с эпидемиологической ситуацией II Всероссийский форум «Новые производственные технологии» прошел в онлайн-формате и собрал более 500 участников – представителей 20 корпораций и компаний, 40 университетов из более 40 городов страны. В ноябре 2021 года состоялась конференция «Современная подготовка инженеров». Мероприятие проходило в онлайн-формате и собрало более 1500 участников из более чем ста университетов, представителей научных организаций, промышленных предприятий и органов государственной власти. В декабре 2021 года также в онлайн-формате состоялась международная конференция «Передовые цифровые и производственные технологии». В нем приняло участие более одной тысячи специалистов. Благодаря трансляции выступлений в интернете с докладами выступили 170 спикеров



из 114 организаций России и зарубежных стран. Коэффициент полезного действия подобного опыта очевиден: сегодня, когда пандемийные ограничения частично или полностью сняты, гибридные форматы событий продолжают активно и эффективно применяться в событийной отрасли и стали общепринятым стандартом.

## ПОЛЬЗА МЕРОПРИЯТИЙ

Зачем участвовать в конференциях и выставках? При взгляде на всю приведенную выше статистику и примеры этот вопрос может возникнуть как у руководителей, анализирующих целесообразность любых затрат своих организаций, так и у специалистов-исполнителей, решающих конкретные, локальные зада-

чи на местах. Действительно, зачем тратить столько времени, сил, денег на, казалось бы, непрофильную деятельность?

С одной стороны, очевиден ответ, что значение научных конгрессов и выставок в качестве платформы для актуализации, верификации и развития компетенций не может вызывать сомнений. Прямой, непосредственный диалог экспертов и лиц, принимающих решения, теоретиков и практиков бизнеса и государства по умолчанию полезен для обмена информацией и опытом, установления связей.

С другой стороны, важнее не сам факт диалога, а эффективность подобного взаимодействия. Стоит подчеркнуть особо: дело не в качестве площадок, а в результате

коммуникаций на них. В преобразовании, воплощении принятых решений, рожденных в диалогах идей в реальные проекты, конкретные исследования и разработки.

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, выстраивающий свою научно-образовательную, исследовательскую и инновационно-технологическую работу в соответствии с ключевыми национальными программами развития, такими как Стратегия научно-технологического развития России, Национальная технологическая инициатива, программа «Цифровая экономика Российской Федерации», планы импортозамещения по ведущим отраслям промышленности Минпромторга России, программы Минобрнауки по формированию

научных центров мирового уровня и многие другие, обязан быть во фронтире научно-технологических инноваций, чтобы соответствовать уровню стратегических государственных задач. А решение этих задач возможно только в системном взаимодействии научно-исследовательских и образовательных учреждений, промышленных предприятий, государственных структур, бизнеса и институтов развития. Конгрессно-выставочная активность – надежное средство сверить часы, чтобы объединить усилия.

В связи со значительной наукоемкостью высокотехнологичных задач, стоящих сегодня перед наукой и промышленностью, критичными становятся две возможности разработчиков:

- оперативное формирование эффективных проектных консорциумов, включающих носителей ключевых компетенций мирового уровня, а

также необходимую научно-производственную инфраструктуру;

- сокращение сроков принятия решений, исполнения проектов и вывода продукции на рынок, а также значительное снижение затрат на разработку при обеспечении качества результата на мировом уровне за счет применения принципиально новых бизнес-процессов и бизнес-моделей.

Иначе говоря, государство формулирует мультидисциплинарные задачи, призывает к формированию компетентных консорциумов для решения этих задач и предлагает меры поддержки для максимально оперативной и эффективной реализации конкретных проектов. Этот путь невозможен без постоянного системного диалога заинтересованных сторон.

Таким образом, петербургский Политех участвует в процессе трансформации отечественной промышленности и экономики в целом на всех

направлениях: в области науки как исследовательский центр, в реальном секторе как исполнитель индустриальных инженерных заказов участниками рынка, и в образовательных программах как центр уникальных компетенций, которые университет готов открыто транслировать, тиражировать и масштабировать.

Без преувеличения все основные события на площадке вуза, так или иначе, начинались с прямого экспертного диалога на дискуссионных площадках, с обсуждения возможностей совместной работы над теми или иными проектами, с рассмотрения перспектив объединения ресурсов и компетенций, развития инфраструктуры, формулировки и конкретизации актуальных научных и промышленных задач. Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого открыт к кооперации и самому широкому сотрудничеству. Встретимся на конгрессах и выставках – будем вместе работать. ■





# СКРЫТЫЕ РЕСУРСЫ: СТУДЕНТЫ КАК ВОЛОНТЕРЫ НА МЕРОПРИЯТИИ

## АВТОР:

Надежда Кузнецова,  
бакалавр программы  
«Управление мероприятиями»  
факультета гостеприимства  
Института отраслевого менеджмента  
РАНХиГС

## ФОТО:

ranepa.ru

Очевидно, что у высшего учебного заведения есть свои преимущества как у потенциальной площадки. В первую очередь стоит отметить большую вариативность помещений, уже имеющуюся навигацию в кампусе, собственные кейтеринговые службы или столовые и высокий уровень безопасности на всей территории. Однако еще одно немаловажное преимущество вуза как площадки события – наличие активных студентов, которые могут стать волонтерами на мероприятии. Это позволит снизить расходы на персонал, например, на хостес, стендистов, работников стоек регистрации и информации. Как грамотно использовать такой ресурс?

## ПЯТЬ ПРАВИЛ РАБОТЫ СО СТУДЕНТАМИ

Отличительной особенностью высших учебных заведений является наличие органов студенческого самоуправления и большого числа студентов, которые в него входят. Так, например, в Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС), на площадке которого ежегодно проводятся научные, образовательные и деловые мероприятия, действуют различные студенческие клубы и объединения. В таком активе РАНХиГС более 1000 человек, то есть вуз располагает хорошими ресурсами, которыми может воспользоваться организатор мероприятия. Однако в работе с таким персоналом есть несколько ключевых параметров, которые следует учитывать:

1. Мероприятие должно быть интересно самим студентам.
2. Если событие совпадает по времени с учебным процессом, добейтесь лояльности со стороны деканатов факультетов, руководителей кафедр, чтобы у студентов не возникло проблем из-за пропуска занятий – создайте для волонтеров комфортную среду.
3. Приглашая волонтеров, обратите внимание на студентов первого-второго курсов. Они наиболее эмоционально заряжены на участие в различных событиях, многие из них еще ищут себя и хотят попробовать разные направления.
4. Отбирайте волонтеров заранее, познакомьтесь с ними. Выполнение пункта 2 не защитит вас от риска привлечь в качестве добровольца некомпетентного студента, который хочет пропустить занятия. Такие люди в команде не нужны.
5. Участие в событии в качестве волонтера должно пополнить их портфолио.

## ВОЛОНТЕРЫ ГАЙДАРОВСКОГО ФОРУМА

Наглядным примером работы студентов на деловом мероприятии в стенах РАНХиГС является Гайдаровский форум, который ежегодно проводится в январе по поручению Правительства Российской Федерации. В январе 2022 года событие традиционно прошло на площадке кампуса на «Юго-Западной». В форуме приняли участие более 300 ведущих российских и зарубежных экспертов, состоялось 80 сессий. Конечно, столь масштабное и значимое событие требует большого количества трудовых ресурсов. В 2022 году для работы на Гайдаровском форуме были привлечены 60 волонтеров. Мероприятие состоялось в гибридном формате – сессии были организованы в студиях, оборудованных в центральном корпусе РАНХиГС, и выступления спикеров транслировались онлайн. Волонтеры помогли на стойке регистрации, встречали и провожали участников и гостей форума, были заняты в подготовке помещений для съемок.

Подбор добровольцев для Гайдаровского форума начался с правильного позиционирования события и постановки задач добровольцам. Возможность поработать на мероприятии такого престижного уровня, увидеть лидеров мнений, представителей власти, крупных компаний и медийных личностей привлекает внимание студентов. Отбор волонтеров начался за два месяца до начала события. Студенты заполнили заявки, прошли собеседования и обучение. Такая многоступенчатая система производит должный эффект и повышает самооценку молодых людей: «Если я прошел все этапы и работаю на форуме, значит, в чем-то лучше других. Нужно работать хорошо, чтобы не разочаровать тех, кто меня выбрал».

Мероприятие грамотно вписано организаторами в процесс проведения зимней сессии в РАНХиГС. Например, в 2020 году, еще до пандемии коронавируса, когда Гайдаровский форум проходил в офлайн-формате, корпуса кампуса на «Юго-Западной» были полностью предоставлены организаторам для события, а все экзамены учащихся проводились в других зданиях вуза. Ответственные за работу с волонтерами сотрудники всегда относятся с пониманием к студентам, чьи экзамены совпадают с временем проведения мероприятия, и идут навстречу при составлении графика работы.

Как показывает практика, значительная часть добровольцев – это студенты первых и вторых курсов. Примечательно, что организаторы в ряде случаев ответственными за ту или иную группу волонтеров – например, в зоне регистрации, проведения мероприятий, пресс-центре – назначают представителей органов студенческого самоуправления. Это помогает выстроить доверительные отношения между волонтерами и теми, кого назначили ответственными. К тому же повышаются продуктивность и дисциплинированность волонтеров, ведь многие из них хотят попасть в студенческий совет, а значит – стремятся произвести хорошее впечатление на будущих коллег по внеучебной деятельности. По итогам проведения мероприятия добровольным помощникам вручаются благодарственные грамоты за помощь в организации и проведении Гайдаровского форума.

Студенты-волонтеры – прекрасный трудовой ресурс на мероприятии, если правильно выстроить взаимоотношения с ними. Но никогда нельзя забывать о силе нематериальной мотивации и психологии взаимоотношений. ■

**Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС)** создана в 2010 году в результате объединения Академии народного хозяйства, Академии государственного управления и 12 региональных Академий госслужбы. Сегодня РАНХиГС – один из крупнейших вузов страны с системой непрерывного образования, программами повышения квалификации и профессиональной переподготовки, а также MBA, EMBA и DBA. Для проведения деловых мероприятий вуз располагает актовыми залами и различными аудиториями вместимостью 300–750 человек.



# РАЗНЫЕ ШКОЛЫ: ОРГАНИЗАЦИЯ СОБЫТИЙ В РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ВУЗАХ

## АВТОР:

*Наталья Евневич,  
председатель совета директоров  
группы компаний «Конкорд»*

## ФОТО:

*архив мероприятий  
группы компаний «Конкорд»*

*На территории кампусов высших учебных заведений традиционно проводятся научные конференции, деловые мероприятия и фестивали. В чем особенность организации событий на этих площадках? Какие плюсы и минусы есть в проведении мероприятий в зарубежных и российских вузах?*

## МИРОВОЙ ОПЫТ

На протяжении тридцатилетней деятельности группа компаний «Конкорд» реализовала ряд проектов на площадках высших учебных заведений в разных странах. В 2010 году началось наше сотрудничество с Министерством образования и науки России. В течение последующих восьми лет мы организовали и провели мероприятия в университетах Кейптауна, Амстердама, Джорджа Вашингтона в Вашингтоне, Сапиенца в Риме и Софии Антиполис в Ницце. Выбор зарубежного вуза как площадки

был продиктован темой событий. Мы проводили форумы ректоров учебных заведений двух или нескольких стран, профильные научные конференции, международные профессиональные конгрессы, научно-технические выставки. Зарубежные университеты часто принимают у себя такие мероприятия, имеют большой опыт сотрудничества с организаторами и поэтому сотрудники группы компаний «Конкорд» не испытывали никаких трудностей в процессе работы. Как правило, в вузах есть собственная профессиональная команда, которая предлагает пакеты услуг, необ-

ходимые для проведения событий. Здесь можно взять в аренду звуковое и проекционное оборудование, аппаратуру для синхронного перевода, заказать кейтеринг, напечатать раздаточные материалы, документы и многое другое. Что немаловажно для организаторов – процесс заключения договоров и оплаты услуг в университетах хорошо отлажен, четко определены размеры аванса и сроки оплаты.

Одно из главных преимуществ таких мест для мероприятий – предлагаемые локальными командами варианты зонирования площадки,

оформление помещений, отработанные алгоритмы застройки и заезда оборудования. При всем изобилии конференц-залов в крупных городах разных стран помещения кампусов постоянно востребованы. Организаторы мероприятий отдают им предпочтение при проведении событий отраслевых и научно-образовательных сообществ, так как есть возможности не только пригласить участников на дискуссии, но и показать работу исследовательских центров, лабораторий, познакомить их с учебным процессом.

Почти в каждом университете есть актовый зал с комфортной рассадкой амфитеатром – это большой плюс для проведения пленарных сессий. Оборудованные классы – наиболее подходящие помещения для тематических сессий. Многие зарубежные университеты располагаются в старинных исторических зданиях. Залы и классы таких вузов украшают скульптуры, лепка, фрески, картины известных мастеров и гобелены. Подобные помещения, безусловно, производят положительное эмоциональное впечатление на участников и гостей, а фоторепортажи в интерьерах привлекают внимание и события запоминаются. Примечательно, что в зарубежных университетах мероприятия организуют не только во время учебного процесса, но и каникул.

### ОТ МОСКВЫ ДО САМЫХ ОКРАИН

В кампусах российских вузов постоянно проходят научные и образовательные конференции, различные выставки. Московский и Санкт-Петербургский государственные университеты и другие крупнейшие вузы России имеют большой опыт проведения международных научных и образовательных форумов. Новые возможности для организаторов деловых событий появились после 2012 года, когда в корпусах Дальневосточного федерального университета (ДВФУ) на острове Русский во Владивостоке состоя-

лись мероприятия Азиатско-Тихоокеанского форума экономического сотрудничества (АТЭС). Организаторы посмотрели на вузы с другой стороны. Конференц-центр ДВФУ построен таким образом, что проведение в нем мероприятий доступно во время учебного процесса. Он оснащен автономными входами и выходами, сервисными и кейтеринговыми служебными помещениями. Можно сказать, что именно ДВФУ задал тренд – после 2012 года российские университеты стали формировать специальные службы, которые занимаются сдачей в аренду помещений для мероприятий, предоставлением конференц-услуг. Наличие такого сервиса является решающим при выборе площадки для проведения событий. Поэтому с 2013 года группа компаний «Конкорд» на регулярной основе предлагает заказчикам проведение конференций и выставок в кампусах российских вузов.

### РЕГИОНЫ ПОВЫШАЮТ УРОВЕНЬ КОМФОРТА

В июле 2022 года на территории Севастопольского государственного университета состоялся проектно-образовательный интенсив «Архипелаг», организованный Агентством стратегических инициатив (АСИ). Он был посвящен разработке среднесрочной программы социально-экономического развития России. В мероприятиях приняли участие команды 128 российских вузов, которые представили 1159 стартапов, 80 дорожных карт по запуску акселераторов. Событие прошло в гибридном формате: офлайн- и онлайн- «Архипелаг» посетили более 7000 человек. На треках в Севастопольском государственном университете присутствовали более 1860 делегатов. Вуз впервые принимал на своей площадке такое крупное событие. В 2021 году мероприятия проектно-образовательного интенсива «Архипелаг» проходили в гибридном формате в Новгородском государственном университете имени Ярослава Мудрого. Стоит отметить, что оба российских вуза приняли события федерального мас-

штаба на высоком организационном уровне.

Сейчас в России функционируют современные, хорошо оснащенные объекты университетской инфраструктуры, предназначенные для проведения статусных конгрессно-выставочных мероприятий. В числе таких кампусов – Московский государственный университет, инновационный центр «Сколково», федеральная территория «Сириус», Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС), Санкт-Петербургский государственный университет, Университет Иннополис в Республике Татарстан и другие.

Сегодня площадки вузов хорошо оснащены, предоставляют в аренду современное оборудование, имеют большой выбор конференц-мебели, современные навигационные носители и поверхности. У них выстроены все логистические цепочки, они могут обеспечить или принять кейтеринг. На мой взгляд, при организации мероприятия в российских кампусах все же лучше избежать пересечения графика мероприятий с учебным процессом. Также следует запастись терпением при заключении договоров, получении коммерческих предложений, которые могут меняться в зависимости от неожиданно выпущенного приказа ректора. Да и обсуждение размера предоплаты может пойти не по тому сценарию, на который рассчитывает организатор мероприятий. Но все эти минусы перевешивает большой плюс: наличие залов вместимостью 500–700 человек с наиболее востребованной рассадкой амфитеатр. Как показывает практика, гостиницы чаще всего предлагают помещения, рассчитанные на 150–200 человек, а места в конференц-отелях, имеющих больше возможностей, как правило, расписаны на год вперед. Поэтому можно с уверенностью сказать, что в ближайшие годы российские университеты, в условиях дефицита оборудованных площадок в регионах, смогут занять достойное место на событийной карте России. ■



**РОСКОНГРЕСС**  
Пространство доверия

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

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

Участники из

**208** стран и территорий

**> 15 000** представителей СМИ

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

**173** соглашения с внешнеэкономическими партнерами, объединениями промышленников и предпринимателей, финансовыми, торговыми и бизнес-ассоциациями

в **78** странах мира.

**179** российских общественных организаций, федеральных органов исполнительной и законодательной власти, субъектов Российской Федерации

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

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

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

Реклама 

 **Российская Энергетическая Неделя**

12–14 октября 2022  
Санкт-Петербург, Россия

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



**Российский винодельческий форум**

Ноябрь 2022  
Москва, Россия

[ROSCONGRESS.ORG](https://ROSCONGRESS.ORG)

**КОНГРЕСС МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ**

1–3 декабря 2022  
Федеральная территория «Сириус», Россия

[ROSCONGRESS.ORG](https://ROSCONGRESS.ORG)

 **РОССИЙСКИЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ФОРУМ**

Февраль 2023  
Федеральная территория «Сириус», Россия

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



**X Невский международный экологический конгресс**

Май 2023  
Санкт-Петербург, Россия

[ECOCONGRESS.INFO](https://ECOCONGRESS.INFO)



**ПМЭФ**  
ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ

Июнь 2023  
Санкт-Петербург, Россия

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



**ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЮРИДИЧЕСКИЙ ФОРУМ**

Июнь 2023  
Санкт-Петербург, Россия

[LEGALFORUM.INFO](https://LEGALFORUM.INFO)



**СИЛЬНЫЕ ИДЕИ ДЛЯ НОВОГО ВРЕМЕНИ**

Июль 2023  
Москва, Россия

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



Июль 2023  
Санкт-Петербург, Россия

[SUMMITAFRICA.RU](https://SUMMITAFRICA.RU)



**ВОСТОЧНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ**

Сентябрь 2023  
Владивосток, Россия

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



# ЛИЦОМ К ЛИЦУ

## **ВРЕМЯ ЛИДЕРОВ**

- 42** Алексей Вялкин:  
«Ищите те мероприятия,  
где вы будете наиболее  
эффективными»

## **ИНТЕРВЬЮ**

- 50** Виктор Зарудный:  
«Мы создаем выставочные  
стенды со смыслом»

## **ГЕРОИ СОБЫТИЙ**

- 56** Валерий Кудашов:  
«Режиссер события –  
это сапер от искусства»

# АЛЕКСЕЙ ВЯЛКИН: «ИЩИТЕ ТЕ МЕРОПРИЯТИЯ, ГДЕ ВЫ БУДЕТЕ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫМИ»

В сентябре традиционно для компаний событийной отрасли начинается новый деловой сезон. Как изменились мероприятия в конце 2022 года? Какие задачи стоят перед организаторами сегодня? Где искать новые возможности и рынки? Об этом и многом другом главный редактор CongressTime Дарья Островская поговорила с генеральным директором АО «Экспоцентр», председателем комитета Торгово-промышленной палаты Российской Федерации по выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности Алексеем Вялкиным.

## ФОТО:

АО «Экспоцентр»

*Алексей Григорьевич, давайте начнем наше интервью с разрушения мифов. В последнее время участились слухи о том, что Экспоцентр закрывается или переезжает в другое место. Расскажите, пожалуйста, для наших читателей, имеет ли это какие-то основания.*

Если говорить о слухах, то, естественно, часть из них возникает не просто так. Интерес к площадке и ее территории большой, потому что мы находимся в центре столицы. Экспоцентр, безусловно, самая удобная выставочная площадка в Москве с точки зрения логистики. Представители крупных строительных и девелоперских компаний проявляли активный интерес к нашей территории в конце прошлого года. Однако никаких оснований для беспокойства и превращения этих слухов в реальность нет.

Более того, в 2020 году Экспоцентр вошел в список системообразующих предприятий российской экономики. Это был очень важный шаг для дальнейшего понимания стратегии развития. Сегодня наша компания – один из крупнейших налогоплательщиков города Москвы. Кроме того, мы все знаем, какой мультипликативный эффект дает наша отрасль для региональной экономики – один заработанный здесь рубль «генерит»

еще шесть рублей в смежных сферах. Экспоцентр не исключение. Это подтверждается статистикой наших мероприятий, которую мы ведем. У нас есть планы по развитию комплекса. Один из ближайших – это окончание строительства нового объекта на соседней территории, улице Ермакова Роща.

### Что это будет за объект?

Это производственно-офисное здание для нашей дочерней компании «Экспоконста». Мы строим его с нуля с привлечением собственных инвестиционных ресурсов. Также у нас в работе находится проект по строительству офисно-гостиничного комплекса, который мы планируем возвести на территории Экспоцентра. Мы его подготовили совместно с партнерской консалтинговой компанией. После завершения первого объекта приступим к детальной проработке этого проекта.

*Экспоцентр – один из старейших комплексов на российском рынке. В 2000-е годы были построены павильоны 7 и 8, после этого новые объекты не вводились. Существуют ли планы по модернизации комплекса или строительству новых павильонов?*





Внешних изменений пока не планируем. Но мы видим, какую дополнительную функциональную нагрузку могут нести наши павильоны, которые были построены одними из первых. Например, павильон 1. На мой взгляд, он мог бы использоваться более эффективно, поэтому рассматриваем его реновацию.

**Этот павильон – один из самых популярных среди организаторов мероприятий?**

Да, его часто выбирают для проведения масштабных событий. Например, три этапа съезда партии «Единая Россия» проходили здесь с участием президента страны. Это говорит о том, что интерес к нашей площадке будет всегда, в том числе из-за удобной логистики.

Продолжая разговор о новшествах, хотел бы отметить онлайн-зал, который был запущен во время пандемии коронавируса на базе нашего конгрессного Синего зала. Сейчас мы можем комбинировать форматы в рамках мероприятий. В частности, подключаем зарубежных спикеров и

участников, которые, кстати, не отказываются от сотрудничества в сложившихся условиях.

**В событийной индустрии одним из ключевых составляющих успеха компании являются люди. Сколько сотрудников сегодня работает в компании?**

Почти 900 человек. Экспоцентр – один из крупнейших работодателей Москвы.

**Есть ли в вашей структуре уникальные подразделения, которые мы не увидим в других компаниях отрасли?**

Думаю, что дирекции, которые формируют выставки, административные службы и прочие сервисные подразделения – это примерно схожий функционал, который есть у многих коллег по отрасли. Нашей особенностью является наличие в системе Экспоцентра дочерних компаний. Это и «Экспоконста» – универсальный застройщик, и «Эксповесттранс» – логистическая компания. Соответственно, мы можем выполнить весь комплекс услуг, который необходим

организатору или участнику мероприятия. В этом наше ключевое отличие и преимущество на рынке.

**Давайте обсудим еще один миф. Существует убеждение, что Экспоцентр – это очень дорогая площадка. Как формируется цена на проведение мероприятия в Экспоцентре?**

Если мы говорим про участие в наших выставках, то за прошлый год мы заключили целый ряд соглашений о лояльности с региональными торгово-промышленными палатами. Они позволяют предоставить особые условия размещения на площадке Экспоцентра для компаний – членов региональных торгово-промышленных палат. Мне кажется, это правильный путь. Сегодня в системе Торгово-промышленной палаты более 50 000 малых и средних предприятий. Мы прекрасно понимаем, что для них текущая экономическая ситуация в стране критична. Рвутся логистические связи, растут финансовые разрывы, и не всегда получается самостоятельно найти средства, чтобы хотя бы на минимальном

уровне представить свои услуги и продукцию на выставках. Кстати, очень правильно, что сейчас во многих субъектах появились центры «Мой бизнес» и Центры поддержки экспорта. Мы с ними также активно работаем. В частности, идем навстречу по постоплате наших услуг за участие в выставках.

**Есть ли специальные условия для организаторов?**

Мы – в первую очередь площадка для производственных компаний и демонстрации их достижений и продуктов. Если к нам приходит организатор и предлагает проект, связанный с продвижением производственного сегмента, мы его рассматриваем в приоритетном порядке и на особых условиях. Это одно из важных направлений для нас сегодня.

**Какие тренды в ценообразовании вы бы отметили?**

С учетом изменений в экономике и в нашей отрасли цены на услуги Экспоцентра сохранились на уровне 2019 года. Думаю, что на следующий год мы тоже повышать их не будем.

**Экспоцентр – это не только выставки. Сегодня вы принимаете и конгрессы, и массовые мероприятия, и фестивали. Верно?**

В 2021 году у нас прошли 80 выставок и почти 700 конгрессных мероприятий. Гостями нашей площадки стали 17 000 экспонентов и 800 000 посетителей. Хороший был год, но, по нашим оценкам, 2022 будет не хуже.

*Экспоцентр ежегодно приносит в бюджет чуть больше одного миллиарда рублей в виде налогов.*

**Какую долю при этом составляют собственные мероприятия?**

Собственные проекты Экспоцентра – по цифрам это почти треть от всех мероприятий. Наши крупнейшие и самые популярные выставки – «Продэкспо», «Металлообработка» и «НТИ Экспо». Все мероприятия разные. Например, на выставке «Лесдревмаш» компании могут продемонстрировать работу станков, техники и производственных линий. В этом заключается основное преимущество офлайн-мероприятий – увидеть и попробовать все в деле.

Еще один интересный проект, о котором я уже упомянул, – «НТИ Экспо». Он включает в себя «Российскую промышленную неделю», «Российскую неделю высоких технологий» и «Российскую неделю здравоохранения». Этот проект Экспоцентр запустил совместно с Торгово-промышленной палатой Российской Федерации более пяти лет назад. Отдельно необходимо отметить активное участие в его продвижении Владимира Михайловича Кононова, заместителя председателя комитета Госдумы по науке и выс-

шему образованию, который помог получить поддержку на уровне профильных министерств, Совета Федерации и Госдумы. Основная задача «НТИ Экспо» заключается в демонстрации российских технологий и инноваций на профильных выставках. На мероприятиях, которые входят в этот проект, мы на максимально лояльных условиях, а зачастую и абсолютно бесплатно, предоставляем места для стартапов, молодых предпринимателей, научных объединений и прочих, чтобы дать им возможность продемонстрировать свои разработки. Кстати, у нас заключены соглашения с вузами, которые также предусматривают участие в этом проекте студентов. Мы видим одну из стратегических задач Экспоцентра в поддержке малых инновационных компаний и молодых специалистов, которые готовы в перспективе вырасти в предпринимателей. А в будущем они могут стать полноценными участниками наших выставок и конгрессов.

**Экспоцентр активно продвигает концепцию выставок как B2I-инструмента (Business-to-Investors). Впервые об этом формате я услышала именно в вашем выступлении. Расскажите, пожалуйста, что это такое?**

Здесь в одной точке сошлись все мои профессиональные интересы. На предыдущем месте работы в Торгово-промышленной палате Российской Федерации я более 10 лет отвечал за направление, связанное с содействием инвестициям и инновациям. Тогда мы действительно наблюдали бум инвестиционной

**АО «Экспоцентр»** – всемирно известная российская выставочно-конгрессная компания, ведущий организатор крупнейших международных отраслевых выставок в России, СНГ и Восточной Европе с более чем 60-летним опытом работы. Выставочные проекты Экспоцентра имеют поддержку федеральных органов исполнительной власти, национальных отраслевых ассоциаций, проводятся под патронатом Торгово-промышленной палаты Российской Федерации. В 1975 году Экспоцентр первым среди российских выставочных организаций стал членом Всемирной ассоциации выставочной индустрии UFI. В 1991 году – инициатор создания и один из учредителей Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ). Компания также является членом Гильдии выставочно-ярмарочных организаций Московской торгово-промышленной палаты. В последующие годы в связи с развитием конгрессной деятельности Экспоцентр вступил в Международную ассоциацию конгрессных центров AIPC, Международную ассоциацию конгрессов и конференций ICSSA, Ассоциацию ведущих европейских выставочных центров EMECA, Международную ассоциацию выставок и событийных мероприятий IAEE. Компания также является членом Национального конгресс-бюро.

деятельности в России со стороны компаний со всего мира, формировались целые проектные конгломераты в регионах. Работа была очень интересной. Все те форматы, которые были опробованы на платформе Торгово-промышленной палаты, в том числе презентационные сессии инвестиционных проектов российских компаний для продвижения потенциальным инвесторам, мы постарались в прошлом году перенести на площадку Экспоцентра. Название В2I, честно скажу, родилось у меня в голове спонтанно. На мой взгляд, у выставок в этом направлении хорошие перспективы.

**Если компания хочет воспользоваться таким инструментом, что необходимо сделать?**

Мы абсолютно бесплатно предлагаем услугу тем компаниям, которые не просто хотят показать свою продукцию, а с помощью выставок и Торгово-промышленной палаты выйти на потенциальных партнеров, найти финансирование и инвестиции. Мы помогаем организовать сессию на стенде компании или в отдельном зале с целью презентации инвестиционного проекта. С помощью наших партнеров мы также приглашаем потенциальных инвесторов из числа зарубежных и российских фондов. Пока на текущем этапе Экспоцентр не готов делать инвестиционный проект под ключ, но если он есть, мы готовы создать все условия для его представления на нашей площадке.

**Как вы оцениваете эффективность проводимых выставок? Присчитываете ли вы вклад мероприятий в экономику города?**

Экспоцентр ежегодно приносит в бюджет чуть больше одного миллиарда рублей в виде налогов. Примерно столько же оставляют участники и посетители наших мероприятий в Москве во время проведения мероприятий.

Если говорить об эффективности участия в выставке, то некоторое время назад мы предложили торго-

во-промышленным палатам и экспонентам использовать методику, основанную на количестве контактов на мероприятии и их результативности. В качестве примера взяли выставку «Металлообработка» и посчитали, сколько контактов в среднем происходит на стенде за весь период, сколько из этих контактов с учетом международной практики приводят к заключению соглашений, а потом сравнили с теми задачами, которые компания-экспонент ставит перед собой и суммой ее расходов на участие. С учетом средней стоимости станка для металлообработки получилось, что результатом работы каждого экспонента на выставке должны стать контракты на сумму не менее 5,5 млн рублей. Если по итогам работы компании такого результата в краткосрочном периоде после мероприятия нет, то можно считать, что съездили неудачно. И тогда уже руководитель предприятия должен задуматься, как сделать так, чтобы участие в выставке давало финансовый результат, а не просто имело имиджевый эффект.

---

*Тренд, который мы наблюдаем с февраля на наших выставках, – значительный рост числа российских участников.*

---

**Как экспоненту и посетителю выбрать выставку для участия? На что необходимо обратить внимание?**

Прежде всего, не нужно распыляться. Необходимо выбирать именно ту выставку, участие в которой даст финансовый результат, а не только расходы. Выбор проектов большой, у них разная специализация. Необходимо смотреть комплексно на

присутствие компании на мероприятии. На мой взгляд, выставки должны использоваться, чтобы не только продать или продемонстрировать оборудование, но и показать новые технологии, рассказать о стратегии развития компании и так далее. Ищите те мероприятия, где вы будете наиболее эффективными.

**Сколько таких выставок для участия должно быть в календаре компании на год?**

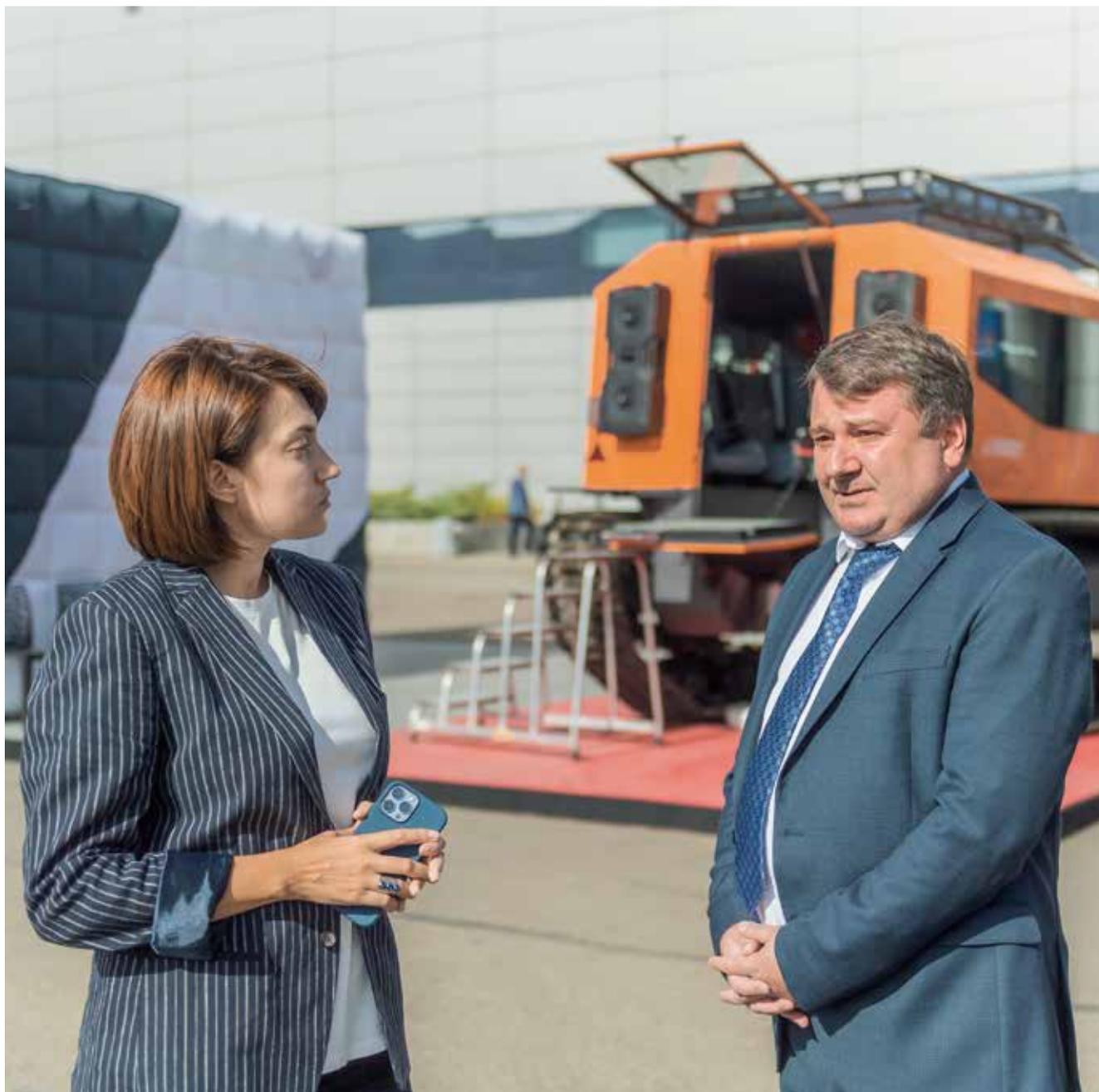
Думаю, участие в выставках один раз в полгода является достаточным.

**Зачем нужно участвовать в деловых мероприятиях сегодня?**

Участие в выставке должно принести экономическую выгоду компании. Именно поэтому для того, чтобы понять, нужно ли приезжать на то или иное мероприятие, необходимо все посчитать и определить планируемый эффект. Участие ради участия никому сейчас неинтересно.

**Сегодня мы много говорим о новых рынках и возможностях для организаторов мероприятий. Заметили ли вы изменения в структуре участников выставок за последние полгода?**

Да. В качестве примера можем взять выставку «Лесдревмаш», которую уже упоминали сегодня. Вообще, лесная отрасль в последнее время на 80% использовала западные технологии и оборудование. Им очень непросто было за год найти замену. Тем не менее, компании отрасли преуспели в этом направлении. Сегодня на выставке представлены предприятия из 11 регионов России, в первую очередь связанные с лесопереработкой. В любом случае специфика российского рынка заключается в том, что ниши здесь потерять легко, а занять, возможно, еще легче, чем мы представляли раньше. Именно поэтому тренд, который мы наблюдаем с февраля на наших выставках, – значительный рост числа российских участников. Также заметно увеличение количе-



ства компаний из стран Ближнего Востока и Азии, в том числе Ирана, Турции и Индии. Например, Иран на выставке «Нефтегаз» был представлен национальной экспозицией. Они привезли порядка 30 компаний. Накануне была организована большая бизнес-миссия на базе Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, по результатам которой мы подписали соглашение между Экспоцентром и Иранской компанией международных выставок Министерства промышленности, шахт и торговли Ирана.

***Рынки этих стран можно считать наиболее перспективными для российских компаний-организаторов?***

Совершенно верно.

***На ваш взгляд, есть ли перспективы у российских событийных проектов и выставочных брендов за рубежом?***

Могу привести один пример. Недавно я вернулся из командировки в Белград. Там наши коллеги из компании «Зарубеж-Экспо» проводили промышленную вы-

ставку-форум Expro-Russia Serbia 2022. Интересно, что приглашение наша компания и другие участники получили от Министерства иностранных дел Сербии. Я был приятно удивлен уровнем мероприятия, на котором присутствовали и посол, и торгпред со стороны России, а также большое количество представителей деловых кругов из обеих стран. Форум вызвал огромный интерес со стороны прессы. Я познакомился с большим количеством компаний – от небольших частных организаций до крупных производств. Всего было пред-



ставлено около 25 предприятий из России. Выставка презентовала разные сегменты экономики нашей страны. Понятно, что Сербия сегодня может стать своеобразным хабом, через который западный бизнес будет искать возможность выхода на российские компании. Никто добровольно терять такой рынок не хочет. Именно поэтому, думаю, что в сложившихся условиях у таких форматов есть будущее. Главное, чтобы они помогли продвигать наши компании и давали им возможность находить новые рынки и партнеров.

**Какие направления международного сотрудничества развивает Экспоцентр сегодня?**

Поскольку Экспоцентр является одним из предприятий, связанных с Торгово-промышленной палатой Российской Федерации, мы максимально используем эти возможности и ресурсы. Здесь и работа по линии двусторонних страновых деловых советов, в частности, с коллегами из

ЕАЭС, АТР и Латинской Америки, и формирование бизнес-миссий.

**А как обстоят дела с Китаем?**

Китайцы очень хотят возобновить сотрудничество и готовы на постоянной основе формировать группы бизнесменов на наши выставки. Однако в Китае до сих пор сохраняются серьезные карантинные меры. Например, после возвращения из России участники делегации будут вынуждены уйти на 14-дневный карантин, что может позволить себе не каждый предприниматель. Пока это единственная преграда к возобновлению сотрудничества, но мы находимся в постоянном контакте с нашими коллегами из Китая и ждем полного открытия границ.

**Появились ли новые организаторы и проекты за последний год?**

В отношении проектов основная задача заключалась в сохранении тех выставок, которые себя заре-

комендовали. Нам это удалось. Мы сохранили сто процентов своих мероприятий. Если мы увидим на рынке интерес к какой-то отрасли, которая у нас пока не представлена, мы всегда открыты к сотрудничеству и партнерской работе по новым проектам.

Также хотел бы отметить еще один тренд последнего времени. Многие организаторы и операторы мероприятий из так называемых недружественных стран локализовались в России. Теперь это местные компании с новыми названиями, которые сохранили с нами сотрудничество.

**Недавно была принята дорожная карта развития событийной отрасли. Экспоцентр входит в рабочую группу по ее реализации. Как эти меры помогут отрасли?**

Как вы знаете, первоначально при подготовке дорожной карты было собрано огромное количество мер для поддержки событийной индустрии. В результате в итоговый документ

вошли 15 первоочередных мер по поддержке отрасли, которые необходимы здесь и сейчас и являются комфортными для государства с учетом экономической ситуации. Наиболее важной из них можно назвать рассмотрение целесообразности федерального закона о выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности. Это серьезный шаг. Мнения среди отраслевого сообщества на этот счет разные. На мой взгляд, закон важен тем, что он обозначит нашу индустрию как определенный сегмент экономики, а также отделит нас от массовых мероприятий. Именно с этим мы столкнулись в разгар пандемии. Выставки и конгрессы были отнесены к сегменту массовых мероприятий и запрещены к проведению в 2020 году. Например, в Экспоцентре было зарезервировано место под госпиталь, а какие-то площадки Москвы были полностью переоборудованы под прием заболевших. При этом в случае принятия федерального закона необходимо быть очень аккуратными с подзаконными актами, чтобы они ни в коем случае не были направлены на ограничения свобод организаторов и участников мероприятий.

Еще одной важной мерой, указанной в дорожной карте, является перераспределение финансовых ресурсов, которые были запланированы Российским экспортным центром на поддержку участия российских компаний в зарубежных выставках, на внутренние мероприятия. Это

серьезный объем средств, который мог бы стать подспорьем для малого и среднего предпринимательства в текущих условиях. Кстати, работа в этом направлении со стороны Российского экспортного центра уже ведется.

*Экспоцентр является одним из предприятий, связанных с Торгово-промышленной палатой Российской Федерации, мы максимально используем эти возможности и ресурсы.*

Также можно отметить меры по налоговому льготам, кадастровому учету и нефинансовой поддержке компаний отрасли. Со стороны отраслевого сообщества была проведена большая работа по подготовке

дорожной карты. Будем надеяться, что меры, указанные в ней, окажут положительный эффект на дальнейшее развитие событийной индустрии России.

**Как вы оцениваете динамику развития российского событийного рынка?**

Мы прекрасно знаем, что за последние 2–3 года событийная индустрия России понесла серьезные потери. Некоторые компании, особенно в регионах, были вынуждены уйти с рынка. В этом наша отрасль следует общему тренду, который наблюдается в целом в экономике страны. Москва и Санкт-Петербург смогли сохранить большую часть отрасли, так как изначально были высокая доля рынка и сильная база, а регионы потеряли до 90% рынка. Процесс восстановления всегда носит долгосрочный характер. Думаю, на это потребуются не менее пяти лет.

**Каким будет Экспоцентр через пять лет?**

Наша площадка останется ведущей на российском рынке. Она будет стремиться к динамичному развитию не только сегмента выставок, но и других сфер событийной отрасли. В фокусе будут новые технологии и разработки отечественных компаний. Через пять лет те новшества, которые появляются сейчас, как раз выйдут на производственный цикл и смогут быть полноценно представлены на выставках. ■

## БЛИЦ-ИНТЕРВЬЮ

**Какое мероприятие вы бы хотели провести?**

Задумываюсь о том, чтобы в будущем провести хорошее конгрессно-выставочное мероприятие в области спорта, в частности, футбола. Раз уж мы везде исключены из международных организаций и лиг, сейчас самое время спуститься с небес на землю и заняться популяризацией футбола внутри стра-

ны. Мне кажется, что перспектива этого направления есть, так как спорта не хватает. Думаю, что при нашей встрече через пять лет смогу рассказать о первых итогах такого мероприятия.

**Сегодня активно развивается внутренний туризм. Какой из регионов России вы посетили в последнее время?**

Свой отпуск в 2022 году я провел в круизе по Волге. За десять дней

удалось посетить много интересных городов, в том числе те, где я раньше не был. В частности, мне понравились Чебоксары. Очень спокойный, размеренный, чистый и красивый город.

**Последняя книга, которую вы прочитали?**

«Изобретения, которые изменили мир», изданная группой авторов под руководством Владимира Михайловича Кононова.

# ВИКТОР ЗАРУДНЫЙ: «МЫ СОЗДАЕМ ВЫСТАВОЧНЫЕ СТЕНДЫ СО СМЫСЛОМ»



## ФОТО:

Даниил Овчинников, агентство Video+

*Рынок выставочной застройки стремительно меняется последние несколько лет. Сегодня практически все крупные деловые форумы сопровождаются объемной экспозицией. Какие тренды существуют сейчас в строительстве выставочных стендов? Какими они должны быть в идеале и как продлить их маркетинговую жизнь? Руководителю объединенной редакции ВНИЦ R&C Александре Юрковой рассказал об этом генеральный директор группы компаний «4ВИДА» Виктор Зарудный.*

**В 2023 году компании «4ВИДА» исполнится 20 лет, а каким был рынок в начале двухтысячных?**

Выставочный бизнес примерно в той форме, в какой мы знаем его сейчас, зародился чуть раньше, в девяностые годы. Тогда существовала совсем другая конъюнктура: желающих участвовать в выставках было намного больше, чем тех, кто мог построить стенд, клиенту было все равно, как выглядит в павильоне его компания, важно присутствие. Развитие рынка шло стремительно, что дало сильный толчок для выставочного строительства. Но это привело к тому, что за 10 последующих лет у клиентов появились запросы на что-то более значительное, им надо было выделяться. Появился запрос на дизайнеров, креативные решения. Мы как раз попали в струю, начали развиваться в этом направлении.

**А как вы сейчас оцениваете уровень развития российского рынка выставочной застройки?**

В России уровень качества один из самых высоких в мире, а цены – значительно ниже. И я отдаю себе отчет в том, что говорю. Я работал в Южной Америке, Африке, Северной Америке, Европе и Азии. За тот же самый результат, качество, материалы, сложность реализации в Западной Европе и Америке заказчик заплатит в 10 раз больше. У нас этот рынок недооценен. К сожалению, мы находимся в стесненных условиях, вызванных покупательской способностью российских клиентов. Они не могут платить дороже, но требуют много больше. Во время пандемии

коронавируса себестоимость выставочной застройки выросла практически в два раза. Панели ЛДСП и пластик дорожали, рос курс евро. У клиентов бюджеты уменьшались, а запросы – нет. Выставочные компании грызут друг друга, жесточайшая конкуренция, бюджеты падают. Поэтому застройщики сами опускают цены. В какой-то момент выставочные компании, коллеги, конкуренты поняли, что в убыток работать невозможно. Надо что-то менять, для эффективности повышать цены или упрощать дизайн. Я думаю, что через 5–10 лет российский выставочный рынок очень сильно изменится. Возможно, сократится количество участников мероприятий, соответственно, меньше станет застройщиков, в конкурентной среде они сами умрут.

*Выставочный стенд – это интеллектуальное мульти-пространство. Мы работаем именно с такими проектами.*

**Думаете, меньше экспонентов станет из-за сокращения бюджетов?**

**Не каждый позволит себе участие в экспозиции?**

Не все пойдут на выставки, сократится количество экспонентов, а со временем – застройщиков. Я надеюсь, что рынок очистится, останутся те компании, которые действительно смогут пройти этот путь.

**Может быть, снизится качество самих стендов – упростится дизайн, не будет сложных технологий и мультимедиа? Есть такая вероятность?**

Безусловно, на любой товар есть свой покупатель. Есть малобюджетные мероприятия, там не нужны дорогие светодиодные экраны. На выставках, где всегда были мощные стенды, думаю, тенденция сохранится. Потому что человек так устроен – когда вещь красивая, он найдет на нее средства. Если инструмент, который используется на выставке, результативен, на него тоже деньги будут. А вот сопутствующие вещи заказчики могут подсократить. Я надеюсь, что останутся клиенты, которым будут нужны интересные технологичные выставочные решения.

**А как клиент ставит вам задачу? Как появляется идея?**

Это самое интересное, наш конек. В 2022 году на Петербургском международном экономическом форуме мы построили шесть стендов, в том числе для банка ВТБ. Задача заказчиком ставилась так: «В связи со сложившейся экономической ситуацией нам необходимо продвигать потребительское кредитование, но

банк находится под санкциями, и нам важно отразить, что, несмотря на это, он растет и развивается». То есть, с одной стороны, нужно было создать нечто такое, что выигрышно выделит бы стенд клиента среди других, а с другой – показать рост. Мы решили использовать образ дерева. В нем есть все – корни, история, традиции правильные, одновременно рост. Внутри ствола проходят живые процессы, на дереве растут ветви, созревают плоды. В зависимости от погоды и времени года оно меняется.

**К тому же древесина – крепкий материал...**

Крепкий, конечно, но податливый. Мы зацепились за дерево, собрались с нашими дизайнерами, провели мозговую шторм. Сидим, смеемся, креативим, думаем, у кого какие образы. У нас это называется «картинка пошла»: пусть с дерева что-то летит, шишки падают, арбузы растут... Такая генерация идей. Потом составили выжимку, откинули лишнее. Пока все только в головах. Начали собирать образ, чтобы отработать те моменты, которые мы отметили. Выстроили архитектуру образа. Нужно ведь сделать не просто дерево, а красивый выставочный стенд. После того, как архитектурный образ был создан, началось проектирование мультимедийного контента, продумали сценарий с месседжами, которые нужны клиенту: «Давайте экран делаем, а здесь расцветающий цветок». И так далее... Все это мы оформили в презентации, поехали представлять клиенту. Заказчик выбрал наш проект, началась реализация, подтянулись инженеры, экранщики, контентщики. В итоге у ВТБ получился стенд-дерево, все экраны гнутые, на потолке огромное количество светодиодов, он весь становился зеленым и реально расцветал. Внутри много пространств, стенд – как арт-объект, в нем все уникально. Светильники из натурального карагача с Северного Кавказа, использовали спилы.

**Какие еще стенды вы делали для экспозиции Петербургского международного экономического форума?**

Строили стенд Газпрома. Весь такой в трубках, светящийся – полностью наша идея и реализация. Строили под ключ ресторан для Краснодарского края, шале почти 2000 квадратных метров: кухня, посуда, брендинг заведения, ресторанная рассадка, деловая зона с кабинетами и место для делового общения. Стенд Совкомбанка – площадь небольшая, но он сложный с точки зрения декора. Стенд Республики Татарстан, интерьер для экспозиции Роснефти почти 200 квадратов.

**Как жаль, что все это работает только три дня...**

---

*Наша сильная сторона – суперкреативные дизайнерские решения и надежная реализация. Нам не боятся доверить самые сложные многозадачные стенды.*

---

Безусловно, необходимо продлевать жизнь стенда в медийном пространстве. Его нужно делать умным: привлекать лидеров мнений, знаменитостей, блогеров, создать цепочки сюжетов, роликов и распространять их в течение года, добавить видеоканал, адресные рассылки. Потраченные на него деньги будут работать еще не один год. Тот, кто этим занимается, окупает инвестиции дважды. Но пока такой подход редкость. Выставочный стенд – это интеллектуальное мультипространство. Мы работаем именно с такими проек-

тами. Стенд может и должен быть интегрирован в структуру бизнеса, поддерживать и продолжать маркетинговые активности бренда. Это со смыслом. Конечно, он стоит дороже. Мы честно говорим, что наша ценовая категория средняя и выше. Мы создаем стенды, которые работают, вшитые в маркетинговую стратегию, помогаем со всеми интеллектуальными решениями.

**Удавалось ли вам создать стенд, который вы сами сочли идеальным?**

А что такое идеальный стенд? В моем понимании – это когда клиент доверяет на 100%, дизайнер уловил то, что необходимо заказчику, творческая составляющая сложилась, в производственном плане все срослось. И как итог, кульминация – открытие выставки и благодарный клиент. Идеальный стенд – это не отличная работа дизайнеров и производства, это сублимация всех эмоций. Появляется ощущение, что жизнь удалась, работали не зря. Да, мне посчастливилось создавать такие идеальные объекты.

Например, очень яркий проект – стенд-спираль для Сбербанка на Петербургском международном экономическом форуме в Ленэкспо. У нас было стопроцентное доверие заказчика. Огромный стенд в середине павильона, балка была под потолок, гигантская металлоконструкция. Мы ухватили идею: спираль – это развитие, образ для банка очень красивый. Плюс только-только появились технологичные решения и мультимедийный контент. Балку-металлоконструкцию мы насытили экранами, все стенды выстроились вокруг спирали Сбербанка. Вес конструкции был девять тонн! Совершенно бомбическая визуальная доминанта, сложнейшая инженерная работа. Мы как дизайнеры испытали тогда невероятный драйв. Все вокруг меняло цвет, когда включались экраны. Полное единение: клиент, участники процесса, дизайнеры, инструкторы, все заразились этой идеей. А не верили, что такое возможно.



**Есть ли сейчас какие-то актуальные тенденции в строительстве выставочных стендов?**

На мой взгляд, сегодня есть некий застой. Лет пять назад мы на каждом крупном мероприятии использовали какие-то новые технологии и решения. Сейчас же, если говорить о сегменте выше среднего, существует тренд на интеллектуальные стенды. Но необязательно супертехнологичные и дорогие. Интеллектуальный стенд должен работать как дополнение к основной идее участия на выставке, один из основных маркетинговых инструментов, интегрированный в цифровой путь участника как на самом мероприятии, так и после него, переходить из офлайна в онлайн и жить дальше. Выставка коротка, всего 4–5 дней, потом все демонтируется. Грамотное интегрирование выставочного стенда в маркетинговую программу экспонента –

это, на мой взгляд, важное решение и главный тренд.

**То есть тенденции не в дизайне, а в чем-то большем?**

Дизайн – это добавленная ценность. Но если говорить о цвете, графике, то все немножко упрощается. Цветовые пятна и гамма возвращаются откуда-то из модерна. Меньше навороченной графики, многоэлементные стенды уже не в тренде. Все становится спокойнее, проще: уравновешенная композиция, легкие материалы. Есть усталость экспонентов от сложных стендов, особенно в секторе B2C. И к тому же бизнес все больше смотрит на эффективность потраченных денег. Сложный элемент, например, подвес – что он даст, если нам платят миллион, что принесет, какое будет количество посетителей, нужен ли он вообще? Лаконичный стенд не всегда дешевле, но сейчас он

получается более осмысленным. Возможно, это связано с тем, что выставочному бизнесу в России тридцать лет, рынок и требования к экспозиции меняются, появляется интеллектуальная составляющая стенда.

**Из этих тридцати лет вы уже двадцать на рынке. Как вы пришли в отрасль, почему такое зашифрованное название компании?**

Я попал на выставки молодым дизайнером, будучи еще студентом Строгановки. Работал в небольшой выставочной фирме, где делал все – и дизайн, и на монтажи ездил, и с клиентами общался. Потом вместе с коллегой, Дарьей Домниковой, мы организовали свою компанию – «4ВИДА». Ребус в названии простой: мы тогда занимались интерьерами, выставочным, полиграфическим и веб-дизайном. Вот четыре направления. А «ВИ» и «ДА» – это



Виктор и Дарья. Сейчас я в компании больше занимаюсь управленческими и операционными вопросами, а Дарья – концептуальным креативом. Компания создавалась как студия дизайна. Мы были яркими, амбициозными, создавали креативные интересные проекты и не ставили задачи превратиться в какое-то большое производственное предприятие. Но выставочный рынок рос быстро, в основном строили стандартные выставочные профили октанорм, эксклюзивными конструкциями мало кто занимался, а креативные идеи нужны были всем, и мы сосредоточились на этом направлении. Иногда сами не понимали, как и что делать. Но начали работать и через три года, в 2005 году, получилось так, что нас подвел один подрядчик и мы остались один на один с клиентом. За две недели надо было построить большой сложный эксклюзивный стенд. В итоге мне пришлось организовать собственное производство. Мы набрали людей, купили станки и все сделали. Так и началась наша производственная деятельность.

**Насколько большая у вас компания сейчас?**

Сегодня в команде порядка 50 постоянных сотрудников, есть временные специалисты, привлекаемые под задачи. Над проектами для Петербургского международного экономического форума работало около 150 человек. У нас практически полный цикл производства, вы сами видели: все делаем, фрезеруем, варим. В компании очень креативные и талантливые дизайнеры, высококвалифицированные инженеры, руководители производства. И все мы работаем над сложнейшими проектами. На ПМЭФ, других крупных форумах сотрудничаем более чем со ста компаниями, реализуем сложнейшие дизайнерские решения. Конечно, нам пришлось обрасти талантливыми ребятами, чтобы и проектировать, и реализовывать.

**Вы сказали, что на рынке выставочных застройщиков высокая конкуренция. То есть компаний много, но есть ли какая-то специализация? Вот у вас какая сильная сторона?**

Да, есть такое. Наша сильная сторона – суперкреативные дизайнерские решения и надежная реализация. Нам не боятся доверить самые сложные многозадачные стенды. Тот же стенд

ВТБ – это яркое мультимедийное пространство, которое работает как живой организм. Гость попадает на выставочный стенд, а там оживают полы, мультимедийные инсталляции, все это переносится в едином сценарии на огромный подвес, который меняет свет, цвет. Вся конструкция управляется несколькими людьми: режиссерами света, звука и видеоконтента. Выставочный стенд стал арт-объектом, который выделяется архитектурой, жизнью бизнес-процессов.

**Как вы пережили пандемию коронавируса?**

Мы ее переиграли! В 2016 году ни о каком вирусе не думали, но я уже размышлял о том, что надо оседать в какой-то локации, чтобы иметь собственные площади, до этого все было арендованным. Наверное, наша компания одна из немногих, у кого производственные площади в собственности. Мы решили, что все надо сделать для себя. Ведь обычно арендованные помещения – это какая-то рухлядь, клиента неловко пригласить, все какое-то депрессивное. Либо стоит очень больших денег. А мы же дизайнеры,

нам хотелось, чтоб было красиво. В 2016-м купили территорию, потом я сам проектировал здание. В марте 2020 года, когда началась пандемия, я получил акт об эксплуатации помещений. Мы переехали, перевезли на новое место производство и офис. В то время, когда при нулевых доходах коллеги по рынку были вынуждены сокращать персонал, тратить деньги на аренду помещений, так как оборудование на улице не выбросишь, мы на сэкономленные средства сохранили 90% штата. Всем было чем заняться – обживали здание, занимались его отделкой. Это позволило нам остаться на рынке, не влезть в долги, сохранить клиентскую базу, коллектив. Пандемия закончилась, и мы двигаемся дальше.

**У вас большая география проектов. Сейчас вы как работаете?**

Мы действительно за эти годы поработали практически во всем мире: Европа, США, Латинская Америка, Австралия. Сейчас концентрируемся на ближнем зарубежье и российском рынке. Скоро у нас выставки в Казахстане, Белоруссии. Много работаем с

музейными экспозициями, делаем проекты даже на Сахалине.

*Мне интересно реализовывать по-настоящему сложные многозадачные проекты.*

**А что в перспективе, хотя бы пять-десять лет? Куда вы ведете компанию?**

Мы не планируем перерастать в индустриальную производственную компанию. Хотим сохранить свои позиции и повысить планку качества, креативности экспозиции, сервиса, расширить портфель услуг. Выставочный стенд – это же не только стены, а еще кейтеринг, экспо-консалтинг, коу-

чинг стендистов, одежда, полиграфия, фото-, видеосъемка, экспонирование или позиционирование арт-объектов, которые показывает клиент. Мы будем расти как компания полного цикла.

**Что лично вам помогло пройти все эти годы, кризисы и радости? Ведь сложный бизнес, очень стрессовый, форс-мажорный. Где берете вдохновение?**

Есть жажда самореализации. Мне интересно осуществить по-настоящему сложные многозадачные проекты с такой кульминацией, как на ПМЭФ. Потому что Петербургский международный экономический форум, Восточный экономический форум, Российский инвестиционный форум – это самые ответственные мероприятия с участием первых лиц, и внимание к ним повышенное. Мне нравится реализовывать проекты с вызовом, которые: «Ах, класс!». Да и хобби для вдохновения у меня тоже яркие. Очень люблю фантастику – фильмы и книги, где сильные визуальные образы. «Интерстеллар» Кристофера Нолана, например. Участвую в гонках по бездорожью, в фестивале «Ладога Трофи». Очень бодрит. ■



# ВАЛЕРИЙ КУДАШОВ: «РЕЖИССЕР СОБЫТИЯ – ЭТО САПЕР ОТ ИСКУССТВА»



## ФОТО:

Вадим Лебедев, агентство Video+

*В конце августа в Москве на ВДНХ состоялся первый Детский культурный форум. Режиссером события выступил Валерий Кудашов. Форум длился три дня и объединил деловую и фестивальную программы. В мероприятиях приняли участие около 1700 детей из различных регионов России и зарубежных стран. В чем состоит задача режиссера, где заканчивается творчество и начинается продюсирование, какие режиссерские приемы полезно знать каждому организатору – у Валерия Кудашова во время мероприятия узнала руководитель объединенной редакции ВНИЦ R&C Александра Юркова.*

***Детский культурный форум проходит впервые. Значит, были нужны очень мощные, взрывные впечатления, которые позволят событию жить дальше. Как вы работали с этим проектом?***

Я всегда на стороне зрителя. Нам важно и нужно его понимать. Во время подготовки форума я много общался со своими детьми, с их друзьями, чтобы узнать, чем они живут сегодня, что для них интересно. Только TikTok и блогеры или большое искусство тоже? Каким я должен сделать событие для них? Я могу поставить для них «Болеро» Мориса Равеля? Как оказалось, могу. С помощью а капелла-группы, когда пятеро ребят своими удивительными голосами исполнили это величайшее классическое произведение. Дети были поражены тому, на что способен голос. И все это ради того, чтобы у ребенка осталось потрясающее впечатление, чтобы он рассказал всем, что узнал здесь об искусстве. Увез бы это новое знание с собой.

***То есть в основу творческой режиссерской идеи ложится конечная цель мероприятия?***

Почти. Все начинается с задачи. Допустим, заказчик определил цель: полторы тысячи детей должны собраться, пообщаться между собой и с лидерами мнений в области культуры. Я начинаю это обдумывать и облекать в художественную канву: восемь федеральных округов России

показывают свои творческие таланты, из этого нужно сделать хороший концерт. И вот во второй день форума у нас проходит концерт «Вдохновение». Он стал мотиватором, показал, что дети, несмотря на свой юный возраст, обладают определенными талантами и навыками, и это помогает им двигаться дальше.

### *У хорошего режиссера зритель всегда соучастник.*

На следующий день мы соединяли ребят из этих федеральных округов между собой. Например, у меня был ансамбль фольклористов из Калининграда и ансамбль русских духовых инструментов из Приморья. До этого момента они друг друга не знали. Для них мы вместе нашли общую тему: сначала выступает один коллектив, затем другой, а потом они соединяются в общем звучании. Это то, что сейчас называют модным словом коллаборация. И она им так понравилась, что, по всей видимости, ребята будут общаться и после мероприятия.

Но у меня как режиссера есть и внутренние задачи: например, чтобы детям было комфортно на площадке, в необыкновенном месте – в центре

Москвы на ВДНХ, чтоб они чувствовали, что к ним хорошо относятся, видели, как делаются красивые вещи.

***Режиссер больше работает с выступающими на сцене или со зрителями?***

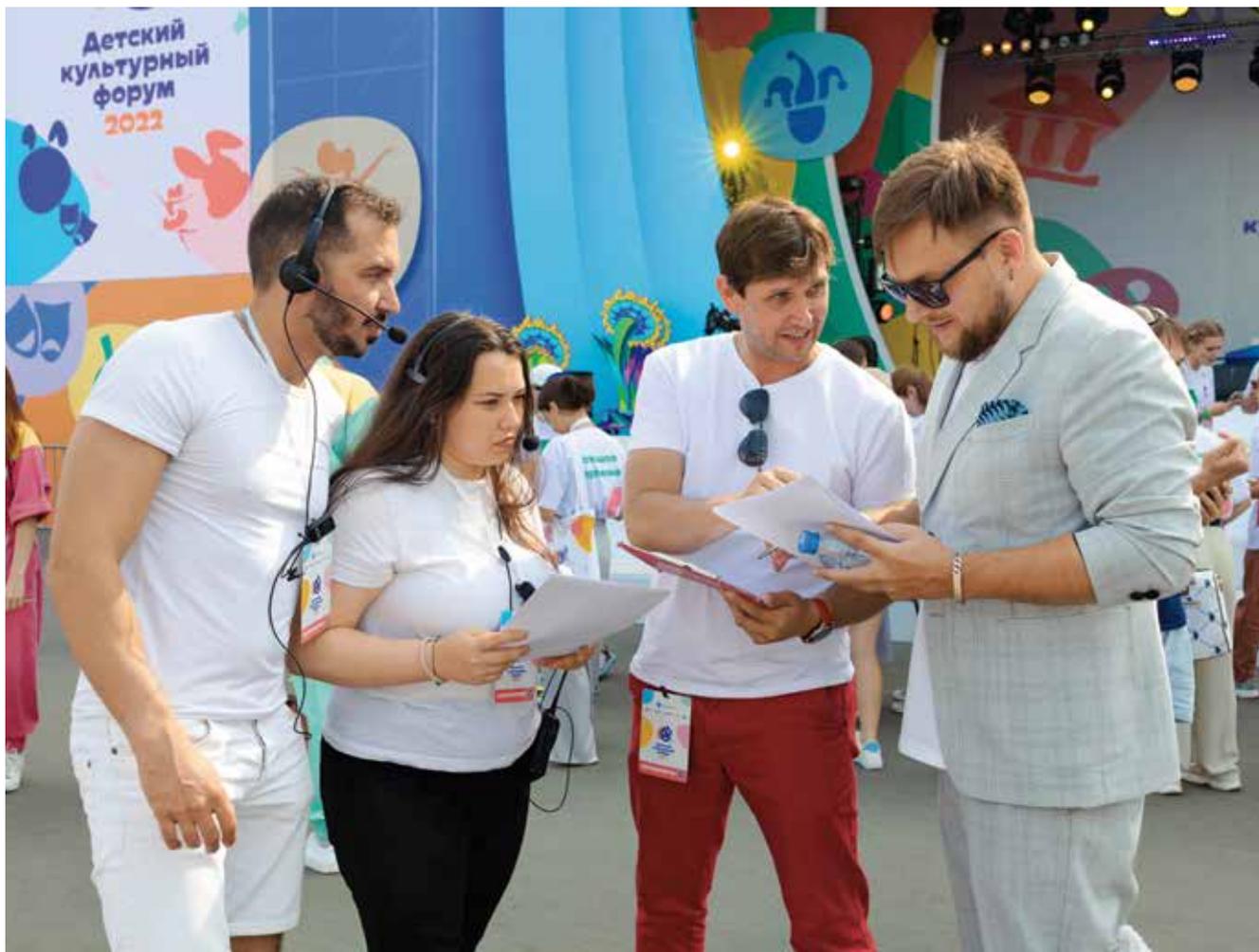
У хорошего режиссера зритель всегда соучастник. Это тенденция, которая идет еще из Древней Греции. Зритель всегда внутри процесса.

***Как донести заказчику творческую идею, чтобы он ее принял?***

Надо просто изначально досконально выяснить, чего он хочет. Что надо донести до сотрудников на их корпоративном вечере? Что компания богата и у нее много денег, или что она расширила свою географию? Заказчик всегда что-то говорит, мы реагируем. Но важно объяснить: режиссера нанимают, чтобы он профессионально решал поставленные задачи. Если заказчик не согласен, то да, я отстаиваю свою точку зрения, спорю. Бывает, что на этапе обсуждения задач я понимаю: здесь не нужны мои режиссерские, креативные ресурсы и возможности, вполне достаточно толковых организаторов.

***А какие основы режиссуры события стоит знать всем толковым организаторам?***

Есть несколько ключевых элементов. Первый – это задача. Неважно,



выпускной в детском саду у ребенка или гала-ужин на международном деловом форуме. Главное – знать, что должен с собой унести участник. Он должен гордиться страной, восхищаться артистами? Всегда нужно знать финальную точку маршрута, куда мы придем в конце истории.

Второй элемент – это пространство. Я всегда задаю вопрос: «Где будет мероприятие?» От того, что располагается вокруг, многое зависит. Играть в хай-тек на фоне павильона Республики Беларусь на ВДНХ сложновато – хорошая советская архитектура будет довлеть. Например, каждое мероприятие в центре Санкт-Петербурга – это «борьба» с творчеством архитекторов XVIII века. Все закончено, все классично, а мне нужно прийти туда и встать со своей малюсенькой сценой так, чтобы это было хотя бы немного сомасштабно и органично. Мы устраивали шоу в День Государственного флага России на Синем мосту у

Мариинского дворца – здания Нодательного собрания. Сцену построили практически прозрачной, чтобы не закрывать дворец, а сделать его частью декорации.

***Это режиссерское решение? Не организационное?***

Да, но если я хочу прозрачную сцену у Мариинского дворца, то дальше начинается организационный разговор: а это вообще реально? У режиссера мероприятия всегда «что» и «как» возникают в голове одновременно: он знает, чего он хочет и как это сделает. Мы не мыслим в отрыве от технологий.

Третьим элементом будет герой события. В Детском культурном форуме участвуют дети. Мы можем вывести на сцену молодого человека в буденовке, кожаной куртке, он скажет: «Поступайте, как я – Павка Корчагин». Вряд ли большая часть

молодой аудитории поймет, кто он. И это не я – плохой или они – плохие. Им Бэтмен, Супермен или Майор Гром ближе, чем Павка Корчагин. Точный выбор героя – вот что важно! Он должен быть знаком, узнаваем и понятен.

Четвертая категория – язык. Я могу с этими детьми сегодня говорить о культуре терминами высокого искусства. Но поймут ли они меня? Ведь бывает тяжело нам читать научные статьи и воспринимать все нюансы. Важно то, как мы доносим смыслы!

Правильная режиссура – это когда образы выстроены так, чтобы зритель что-то оставил у себя в голове. Он уходит с мероприятия, спектакля, хорошего фильма с какой-то идеей. Для каждого она своя. Режиссер собирает из номеров-локутков большое одеяло – художественный образ, картинку, которую зритель считывает.

**Значит, режиссер событий, театральный режиссер и кинорежиссер – разные профессии?**

У нас разный инструментарий. У театрального режиссера главные инструменты – это актер, речь и действие. А еще у него много времени на подготовку. Он может готовить спектакль месяц, полгода, год, сыграть и переделать его еще раз, потом прогонять постановку целый сезон. У режиссеров в кино основной инструмент – монтаж. Можно из одного и того же материала сделать абсолютно разные фильмы.

**А у режиссера события второго шанса нет?**

Мы – саперы от искусства. Каждый мой шаг должен быть максимально точным. Второго шанса нет. Нужно все выверить, проиграть в голове, а если возникает отклонение от плана, я должен знать, что делать. Для зрителя итоговая история должна быть красивой. На мероприятие опаздывают артисты, меняются местами блоки, потому что высокое лицо задерживается или срочно уехало с события. А у меня скомпонована эмоциональная программа, и я здесь и сейчас решаю свою задачу. Однажды такое было на праздновании 9 Мая в Санкт-Петербурге несколько лет назад. Мы закончили шествие Бессмертного полка, плановый перерыв – 30 минут. Вдруг мне через семь минут говорят: надо начинать. А тут артисту стало нехорошо, и он вместо пяти песен спел две. Образовался перерыв в сорок минут, который срочно надо чем-то заполнить. А у нас прямой эфир. Мы за кулисами невидимо для зрителя собрали целое концертное отделение из тех, кто есть в программе. Зритель никогда не узнает, каких трудов стоило это упорядочить. Он увидит красивую картинку. Хороший режиссер всегда готов к любым изменениям. Что бы ни случилось на площадке, я должен оперативно отреагировать и минимизировать ущерб для зрителя, потому что именно он будет моим судьей.

**Тогда чем же режиссер отличается от продюсера мероприятия?**

Это очень близкие сферы. Продюсер – модное новое слово от английского to produce – производить. Режиссер на латыни означает «управлять», и в своем изначальном смысле он больше организатор, чем творец. Творчество в режиссуре мероприятия составляет лишь пятнадцать процентов времени, остальное – организация. Такую цифру я высчитывал, когда защищал кандидатскую диссертацию. Яркая красочная картинка – верхушка айсберга, которая видна всем. Но чтобы глыба льда не перевернулась, существует ее нижняя часть – управление.

---

*Правильная режиссура – это когда образы выстроены так, чтобы зритель что-то оставил у себя в голове.*

---

**Вы сами ищете подрядчиков для реализации ваших идей?**

Конечно, есть наработанные связи, но в первую очередь я ищу единомышленников. Если мне нужно сделать звездную дорожку для кинофестиваля в полкилометра, то мне необходим не только специальный ковролин, а люди, которые скажут: «Круто, давай мы тебе сделаем вот тут оверлок, а здесь еще кое-что». Нужно не просто выполнить свою работу, а решить еще несколько задач. Бывает так, что я прихожу в проект, где подрядчики уже утверждены. Знакомимся, узнаю, чем эти люди живут. Я не пытаюсь стать своим, но показываю, что мы работаем в одной связке.

**В чем разница в режиссуре Детского культурного форума и торжественных церемоний, галла-ужинов на крупных деловых мероприятиях?**

В режиссерском инструментарии отличий практически нет, глобальные подходы потому так и называются. Но внутренние задачи разные. На Детском культурном форуме мы говорим о национальной культуре, показываем, что в России есть разные традиции. Сначала мы завели хоровод на нашей территории, потом собрали всех вокруг фонтана «Дружба народов», где стояли дети из 85 федеральных округов России и 12 стран.

На деловых мероприятиях и церемониях фокус смещается. Во время награждения, например, необходимо подчеркнуть, почему именно эти люди находятся на сцене, за какие заслуги, и что в этот момент испытывают все участники. Они гордятся тем, что это – коллеги или считают их примером для подражания? Это может и должно быть решено деталями. Например, на Юридическом форуме в Санкт-Петербурге было необходимо оставить у участников ощущение, что приехали юристы со всей страны: «нас много, мы вместе». На площадке, в Михайловском замке, мы нашли огромную лестницу – стилобат, где смогли разместиться все 1200 делегатов, организовали активность и сделали совместное фото.

**Во время разговора вы упомянули много созданных вами событий. Какое из них для вас самое главное, каким гордитесь?**

Любое событие было классным. Мы всегда разделяем то, что увидел зритель, и то, что было внутри. Я мог быть недоволен своей кухней, но для зрителя это могло выглядеть хорошо, а в видеоролике – вообще прекрасно. «Какое событие для вас самое главное?» – это страшный вопрос для режиссера. И всегда на него один ответ – последнее. Самое главное событие то, которое ты прожил здесь и сейчас. ■



**31 ОКТЯБРЯ – 1 НОЯБРЯ**  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, 2022

XX ОБЩЕРОССИЙСКИЙ ФОРУМ  
«СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В РЕГИОНАХ И ГОРОДАХ РОССИИ»

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

+7 (812) 363-12-60

# СТРАТЕГИИ ЭПОХИ ТУРБУЛЕНТНОСТИ

## УЧАСТНИКИ

ПРЕДСТАВИТЕЛИ МИНИСТЕРСТВ • СУБЪЕКТЫ ФЕДЕРАЦИИ • МУНИЦИПАЛИТЕТЫ • ГОСКОРПОРАЦИИ • ЭКСПЕРТЫ

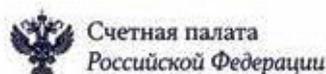
## БОЛЕЕ 35 МЕРОПРИЯТИЙ

СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ • АНТИКРИЗИСНЫЕ СТРАТЕГИИ • ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ ДОКАЗАТЕЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ  
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСПРОГРАММ • НОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В УПРАВЛЕНИИ РАЗВИТИЕМ ТЕРРИТОРИЙ  
ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА СТРАТЕГИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ЛУЧШИХ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПРАКТИК  
ФИНАЛ КОНКУРСА МУНИЦИПАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ «РЕАЛИЗОВАННЫЕ СТРАТЕГИИ: ОТ ИДЕИ ДО ВОПЛОЩЕНИЯ»

6+

**ПРИГЛАШАЕМ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В ФОРУМЕ СТРАТЕГОВ 2022!**

## ОРГАНИЗАТОРЫ ФОРУМА





## СТРАТЕГИИ

- 62** Менеджмент ассоциаций: системный подход к управлению
- 66** Как создать максимально полезную программу делового мероприятия

## СООБЩЕСТВО

- 70** События в мире кино и телевидения

# КОНГРЕССЫ КАК БИЗНЕС

## КОНСУЛЬТАЦИЯ

- 74** Добровольцы. Как организовать работу волонтеров на мероприятиях
- 77** Юридические аспекты событийного волонтерства
- 78** Дистрибуция продающего фотоконтента события

## НЕКОНГРЕСС

- 82** Фестиваль «Окрашено»: стрит-арт по-сибирски



# МЕНЕДЖМЕНТ АССОЦИАЦИЙ: СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ

## АВТОР:

*Сергей Чернышевский,  
генеральный директор,  
сооснователь компаний «СТО Конгресс»  
и «Мед.студио»*

## ФОТО:

*архив мероприятий  
компании «СТО Конгресс»*

---

*Услуги менеджмента для отраслевых ассоциаций широко представлены в мире. Опытном управления и сотрудничества с различными объединениями обладают и российские компании. Чаще всего их изначальная бизнес-модель близка к РСО – профессиональным организаторам мероприятий. Но не только проведение событий входит в их зону ответственности. Как выбрать надежную компанию-управленца для ассоциации? Какие задачи можно решить с помощью менеджмента и правильно использовать ресурсы?*

---

## МЕНЕДЖМЕНТ НА АУТСОРСИНГЕ

Исторически наибольшее развитие услуга управления ассоциациями получила в США и классифицируется как Association Management Company (AMC). В таких компаниях работают профессиональные управленцы, администраторы, проектные менеджеры, маркетологи, продакт-менеджеры, пиарщики, комьюнити-менеджеры, SMM-специалисты, копирайтеры, специалисты колл-центра, менеджеры по привлечению спонсоров, дизайнеры, логисты, тревел-менеджеры, юристы, бухгалтеры, айтишники, видеоинженеры, методологи образовательных программ и другие специалисты. Отличительная черта этих профессионалов – наличие специфического опыта работы с ассоциациями. Не каждый пиарщик с ходу вникнет в требующиеся от него задачи. Ну и конечно, принципиально важна работанность коллектива. Это как сыгранность музыкантов в оркестре – каждый по отдельности, возможно, и хороший исполнитель, но сам по себе этот навык еще не рождает прекрасной музыки.

Хорошо, когда у вас есть все эти специалисты и у них есть постоянный фронт работы, достойная их профессионализма оплата труда. Это не просто осуществить, так как очевидно, что настоящие мастера своего дела стоят недешево и чтобы окупить расходы на них, вам надо быть уверенным, что есть достаточный платежеспособный спрос на эти услуги. Где взять деньги? Они поступают из следующих основных источников: членские взносы организации, оплата конкретных услуг или продуктов, спонсорство коммерческих компаний – за интеграцию их рекламы в информационные продукты профессионального объединения.

Почему ассоциации выгодно нанять AMC? Когда вы посчитаете все ваши доходы и сравните их с постоянными и переменными расходами, то окажется, что экономически целесообразным будет аутсорсинг этой

услуги профессиональной компании, которая благодаря консолидации, масштабированию и отладке бизнес-процессов сможет стабильно предоставлять услуги профессиональной команды по цене в 3–5 раз ниже, чем если бы вы взяли их в штат. При этом нанимать самих специалистов на аутсорсинг напрямую – тоже не лучшая идея, так как, кроме необходимости эффективно управлять ими, у вас возникнет вопрос преемственности при смене того или иного сотрудника. Отдаст ли пиарщик все контакты профильных СМИ, айтишник – базы данных, а дизайнер – исходники? Как известно, все потери в процессах происходят на стыках, и в случае ротации специалистов вы гарантированно приобретете головную боль и разочарование ваших клиентов.

Значит, главная выгода найма AMC – экономия средств и оптимизация рисков? Нет, не только. Несмотря на то, что ассоциация с юридической точки зрения – это некоммерческие организации и их деятельность не предполагает извлечения прибыли, тем не менее среди них также есть конкуренция за такие ресурсы, как внимание и деньги аудитории и средства спонсоров. И даже если ассоциация в данный момент коммерчески безубыточна и успешна, это не значит, что так будет всегда, так как на рынке растет конкуренция как с другими отраслевыми объединениями, так и с провайдером услуг, например, образовательных. Поэтому сегодня перед ассоциациями стоит актуальная задача постоянной адаптации к новым условиям и развития. А это, в свою очередь, требует ресурсов, профессионализма и готовности принимать риски. Решить эту задачу могут компании менеджмента ассоциаций.

### СЕРВИС AMC

Полный список услуг довольно обширный, но среди общего списка можно выделить следующие:

- стратегическое планирование, управление и развитие, создание и увеличение ценности ассоциации;

- лоббирование интересов заинтересованных сторон на различных уровнях, в том числе правительственном;
- работа с сообществом: привлечение, вовлечение, активация, информирование, развлечение, менеджмент баз данных, управление отношениями и прочее;
- работа с индустрией: создание продуктов, продажа, предоставление услуг, поддержание и развитие отношений и прочее;
- управление проектами, организация мероприятий и выставок;
- финансовое, бухгалтерское и юридическое обслуживание, управление рисками;
- технические и креативные услуги: информационные технологии, видеопродакшен, дизайн, предоставление оборудования и прочее;
- образовательные программы;
- развитие лидерства и обучение спикеров публичным выступлениям.

Кроме того, AMC оказывает какую-то часть требуемых услуг. Поскольку выбор компании-исполнителя – это очень ответственное решение, а ее сотрудничество с ассоциацией начинается не совсем с чистого листа, то руководство организации сначала хочет увидеть партнера в деле, понять, что истинные ценности и культура команды отвечают ожиданиям лидеров объединения, убедиться, в конце концов, что слова партнера не расходятся с делом. И этот процесс постепенной передачи все большей и большей ответственности может занять несколько лет.

Может случиться так, что в результате испытательного периода сотрудничество не сложится. И причина проблемы будет не только в неумении компании создать и донести свою ценность руководству ассоциации, но и в нежелании или неспособности действующих исполнителей ассоциации передать существующие процессы в руки AMC. Ведь на кону репутация, которая зарабатывается годами, а потерять ее можно буквально за один день.



## ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ АМС

В России услуга полноценного менеджмента ассоциаций пока не развита. Компания «СТО Конгресс» стремится закрывать все потребности клиентов, но мы никогда не настаиваем на том или ином объеме услуг, не просим передать нам управление обществом под ключ, если клиенту комфортнее оставлять определенный объем задач и общий контроль за собой и своими штатными сотрудниками. В результате сотрудничества с АМС ряд наших клиентов-ассоциаций вывел ценность объединения для своих членов и партнеров на новый уровень, удержал и усилил свое присутствие на российском и международном рынках.

В 2013 году началось наше сотрудничество с Российской ассоциацией репродукции человека (РАРЧ). Компания «СТО Конгресс» организовала ежегодную конференцию РАРЧ. Это ключевое мероприятие ассоциации, на котором у ее членов есть уникальная возможность встретиться друг с другом, поделиться опытом, посетить образовательные лекции и семинары, узнать о достижениях ин-

дустрии, новых препаратах и оборудовании.

За последние годы вместе с РАРЧ нам удалось увеличить бюджет проекта примерно в три раза, количество участников мероприятия – в два раза. Созданы региональные образовательные проекты, которые расширили охват профессионалов и повысили ценность членства. В пандемию коронавируса был оперативно запущен ряд поддерживающих онлайн-проектов с международным участием, что позволило в период высокой неопределенности повысить информированность и стабильность членов сообщества.

«Проведение онлайн-мероприятия на тему COVID-19 и связанных с ним сложностей было своевременным для нашей профессиональной деятельности. Ассоциация стала источником информации, какого-то позитива и в итоге поддержкой для репродуктологов. Безусловно, для нас привлечение внимания всего сообщества к деятельности профессионального объединения имеет огромное значение и нам необходимы актуальные форматы коммуни-

каций», – говорит президент Российской ассоциации репродукции человека Владислав Корсак.

Как правило, научные и медицинские ассоциации проводят свои мероприятия в профильных комплексах. Например, Общество офтальмологов России традиционно собирало участников своих конференций в МНТК «Микрохирургия глаза» имени академика С. Н. Федорова, где располагается штаб-квартира организации. Конечно, ассоциации удавалось существенно экономить на аренде специализированной площадки и различных услугах, но в определенный момент стало понятно, что нужно выходить на новый уровень. Компания «СТО Конгресс» семь лет сотрудничает с Обществом офтальмологов России, и за это время уровень и престиж мероприятий стали выше. Количество участников событий выросло в три раза. Ежегодно бюджет мероприятий в среднем увеличивается на 30%. Кроме того, запущен ряд новых проектов, усилилось присутствие ассоциации в регионах страны. Общество офтальмологов России провело мероприятия для лидеров отрасли в Сочи, Ростове-на-Дону, Уфе и во Владивостоке.

«Нам необходим такой помощник, как компания менеджмента ассоциаций, – рассказывает председатель Общества офтальмологов России Борис Малюгин. – Компания «СТО Конгресс» продвигает наше профессиональное объединение в медицинском сообществе, оценивает рыночные возможности, расширяет географию образовательных проектов, оценивает риски и возможности».

Общество активно поддерживает отношения со своими членами в социальных сетях, в частности, в телеграм-канале «Кругозоркость», где успешно проводятся онлайн-мероприятия, а участники ассоциации активно обмениваются опытом, общаются, помогают друг другу, делятся ссылками на интересные статьи, книги, видео, подкасты. Таким образом, профессиональное объединение служит своим членам, следует за их интересами и потребностями, удерживает лидерские позиции в офтальмологии.

Для Российского общества акушеров-гинекологов (РОАГ) компания «СТО Конгресс» провела 86 научно-образовательных конференций. В мероприятиях «Школа РОАГ» приняли участие 60 000 специалистов. Это позволило поднять профессиональный уровень акушеров-гинекологов и смежных специалистов, повысить уровень медицинской помощи, укрепить региональные связи. На протяжении шести лет сотрудничества нам удалось провести несколько десятков профильных, специализированных мероприятий федерального масштаба, создать образовательный портал, открыть в Национальном медицинском исследовательском центре акушерства, гинекологии и перинатологии имени В. И. Кулакова профессиональную студию для трансляции лекций и вебинаров. В 2022 году планируется провести отбор и церемонию награждения специалистов премией имени В. И. Кулакова. Это позволит повысить статус профессии акушера-гинеколога, поощрить лучших, а также показать примеры молодым врачам. ■



### НА ЧТО ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ ПРИ ВЫБОРЕ УПРАВЛЯЮЩЕЙ КОМПАНИИ

1. Стабильность предприятия: сколько лет в бизнесе.
2. Отсутствие задолженности по налогам, юридическая чистота организации, отсутствие исков к организации или ее учредителям.
3. Офис компании: место расположения, удобство, представительность.
4. Общее впечатление от переговоров: доброжелательность сотрудников, гибкость, оперативность в предоставлении требуемых данных и прочее.
5. Опыт работы в менеджменте ассоциаций, отзывы клиентов.
6. Наличие сотрудников, специализирующихся в определенных отраслях. Распределение обязанностей среди персонала, когда каждый делает свою работу, а не один за всех.
7. Системность в работе: бизнес-процессы, документооборот, правила.
8. Опыт работы в вашей профессиональной области, например, в медицине, науке, ИТ и так далее.
9. Предлагаемые услуги: работа с членской базой, маркетинг и продвижение, привлечение финансов в проекты, образовательные проекты, цифровые услуги, организация мероприятий.
10. Опыт работы в регионах, если есть региональные события.
11. Доступ к технологиям и умение ими пользоваться: работа с базами данных, CRM, регистрация онлайн и на площадке, видеопродакшен, организация трансляции и прочее.
12. Отсутствие конфликта интересов с другими клиентами поставщика.
13. Лояльность существующих клиентов.
14. Стоимость услуг, прозрачность ценообразования.
15. Готовность отчитываться о проведенной работе и форма отчетов.



# КАК СОЗДАТЬ МАКСИМАЛЬНО ПОЛЕЗНУЮ ПРОГРАММУ ДЕЛОВОГО МЕРОПРИЯТИЯ

## АВТОР:

Светлана Смольнякова,  
соучредитель и генеральный директор  
компании «Просперити Медиа»

## ФОТО:

архив мероприятий компании  
«Просперити Медиа»

Сегодня руководители ключевых функциональных подразделений корпоративного бизнеса могут подобрать для себя подходящее мероприятие от ведущих компаний, а от коллег-практиков получить информацию о возможностях повышения эффективности. Особенно серьезно подходят к выбору событий финансовые директора, которые хорошо считают деньги и согласны тратить приличные суммы, только если в этом есть прямая выгода. Как создать деловую программу так, чтобы мероприятие было полезным для финансовых менеджеров? Как не ошибиться при выборе темы и ключевых пунктов делового события? Каким должен быть оптимальный состав спикеров?

## ДОПУСК НА ФИНАНСОВЫЙ РЫНОК

Мы начали свою деятельность в 2007 году с организации мероприятий для финансистов, что и отражено в названии нашего ключевого бренда и одноименного интернет-ресурса – CFO Russia. Основными темами были бюджетирование, контроллинг, развитие казначейства, управление рисками, налоговое планирование, международные стандарты финансовой отчетности. В то время в России проводились всего одно-два специализированных мероприятия для финансовых руководителей, которые по большей части ориентировались на общение, а не на обмен лучшими практиками. Погрузившись в работу с потенциальной аудиторией, мы обнаружили, что, с одной стороны, финансовым директорам гораздо проще принять решение о посещении того или иного мероприятия, ведь зачастую они распоряжаются бюджетами. С другой – их крайне сложно убедить в необходимости этого, поскольку такие специалисты щепетильно относятся к распределению денежных средств и собственного времени. Они внимательно знакомились с программами и задавали вопрос: какую конкретную пользу я получу от участия? Постепенно мы разработали обширную функционально-отраслевую программную сетку, в рамках которой каждый финансовый руководитель может подобрать себе конференцию, исходя из тех задач, которые стоят в данный момент перед ним и его компанией. Некоторые проекты наша компания реализует уже более 10 лет, например, проводит мероприятия на темы бюджетирования, управления казначейством. Встречи для обсуждения узкоспециальных вопросов, таких как управление оборотным капиталом в ритейле, организуются, когда спрос на них высок.

На волне бурного развития организационных моделей и информационных технологий мы начали осваивать и появляющиеся перспективные ниши: общие центры обслуживания, электронный документооборот, цифровизация, роботизация и прочее. Компания «Просперити Медиа» соз-

дала также ряд отраслевых проектов, в частности, форумы финансовых директоров компаний, работающих в таких сферах, как фармацевтика, строительство и торговля.

Многообразие тем и целевых аудиторий диктует необходимость внедрения разнообразных форматов мероприятий. Большинство наших проектов представляют собой одно- и двухдневные конференции, но мы также организуем бизнес-завтраки, дискуссионные клубы, онлайн-практикумы, экскурсии, а также четырехдневные мероприятия – «недели», включающие не только деловые, но и развлекательные программы.

## ЕВРАЗИЙСКИЙ КУРС

Большинство наших мероприятий проходит в Российской Федерации, преимущественно в Москве. Однако, когда это позволяет рыночная и мировая конъюнктура, мы отправляемся за границу, чтобы обеспечить участникам отечественного рынка возможность ознакомиться с лучшими зарубежными практиками. Осенью 2022 года компания «Просперити Медиа» проведет Treasury Transformation Forum в Стамбуле и 33-ю Международную конференцию SSOs & GBS в Нур-Султане. Весной 2023 года мы планируем организовать строительный форум в Стамбуле. Это не первый международный опыт, под брендом CFO Russia компания «Просперити Медиа» проводила конференции по налоговому планированию в Праге и работе общих центров обслуживания в Будапеште и Брно. Если раньше цель выездных мероприятий состояла в изучении местного опыта, то сейчас наша задача – помочь российским компаниям как можно оперативнее адаптироваться к новым политическим и экономическим реалиям. Турция и Казахстан становятся главными финансовыми и логистическими хабами для отечественного бизнеса. На мероприятии, посвященном трансформации казначейства в Стамбуле, участники обсудят перспективы сотрудничества с Турцией и странами СНГ, изменения в налоговом за-

конодательстве, на которые нужно обратить внимание резидентам и нерезидентам, оптимизацию процессов казначейства с помощью автоматизации и роботизации и многое другое. На международной конференции в Казахстане спикеры и делегаты обсудят, как обеспечить непрерывность работы общих центров обслуживания в период нестабильности, расширить их функционал, цифровизировать и роботизировать процессы, мотивировать и удерживать сотрудников и прочее.

Также мы проводим конкурсы «Лучший ЭДО в России и СНГ» и «Лучший ОЦО в России и СНГ» – они направлены на выявление и популяризацию достижений российских и международных компаний, работающих на рынках России и стран СНГ, в области развития электронного документооборота и общих центров обслуживания.

Сегодня в портфеле компании «Просперити Медиа» более 60 проектов под брендами CFO Russia и Prosperity Media, ориентированных на руководителей высшего и среднего звена крупных компаний, работающих в России. За время работы мы сумели справиться с тремя серьезными экономическими кризисами, но в 2022 году, как и другим участникам событийного рынка, нам снова пришлось бороться за выживание. Тем не менее в первом полугодии компании «Просперити Медиа» удалось реализовать три десятка запланированных проектов, сохранить команду и обеспечить ежемесячную прибыль.

## ДЕСЯТЬ ШАГОВ К УСПЕШНОМУ СОБЫТИЮ

Опираясь на наш опыт, предлагаем практические советы для подготовки такой деловой программы, которая сделает ваши мероприятия востребованными аудиторией.

1. Быстрая реакция на перемены. Последние три года, прошедшие под знаком черных лебедей, мы живем в режиме скользящего планирования: пересматриваем перечень мероприя-



тий не раз в полгода, как раньше, а как минимум ежеквартально, а то и чаще. Когда Россия вошла в эпоху санкций, и у компаний возникли проблемы с приобретением и транспортировкой товара, мы оперативно включили в план деловые события по логистике и закупкам. Весной 2022 года мы провели ранее незапланированные онлайн-конференции – «Антикризисное управление закупками» и «Логистика под санкциями: как найти новые каналы коммуникации и транспортировки товаров». Во время кризиса всегда важна скорость реакции. В то время уже не было ковидных ограничений, но мы провели события онлайн, потому что так проще оперативно собрать экспертов для обсуждения острых тем. Например, один из спикеров на момент проведения мероприятия находился на выставке в Испании и во время включения по горячим следам рассказал слушателям, что происходит в отрасли. Если бы мы приглашали всех спикеров выступить офлайн, у нас бы не получилось разностороннего обмена опытом. Онлайн-формат и сегодня позволяет собрать широкую аудиторию для однодневной конференции. Слушатели могут общаться со спикерами, не выходя из офиса: знакомиться с важной информацией, получая примеры антикризисного управления.

2. Постоянная связь с целевой аудиторией. Чтобы сформировать актуальную программу мероприятия, мало опираться на свои знания и опыт, изучать деловые СМИ и другие открытые источники информации. Поэтому команда продюсеров конференции CFO Russia всегда начинает работу с опроса представителей целевой аудитории. Исследование по теме предстоящего события проводится среди участников мероприятий прошлых лет, а также тех, кто интересовался событием, но по тем или иным причинам не смог принять в нем участие. Мы выясняем, что хотят услышать специалисты, а также уточняем, какие изменения произошли в их компаниях за последнее время: на какие бизнес-процессы и риски они обращают внимание, какие новые подходы применяют.

3. Ключевые пункты программы. На основе данных, полученных в ходе опроса, составляется сводная таблица с расширенным перечнем тем, которые ложатся в основу программы мероприятия. Нередко продюсеры предлагают скорректировать название события, чтобы оно более точно отображало изменившиеся запросы аудитории. К примеру, в 2022 году вместо конференции «ИТ в фарма-

цевтике» мы проводим «Цифровые технологии в фармацевтике: фокус на импортозамещении и повышении эффективности», а название «Международное налоговое планирование» поменялось на «Актуальные вопросы налогообложения в России и зарубежных юрисдикциях».

Если подавляющее число респондентов выделяют одни и те же тренды, продюсер оформляет их в виде ключевых пунктов программы. Как правило, они представлены специальными форматами, отличными от стандартных презентаций с практическими примерами. В зависимости от темы это может быть аналитический обзор, панельная дискуссия, мастер-класс, интервью на сцене или что-то еще, позволяющее максимально подробно и глубоко раскрыть вопросы, которые волнуют аудиторию. Например, на конференции «Риски в промышленности» на сцене состоялось интервью с врио директора Департамента финансово-банковской деятельности и инвестиционного развития Минэкономразвития России Александром Киревниным. Он ответил на вопросы модератора и слушателей, рассказал о национальной системе финансирования зеленых проектов и инициатив.

4. Забота об удобстве участников. Места проведения конференций мы обязательно согласуем с участниками – если мероприятие состоится не в Москве, организуем опросы. Сейчас много событий проходит в гибридном формате, что помогает привлечь больше участников. Отметим, что онлайн-мероприятия требуют серьезных усилий со стороны технической службы организатора для обеспечения спикерам и участникам уровня комфорта очных конференций. Поэтому при подготовке такого события надо учитывать: на какой ИТ-платформе проводить событие, как оперативно переключиться на другую платформу в случае сбоев, как наладить быструю помощь участникам, если у них не запускается презентация, пропадает звук, зависает картинка и прочее. Опыт работы компании «Просперити Медиа» показал, что для качественного проведения онлайн-меропри-

тия необходимо иметь собственные ИТ-службу и оборудование. Это позволяет не зависеть от специалистов других площадок и компаний, сдающих системы в аренду.

5. Спикеры ведущих компаний. Мы ориентируемся на представителей крупного бизнеса, поэтому отдаем предпочтение экспертам флагманских компаний, обладающих лучшими практиками и внедряющих передовые управленческие и информационные технологии, опираемся также на рейтинги РБК-500, газеты «Коммерсантъ». Выделяем топ компаний, и из полученных списков приглашаем поделиться своим опытом представителей российских и международных организаций, имеющих офисы в России. Также мы регулярно работаем со спикерами из-за границы. Гибридный формат мероприятий упростил работу с зарубежными докладчиками: теперь им необязательно ехать в командировку и они могут выступать удаленно.

6. Спикеры из министерств и ведомств. Важная часть мероприятий – выступления представителей различных государственных структур. Делегатам требуются разъяснения от первых лиц по поводу тех или иных законодательных нововведений или инициатив, а чиновникам диалог с представителями крупного бизнеса помогает своевременно вносить необходимые коррективы в свою работу. Например, на конференции по налогам обязательно приглашаются спикеры из ФНС России. В июне 2022 года мы провели информативный деловой завтрак «Налоговый мониторинг», на котором, помимо представителей службы, выступили сотрудники Главного научно-исследовательского вычислительного центра ФНС России и Российского центра компетенций и анализа стандартов Организации экономического сотрудничества и развития РАНХиГС. Мы составили программу так, чтобы представители этих структур взаимно дополнили и раскрыли тему цифровых решений для налогового мониторинга.

7. Рейтинг лучших спикеров. В течение года на конференциях выступают сот-

ни докладчиков. Чтобы понимать, кто из них в какой мере оказался полезен аудитории, мы ввели систему оценок. Участники мероприятия заполняют анкеты, где ставят оценки всем спикерам по десятибалльной системе. Если докладчик заработал высокий средний балл за содержательность и качество подачи информации, продюсеры снова приглашают его выступить. Но не стоит слишком часто приглашать одних и тех же спикеров, поскольку аудитория заинтересована в получении разнообразного контента.

В течение многих лет мы вручаем призы лучшим спикерам наших мероприятий на специальной церемонии награждения. В их числе лучшие докладчики и те, кто вошли в топ-3, удостоившись от слушателей оценки не менее 9,5 баллов. Спикеры ценят эти награды, так как они не только подтверждают их ораторское мастерство, но и свидетельствуют о высочайшем уровне профессиональных компетенций. Ведь аудитория оценивает прежде всего содержательную часть доклада, которая отражает результаты реализации проектов по внедрению лучших практик и повышению эффективности бизнеса.

8. Отбор докладов. Главное требование к спикерам – представление практических кейсов в формате «проблема – решение». Мы формулируем цель нашего мероприятия следующим образом: каждый делегат приезжает на конференцию с определенным набором задач, поставленных перед ним руководством, и проблем, с которыми он столкнулся в процессе работы. Из докладов спикеров он должен почерпнуть возможные пути решения своих проблем, набор практических инструментов, которые были использованы его коллегами в аналогичных ситуациях и привели к успеху. Эту формулу мы выработали для себя, когда увидели, как на конференции по контроллингу один из делегатов вышел из зала в фойе, не дожидаясь перерыва, позвонил подчиненным и начал надиктовывать алгоритм действий для решения проблемы.

9. Качество общения. Уровень профессионального общения на мероприятии

определяется не только тем, кто присутствует в зале и кулуарах, но и тем, кто там отсутствует. На мероприятии не должно быть случайных людей. Нередко в погоне за повышением количества участников организаторы раздают бесплатные приглашения, что негативно сказывается на качестве аудитории. Чтобы попасть на мероприятия компании «Просперити Медиа», необходимо оплатить участие. Стоимость участия в наших конференциях – одна из самых высоких в отрасли, но благодаря этому мы обеспечиваем необходимый состав аудитории и гарантируем максимальную пользу от общения как слушателям, так и рекламодателям, поскольку на площадке присутствуют люди, принимающие решения. Разумеется, за большие деньги аудитория ожидает качественную программу, насыщенную свежими идеями и практическим инструментарием, а также обслуживание высокого уровня, приятное и полезное общение в кулуарах.

10. Обратная связь. После мероприятия мы собираем подробные отзывы всех участников. За обратную связь отвечает отдел по работе с клиентами. В процессе разговора с делегатами мы выявляем возможные недочеты в организации и при наличии каких-либо жалоб вносим коррективы в наши стандарты и процессы, чтобы исключить появление похожих проблем в будущем. Например, во время пандемии коронавируса мы отказались от сотрудничества с определенными отелями, допустившими существенное снижение качества работы банкетной службы, увеличили продолжительность перерывов между секциями на некоторых наиболее посещаемых конференциях, чтобы предоставить участникам больше времени для неформального общения.

Хотя в анкетах делегатов есть графа, где можно оставить свои пожелания или высказать претензии, наш опыт показывает, что лишь немногие готовы четко сформулировать и написать отзыв по горячим следам. А вот спустя несколько дней можно точно выяснить, какое впечатление произвело на участников то или иное мероприятие, насколько оно оказалось для них полезным. ■



## СОБЫТИЯ В МИРЕ КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

### АВТОР:

**Ольга Жукова,**  
исполнительный директор Ассоциации  
продюсеров кино и телевидения

### ФОТО:

Фонд Росконгресс

В июне в рамках Петербургского международного экономического форума состоялась сессия «Кинопроизводство в России: новый этап», организаторами которой выступили Ассоциация продюсеров кино и телевидения и Roscongress Club. В ней участвовали ключевые представители правительственных структур, киноиндустриальных ведомств и ведущие российские продюсеры. Приглашенные эксперты обсуждали непростую ситуацию, которая сложилась в отечественной кинематографической отрасли в результате санкционного давления зарубежных стран на Россию, и предлагали пути выхода из нее. Это и другие деловые мероприятия помогают профессиональному сообществу не только обсуждать актуальные вопросы, но и расширять возможности отечественной киноиндустрии.

## В ЦЕНТРЕ СОБЫТИЙ

Основная цель Ассоциации продюсеров кино и телевидения – принимать непосредственное участие в развитии отечественной киноиндустрии, консолидируя усилия ведущих российских продюсеров. Профессиональный опыт лидеров кинематографа позволяет выявлять самые актуальные вопросы и проблемы отрасли, находить способы их решения. В частности, объединение ставит перед собой следующие задачи:

- взаимодействие с органами законодательной и исполнительной власти в вопросах поддержки и развития киноиндустрии;
- борьба с пиратством;
- реализация проекта «Кино России»;
- поддержка профильного образования;
- организация и проведение отраслевых мероприятий, а также участие в них продюсеров кинокомпаний;
- оказание содействия в выплате авторских вознаграждений.

Ассоциация продюсеров кино и телевидения принимает активное участие в обсуждении самых острых и актуальных вопросов отрасли и в поисках эффективных способов их решения на ключевых мероприятиях. В числе таких событий – Петербургский международный экономический форум, в рамках которого профессиональное объединение ежегодно организует сессии. Например, в июне 2022 года участниками сессии Ассоциации стали ключевые пред-

ставители правительственных структур, киноиндустриальных ведомств и ведущие российские продюсеры. Среди них начальник управления президента Российской Федерации по общественным проектам Сергей Новиков, генеральный директор Президентского фонда культурных инициатив Роман Карманов, генеральный директор АНО «Институт развития интернета» (ИРИ) Алексей Гореславский, руководитель департамента предпринимательства и инновационного развития Москвы Алексей Фурсин, исполнительный директор Фонда кино Федор Соснов, генеральный директор Фонда поддержки военно-патриотического кино (Военкино) Максим Ксензов, губернатор Новгородской области Андрей Никитин, министр культуры Калининградской области Андрей Ермак, заместитель генерального директора Пятого канала Марина Белова, соучредитель и генеральный продюсер компании COSMOS Studio Александр Акопов, генеральные продюсеры кинокомпании «Триикс Медиа» Инесса Юрченко и Сергей Щеглов, генеральный продюсер группы компаний «Гамма» Виктор Будилов, генеральный директор продюсерского центра «Леан-М» Владимир Утин и режиссер, народный артист России Алексей Учитель. Приглашенные эксперты обсуждали непростую ситуацию, которая сложилась в отечественной кинематографической отрасли в результате санкционного давления зарубежных стран на Россию, и предлагали пути выхода из нее. Актуальные вопросы развития кинематографа, в частности развитие регионального кино,

поднимались на ежегодном событии «Российская креативная неделя», Российском инвестиционном форуме, выставках CPS и CSTB.PRO.MEDIA, форуме Telemultimedia и многих других.

Ассоциация продюсеров кино и телевидения активно поддерживает кинофестивали, проводимые в различных регионах России, среди которых Московский международный кинофестиваль, ежегодный фестиваль сериалов, снятых для телевидения и онлайн-кинотеатров «Пилот», «Золотая тарелка» в Казани, «Одна шестая» в Екатеринбурге и многие другие.

## КИНО В РЕГИОНЫ

Одной из приоритетных задач Ассоциации продюсеров кино и телевидения является развитие регионального кинематографа. Более пяти лет совместно с Агентством стратегических инициатив и при поддержке Министерства культуры России она реализует проект «Кино России». Он направлен на создание благоприятных условий для кино- и телепроизводства в субъектах Российской Федерации. В частности, речь идет об открытии в регионах кинокомиссий, которые безвозмездно оказывают кинокомпаниям помощь в подборе съемочных локаций, получении разрешений на съемки, обеспечении безопасности их проведения, а также в привлечении местных кадров. Поддержку кинопроизводителям оказывает система рибейтов – компенсация кинокомпаниям части их

**Ассоциация продюсеров кино и телевидения (АПКиТ)** – некоммерческая организация, основанная в 2009 году. Ее учредителями стали 17 кинокомпаний. Сегодня АПКиТ объединяет 41 кинокомпанию. Среди них – «Кинокомпания СТВ», COSMOS Studio, продюсерская компания «Среда», Star Media, «Марс Медиа Энтертейнмент», Yellow, Black and White, «Продюсерская Фирма Игоря Толстунова», Bazelevs, «Амедиа Продакшн», «МИГ Пикчерс», «ВайТ Медиа», ГПМ КИТ, «Триикс Медиа», KITSTUDIO, «Централ Партнершип», «РИМ Продакшн», «Леан-М», «Кинокомпания Гамма», «Студия 2В», «ТелеАльянс», «ПРИОР Продакшн», «Мотор фильм студия», «РУССКОЕ», 1-2-3 Production, Art Pictures Vision, «Яндекс. Студия», «План 9», AP Entertainment, «ХитФильм Продакшн», «Иви», FILM Collection, «МТС Медиа», Fresh Film, Team Films, «НМГ Студия», «ВоенФильм», «МЭРИОТ», «ТРОМЕДИА», «Продюсерская компания Валерия Тодоровского», Legio Felix и Okko. В совокупности они производят свыше 60% российского аудиовизуального контента: сериалы, полнометражные и документальные фильмы, анимационные проекты и телешоу. Председатель правления АПКиТ – глава «Кинокомпания СТВ», продюсер Сергей Сельянов.

затрат на съемки из региональных бюджетов.

В ходе реализации проекта «Кино России» были подписаны соглашения с 19 российскими регионами, в числе которых Санкт-Петербург, Московская, Калининградская, Ульяновская, Самарская, Новгородская, Иркутская, Ростовская, Вологодская, Псковская, Калужская, Ярославская, Ленинградская и Нижегородская области, Краснодарский и Краснодарский край, Республика Карелия, Адыгея и Чувашия. В 2022 году кинокомиссии действуют в 33 субъектах, а поддержку кинокомпаниям в виде компенсаций части затрат на съемки сегодня оказывают 10 субъектов Российской Федерации: Калининградская область, Краснодарский край, Ленинградская, Мурманская, Нижегородская, Новгородская области, Пермский край, Республика Карелия, Республика Крым и Санкт-Петербург.

Скаждым годом сумма выплаченных рибейтов и потраченных средств кинокомпаниями в регионах растет. Например, в Мурманской области за год она увеличилась почти вдвое. В 2020 году было выплачено 5 млн рублей, а затраты кинопроизводителей составили 31,6 млн рублей. В 2021 компенсировано 8,5 млн, затраты – 58,5 млн. В Новгородской области в 2021 году относительно показателей 2019 года сумма рибейтов выросла с 4,2 до 6,7 млн рублей, а вклад в экономику – с 22 до 33 млн рублей.

Лидер по показателям – Калининградская область. С 2017 года, когда начала действовать система рибейтов, сумма выплаченных регионом компенсаций увеличилась с 14,6 до 66,3 млн рублей, а затраты кинокомпаний превысили 278 млн рублей. В 2021 году рибейты получили авторы таких сериалов, как «В клетке – 2», «По закону военного времени», «Оффлайн», фильма «Хочу замуж» и других.

Также проект «Кино России» является драйвером развития регионов. Съемки фильмов помогают в привлечении путешественников и способствуют росту туристического

потока, развивается инфраструктура, например, гостиничный бизнес. Кроме того, улучшается внутренняя социальная обстановка за счет создания новых рабочих мест. Кинопроекты являются эффективным инструментом инвестиционного роста, обеспечивая приток средств от кинокомпаний. И, конечно, приезд съемочных групп позитивно влияет на саму жизнь региона: для жителей – это культурное событие, а для местных кинопроизводителей – опыт и точка роста производства собственного контента.

Стоит отметить, что опыт реализации проекта усилил интерес регионов к программе рибейтов. Так, представители местных администраций и кинокомиссий проводят туры для кинематографистов для приезда их в свои города. В 2022 году такие мероприятия были организованы правительствами Красноярского края, Тульской и Мурманской областей. Туры стали действенным инструментом привлечения съемочных групп в регионы. Например, в Красноярском крае были организованы масштабные съемки проектов кинокомпаний, входящих в Ассоциацию продюсеров кино и телевидения.

В рамках развития проекта «Кино России» планируется подписание соглашений с рядом субъектов Российской Федерации, в частности, с Ханты-Мансийским автономным округом и Северной Осетией.

### ПРИЗНАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛОВ

На протяжении десяти лет Ассоциация продюсеров кино и телевидения проводит церемонию вручения Национальной кинематографической премии. Мероприятие является одним из самых грандиозных событий отрасли. Его концепция заключается в признании ведущими российскими продюсерами по-настоящему успешных с точки зрения бизнеса и художественной ценности сериалов и фильмов. Для авторов кинопроектов – это уникальная возможность получить авторитетное мнение о своей работе

и быть отмеченным профессиональным сообществом.

В отличие от стандартных кинопремий, Ассоциация отмечает не только общеизвестные режиссерскую, актерскую и сценарную работы, но и деятельность художников по гриму и костюмам, кастинг-директоров, звукорежиссеров и других. Премия стала исключительной профессиональной наградой для всех представителей киноиндустрии.

Конкурс учрежден в 2013 году и присваивается более чем в 20 номинациях, направленных на продвижение отечественного кино и демонстрацию достижений российской киноиндустрии. Премия открывает новых профессионалов и кинопроекты, которые становятся востребованными на зарубежных рынках, что поднимает международный кинематографический имидж России.

Профессиональный приз Ассоциации выполняет и социально важную задачу – популяризацию российского кино среди зрителей ТВ и отечественных онлайн-платформ. Эта цель достигается через трансляции церемонии вручения Премии. Так, в 2021 году на площадках МТС ТВ и Пятого канала в момент проведения церемонии награждения было отмечено более 500 тысяч просмотров. Еще около 5 млн человек посмотрели трансляцию события на международной орбите «Пятого канала». Ежегодное информационное освещение Национальной премии также вносит вклад в увеличение интереса россиян к отечественным фильмам и сериалам. В 2021 году общий охват публикаций в СМИ составил 87,7 млн человек, а в соцсетях – 155 млн.

Торжественное событие Ассоциации было оценено престижным международным конкурсом BEA World 2020 в номинации Digital / Hybridmeeting, Convention & Incentive. Кроме того, два года подряд оно становилось лауреатом конкурса «МедиаБренд». В 2020 году мероприятие завоевало золото в номинации «Лучший проект с использованием технологий VR/AR», серебро за «Лучший ивент» и «Лучшее оформ-

ление интернет-проекта». Вручение IX Премии Ассоциации продюсеров кино и телевидения состоялось в 2021 году в студии Пятого канала в стиле детективного расследования. Для реализации идеи были построены театральные декорации, задействована первая в России студия дополненной реальности Parallax Digital с применением технологии Virtual Production.

В 2021 году кейс IX Премии Ассоциации продюсеров кино и телевидения стал лауреатом конкурса Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России (АКМР) и Издательского дома «МедиаБизнес». Награды получены в номинациях «Лучшее деловое событие» и «Лучшая студия для проведения онлайн-события». Кроме того, мероприятие Ассоциации получило бронзу BEA World 2021 в номинации The New Physical Event.

#### ПУТЕВКА В МИР БОЛЬШОГО КИНО

Развитие профильного образования также входит в ряд важнейших задач, над которыми ведет активную работу Ассоциация продюсеров кино и телевидения. Совместно с Высшей школой кино «Арка» ежегодно проводится «Баттл киношкол». Главная задача этого

события – дать возможность выпускникам профильных учебных заведений презентовать свои лучшие работы жюри – ведущим российским продюсерам, главам кинокомпаний, входящих в Ассоциацию. В конкурсе участвуют студенты пяти киношкол. Проведение такого мероприятия – еще один способ организовать диалог между первыми лицами киноиндустрии и представителями талантливой молодежи, которые разрабатывают интересные идеи и готовы реализовать их. Презентации кинопроектов открывают новые горизонты как для участников события, так и для крупнейших производителей контента. Кроме того, это не только смотр новых талантов, но и отличный стимул для самих киношкол, уникальный инструмент сонастройки запросов продюсеров и профильных образовательных учреждений.

Заметным вкладом в развитие кинообразования стала инициатива Ассоциации по поддержке среднего специального образования в области кинопроизводства. В настоящее время в России наблюдается рост образовательных учреждений, которые выпускают будущих кинематографистов разных профилей. Несмотря на это, острая потребность кинокомпаний в сотрудниках остается на прежнем уровне: наблюдается дефицит таких профессий, как осветитель, механик

камер, фокус-пуллер и других. Ассоциация предложила подготовить образовательные модули для дополнительной подготовки студентов кинематографических и смежных специальностей. После обучения у молодых специалистов появится возможность практиковаться на съемочных площадках с последующим трудоустройством.

Выдвинутую инициативу поддержали правительство Москвы, «Московский центр развития профессионального образования» и киношкола «Студия 24». Начальным этапом ее реализации стала проведенная встреча с выпускниками нескольких столичных учебных заведений среднего профессионального образования, на которой присутствовали продюсеры кинокомпаний. В ходе визита они поделились тонкостями работы в кино и рассказали, как стать частью большого мира киноиндустрии. Безусловно, проведенная встреча повлияла на рост интереса молодежи к процессу кинопроизводства и возможности стать его непосредственным участником.

Также в качестве поддержки кинообразования, Ассоциация продюсеров приобрела монтажные станции для Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения на безвозмездной основе. ■

#### КОМПЕНСАЦИЯ ЗАТРАТ НА КИНОПРОИЗВОДСТВО В РЕГИОНАХ РОССИИ

Регион	Сумма, руб.	Процент возмещения
Калининградская область	40 млн	до 40%
Краснодарский край	50 млн	до 20%
Ленинградская область	14,4 млн	до 20%
Мурманская область	15 млн	до 30%
Нижегородская область	20 млн	до 80%
Новгородская область	30 млн	до 40%
Пермский край	Исходя из поданных заявок	до 50%
Республика Карелия	10 млн	20%
Республика Крым	10 млн	до 20%
Санкт-Петербург	150 млн	Балльная система

Источник: Ассоциация продюсеров кино и телевидения, 2022 г.



## ДОБРОВОЛЬЦЫ. КАК ОРГАНИЗОВАТЬ РАБОТУ ВОЛОНТЕРОВ НА МЕРОПРИЯТИЯХ

ПО МАТЕРИАЛАМ

Фонда Росконгресс

---

*На значимых мероприятиях, таких как Восточный экономический форум и других крупных деловых событиях, участников и гостей встречают приветливые, компетентные молодые люди – волонтеры. Как присоединиться к команде добровольцев, по какому принципу отбирают кандидатов для работы на объектах мероприятия? Как мотивировать волонтеров и какие риски должен предусмотреть организатор мероприятий в случае их привлечения?*

---

## КАК СТАТЬ ВОЛОНТЕРОМ

Сегодня трудно представить организацию крупномасштабного мероприятия без помощи волонтеров. Как бы долго и тщательно ни готовилось событие, предоставить все запланированные сервисы для каждого делегата, участника, представителя СМИ на должном уровне без таких добровольных помощников просто невозможно. Волонтеры оказывают участникам необходимую поддержку на всех объектах события – от пунктов прибытия, центров аккредитации, рекомендованных отелей до мест проведения мероприятия. Среди их основных функций: встречи и проводы делегатов, выдача бейджей, помощь на пунктах контроля доступа, ориентирование на площадке, консультирование на стойках информации, администрирование конференц-залов, переговорных комнат, выставочных пространств, зон питания и делового общения, координация шаттлов, сопровождение делегаций.

Волонтером может стать любой заинтересованный в этом человек старше 18 лет. «Традиционно такая возможность более интересна студентам гуманитарных специальностей, однако нередко к нам приходят и люди старшего возраста, – рассказывает заместитель директора Фонда Росконгресс Ирина Жильцова. – Для регистрации волонтеров на наших мероприятиях разработана специальная онлайн-платформа, где кандидаты могут подавать заявки на конкретные проекты и получать информацию об этапах отбора. Чтобы стать волонтером, необходимо подать заявку, пройти обучение, сдать по его итогам экзамен и окунуться с головой в драйв конгрессно-выставочных мероприятий». Для этого необязательно проживать в городе проведения события. Фонд Росконгресс сотрудничает с вузами в разных регионах России, а также с Ассоциацией волонтерских центров по формированию делегаций добровольцев из других городов страны. Например, в 2022 году в рамках Петербургского международного экономического форума на площадке мероприятия работали порядка ста

волонтеров из разных городов России от Архангельска до Якутска, для которых были организованы проезд и проживание в Санкт-Петербурге на период подготовки и проведения ПМЭФ. Количество волонтеров на мероприятии зависит от масштаба события и его потребностей, числа объектов, размеров площадки и может варьироваться от 10 до 1000 человек.

## ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ

Фондом Росконгресс для волонтеров событий разработана и внедрена онлайн-платформа, где кандидат может создать свой профиль, подавать заявки на участие в том или ином мероприятии. Работает информационный центр, куда можно обратиться по различным вопросам как по телефону горячей линии, так и по электронной почте. После распределения по функциональным направлениям каждый доброволец получает от штаба по работе с волонтерами контакты куратора. Этот сотрудник обеспечивает их сопровождение и консультирует по организационным вопросам, оперативно информирует обо всех изменениях, важных этапах подготовки и участия в проекте, сервисах, которые предоставляются волонтерам. Если блок многозадачный и группа многочисленна, то для координации также могут привлекаться тимлидеры из числа волонтеров, наиболее заинтересованных в том, чтобы проявить свои организаторские и деловые способности. Перед мероприятием с каждым добровольцем заключается договор о безвозмездном оказании услуг.

## ОТБОР ВОЛОНТЕРОВ

Отбор добровольцев для работы на мероприятиях Фонда Росконгресс осуществляется на конкурсной основе по результатам экзаменов или собеседований по итогам курса обучения, который разрабатывается отдельно для каждого проекта. При этом обязательно проводится личная беседа с каждым кандидатом, чтобы оценить степень заинтересованности и го-

товности включиться в процесс подготовки и проведения мероприятия. Экзамен – это важный инструмент закрепления полученной кандидатом информации о событии, что помогает волонтерам подготовиться к ответам на вопросы участников. При отборе учитывается и уже приобретенный кандидатом опыт, однако ключевое значение имеет именно усвоение информации, полученной в ходе подготовки к конкретному мероприятию, что демонстрирует серьезность отношения кандидата к проекту.

Все волонтеры проходят два основных этапа подготовки: общее обучение для всех кандидатов и специализированные тренинги по функциональным направлениям на объектах работы. В ходе общего обучения кандидаты знакомятся с организационной составляющей участия в проекте: этапами подготовки, требованиями к добровольцам, сервисами, предоставляемыми волонтерам, доступными функциональными направлениями. Кроме этого, с основами делового этикета официальных мероприятий: правилами поведения, нормами общения и взаимодействия с участниками, особенностями построения внутренних коммуникаций в команде организаторов. А также с общей информацией о планируемом мероприятии: его историей, структурой, объектами, предоставляемыми участникам сервисами.

Неотъемлемой частью общего этапа подготовки волонтеров сегодня стало санитарно-эпидемиологическое обучение, которое Фонд Росконгресс организует совместно с коллегами из Управления Роспотребнадзора региона проведения мероприятия. Далее обучение продолжается уже в рамках функциональных направлений, в ходе которого добровольцы знакомятся со своими непосредственными обязанностями, руководителями и объектами работы.

## ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ФАКТОР

Как и в любой работе с людьми, основным принципом является взаимное уважение. Важно, чтобы каждый

человек, взаимодействующий с добровольцами, понимал значимость их вклада в успех мероприятия. На встречах со специалистами Фонда Росконгресс подчеркивается, что основная задача волонтеров – помощь участникам, создание атмосферы гостеприимства и доброжелательности на объектах мероприятия. Решение же любых конфликтных вопросов – обязанность администраторов, руководителей, кураторов. Кроме того, команда Фонда Росконгресс старается максимально оберегать волонтеров от любых неоднозначных ситуаций.

«Участие в мероприятии в качестве волонтера – это отличная возможность для студентов начать формировать свое личное и профессиональное портфолио, – уверена заместитель директора Фонда Росконгресс Ирина Жильцова. – Ведь совмещать полноценную работу с учебой достаточно сложно и мало кто на это решается, а при подборе кандидатов на штатные позиции работодатели почти всегда опираются на уже приобретенный опыт соискателя».

Волонтеры получают уникальные навыки и знания в области организации мероприятия, знакомятся со спецификой конгрессно-выставочной индустрии, приобретают опыт работы в команде, в сложной и разноуровневой системе масштабного события. Помимо этого, многие вузы учитывают волонтерские часы и подтверждение участия в проектах во время конкурса на повышенную стипендию. По итогам работы на проектах Фонда Росконгресс все волонтеры получают благодарственные письма от организаторов. Также на память остается униформа мероприятия.

Основная мотивация волонтеров все же – это приобретение новых знаний и навыков, участие в грандиозных мероприятиях, возможность практики иностранного языка и получение опыта организации конгрессов и выставок. Лучшим добровольцам предлагается прохождение стажировок в различных дирекциях Фонда Росконгресс, а также возможность стать членом делегации на мероприятиях

в других городах. Так, например, 30 волонтеров Петербургского международного экономического форума ежегодно отправляются во Владивосток для участия в организации Восточного экономического форума. В этом случае дорога и проживание полностью обеспечиваются Фондом Росконгресс. Кроме того, волонтерам мероприятий предоставляются на объектах горячее питание, вода, комфортная униформа, мобильная связь, если на работе необходимо активно использовать телефон, трансферы до удаленных объектов. Они не тратят свои деньги на собственное обеспечение во время участия в проектах Фонда Росконгресс, все необходимое предоставляется организаторами.

Сфера организации конгрессно-выставочных мероприятий является довольно специфичной. Опыт, который приобретают волонтеры, участвуя в проектах, ценится при отборе кандидатов на штатные позиции в Фонде Росконгресс. В настоящее время в организации довольно много сотрудников, которые пришли на работу из числа волонтеров мероприятий. Профессионалам иногда гораздо проще разглядеть своего кандидата из числа тех, кто помогал им на проектах, чем изучать резюме на сайтах.

#### УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ

«При работе с волонтерами важно понимать, что, в отличие от штатного сотрудника или временного персонала, работающего за оплату, они приходят к вам в свободное от своей основной деятельности время, – отмечает Ирина Жильцова. – Есть повышенный риск того, что им нужно будет покинуть свое рабочее место в случае, например, назначения экзамена в университете или любых других событий, которые имеют в жизни добровольцев важное значение и поэтому могут оказаться приоритетнее, чем участие в проекте». Для минимизации этого риска сотрудники Фонда Росконгресс активно работают с учебными заведениями, проводят переговоры о согласовании участия студентов в качестве волонтеров ме-

роприятий, направляют официальные письма и списки задействованных учащихся, готовят подтверждающие справки для деканатов в зависимости от запросов вузов. Помимо этого, при планировании потребности проекта в помощи волонтеров необходимо закладывать резерв, то есть нужен человек, который сможет заменить коллегу, отлучившегося с рабочего места по тем или иным причинам. «Важно сформировать понятные и оперативные инструменты коммуникации с волонтерами, проинструктировать о том, кого и как нужно оповестить в случае невозможности выхода на объект, ведь чем раньше вы узнаете о проблеме, тем скорее сможете ее решить», – поясняет Ирина Жильцова.

#### ВОЛОНТЕР – ЛИЦО МЕРОПРИЯТИЯ

В Фонде Росконгресс уверены в том, что идеальный волонтер – человек, который искренне любит помогать, общительный, доброжелательный и, конечно, ответственный и компетентный. Одной из самых важных задач организатора мероприятия является формирование атмосферы гостеприимства и комфорта участников и представителей СМИ. И если на подготовительном этапе она реализуется штатными сотрудниками команды организаторов, то во время проведения события практически полностью отдается волонтерам.

«Мы часто повторяем ребятам аксиому: волонтер – это лицо мероприятия. И это не пустые и громкие слова, а факт, – говорит Ирина Жильцова. – Именно волонтеры встречают участников, отвечают на их вопросы на всех объектах события, помогают сориентироваться на площадке, найти шаттл, зал заседания и так далее. Вот почему мы уделяем такое серьезное внимание их подготовке и обучению, обеспечиваем всеми необходимыми сервисами, комфортными условиями работы и не устаем повторять, что их главное оружие и украшение – улыбка и горящие глаза, дающие участнику мероприятия понять, что здесь ему рады и обязательно помогут». ■

# ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОБЫТИЙНОГО ВОЛОНТЕРСТВА



## АВТОР:

*Татьяна Петровская,  
партнер компании «EVENT-ЮРИСТЫ»*

Термин событийное волонтерство официально определен только в «Методических рекомендациях для территориальных органов Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий». Согласно данному документу, событийное волонтерство – это добровольческая деятельность, направленная на помощь в организации и проведении крупных мероприятий местного, регионального, федерального и международного уровней. На нее распространяется действие Федерального закона № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)» от 11 августа 1995 года.

Законодательством России не установлена обязанность организатора оформлять Положение о волонтерстве. Однако предпочтительно использовать подобный документ. В таком Положении могут быть зафиксированы принципы и конкретные цели волонтерской деятельности, механизмы ее осуществления, права и обязанности добровольцев, формы поощрения. При оформлении договора с волонтером рекомендуется:

1. Включить в договор условие о предмете, например, таким образом: «Волонтер обязуется безвозмездно выполнить социально направленную, общественно полезную работу непосредственно благополучателю, а добровольческая организация организует передачу результата работ благополучателю».
2. Обозначить в договоре условия о безвозмездности, благотворительной цели работы, услуги волонтера.
3. Описать способ выполнения добровольческой деятельности: в чем заключается работа или услуга волонтера, указать время, место такой деятельности.
4. Указать требования к волонтеру, например, навыки и умения, которыми он должен обладать, сроки выполнения работ, оказания услуг, а также условия предупреждения в случае досрочного расторжения договора и ответственности сторон.
5. Включить в договор особые условия, связанные с видом волонтерской деятельности, например, если осуществление добровольческой деятельности требует использования спецодежды, униформы, средств индивидуальной защиты, например, медицинских масок.
6. Указать в документе о регламентах, правилах, которые необходимо соблюдать волонтеру при осуществлении добровольческой деятельности.
7. Включить пункты о конфиденциальности полученной волонтером информации, об обработке персональных данных, страховании ответственности добровольца и формах его поощрения.
8. При привлечении к организации мероприятия волонтеров следует учитывать, что к нематериальным

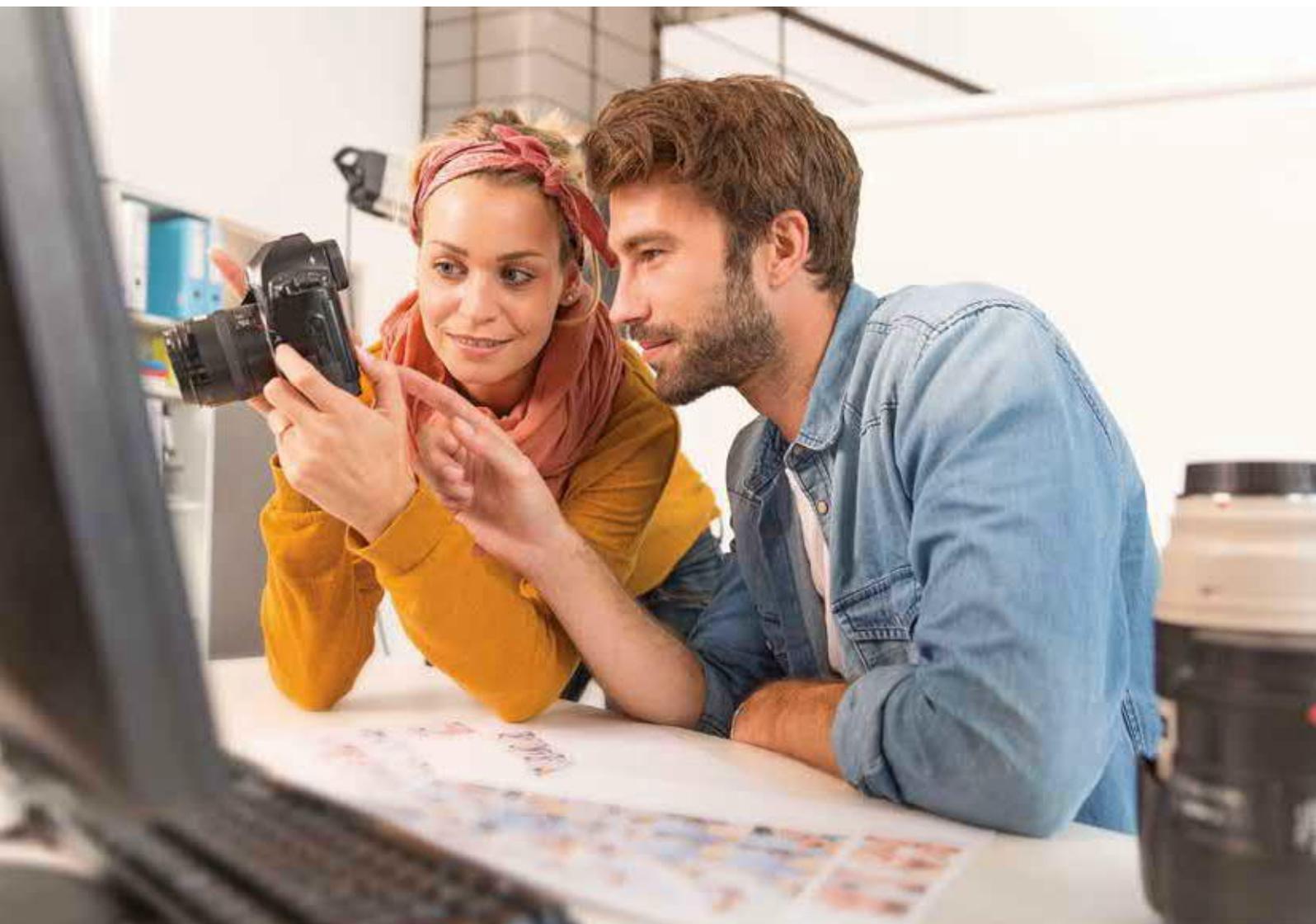
формам поощрения добровольца можно отнести: записи об общественно полезной деятельности в Личной книжке волонтера, рекомендательные письма, публичные объявления благодарностей.

9. Договор с волонтером может предусматривать обязанности организатора волонтерской деятельности по предоставлению добровольцу питания, форменной и специальной одежды, оборудования, средств индивидуальной защиты, помещения во временное пользование, оплате проезда до места назначения и обратно, уплате страховых взносов на добровольное медицинское страхование либо страхование его жизни или здоровья в период действия соглашения, а также по возмещению расходов, связанных с исполнением обязанностей волонтера.

10. Рекомендуется избегать указаний часов работы, выходных дней, отпуска, систематических поощрений, иных условий, как правило, упоминаемых в трудовом договоре.

Так как документ, подписываемый с волонтером, является гражданско-правовым договором, в нем можно предусмотреть меры ответственности за неисполнение им обязательств, определенных в договоре, например, неустойку, которую организатор вправе требовать в случае невыхода волонтера на площадку мероприятия или при повреждении экипировки. Однако при определении размера неустойки нужно помнить, что речь идет об услугах / работе, оказываемых волонтером безвозмездно. Добровольец может счесть такое условие не отвечающим его интересам и отказаться от заключения договора. Если же в результате действий / бездействия волонтера будет нанесен какой-либо ущерб, он подлежит возмещению в порядке, предусмотренном Гражданским кодексом Российской Федерации. ■

# ДИСТРИБУЦИЯ ПРОДАЮЩЕГО ФОТОКОНТЕНТА СОБЫТИЯ

**АВТОР:**

*Елена Конвисар,  
основатель ЭКСПОшколы*

**ФОТО:**

*leszekglasne, hurricanehank –  
Фотобанк Фотодженка*

---

*Журнал CongressTime завершает публикацию материалов о том, как правильно организовать и провести фотосъемку события, что нужно сделать для того, чтобы получить качественную картинку. В заключительной статье мы обсудим работу над отчетом мероприятия: как отбирать, оформлять, подписывать и распространять контент для максимального информационного охвата и влияния на продажи.*

---

## МЕХАНИКА РАСПРОСТРАНЕНИЯ КОНТЕНТА

Дистрибуция фотоконтента – это затратный по времени, требующий разнообразных технических навыков, но важнейший этап работы по окончании события, который дает бренду мероприятия максимальный информационный охват, но которым, к сожалению, часто пренебрегают.

**Цели дистрибуции.** Так как залог продаж – это множественные информационные касания одновременно в разных каналах, в задачи этапа входят:

- формирование качественного фотоотчета, в котором виден бренд / товар / персона, они представлены максимально выигрышно, читаются продающий слоган, спецпредложения, QR-коды или ссылки на электронные представительства;
- обеспечение его появления в различных каналах – собственных, соучастников и СМИ;
- поиск поводов для множественных касаний в каждом конкретном канале и распространение материала несколькими волнами: в день мероприятия, сразу после его окончания, в итогах месяца, года и всегда, когда нужно добавить визуальной значимости продукту.

## ОФОРМЛЕНИЕ КОНТЕНТА

Рассмотрим этапы подготовки исходного массива фотографий к публикациям в конкретном канале.

**Сбор исходных материалов.** Надемся, вы вняли советам из первой и второй статей этой серии и получили от официальных фотографов качественные снимки по всем ключевым точкам и событиям сразу же в день мероприятия. Если же фотограф отработал плохо и материалов не хватает, попробуйте сделать стоп-кадры с видеотрансляций, проверьте ка-

налы всех ваших партнеров – если они делали фото самостоятельно, соберите изображения от участников по отметкам в соцсетях.

**Отбор.** Для дистрибуции мы отбираем кадры, которые отвечают одновременно всем интересам – нашим и того канала, где мы предполагаем размещение:

- на фото есть признаки нашего бренда или продукта,
- передана нужная нам атмосфера, намеки и послания,
- комплиментарно отражены все вложенные ресурсы – для размещения в каналах партнеров и соучастников.

---

*Важная часть продвижения с помощью фотоследа – брендинг фотографий. Это особенно важно сделать, если в кадр не попало ни одного признака бренда или продукта.*

---

В качестве шпаргалки для отбора используйте техническое задание фотографу, где указаны обязательные точки съемки.

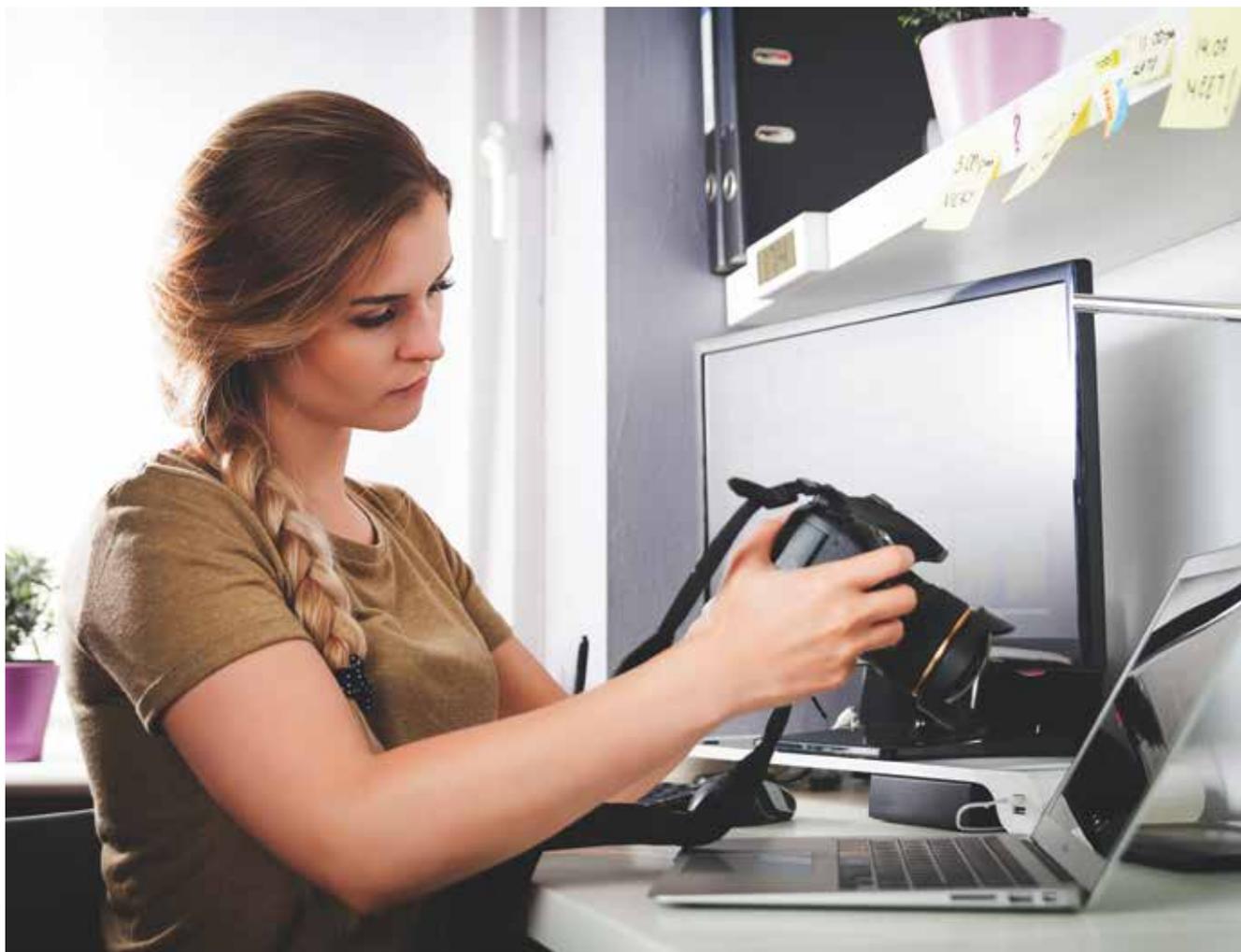
**Кадрирование и обработка.** Если фотограф отработал качественно, то максимум, что вам нужно сделать – удалить неприглядные детали по краям кадра или вычленить особенно выразительные части. Настройки фотоаппарата были выставлены неправильно? Тогда потребуется тотальная обработка фотографий в Photoshop. Если плохо отработа-

ли службы на площадке, и в кадре много беспорядка, который остается даже после кадрирования, то можно попробовать перекрыть его логотипом события. Когда и это не поможет, придется нарисовать порядок с помощью графических программ. К ним же придется прибегать, если не найдется ни одного комплементарного фото важного спикера. Все это в совокупности затягивает сдачу фотоотчета и увеличивает его стоимость, поэтому лучше потратить силы и время на качественную подготовку и саму съемку, чем на последующую сложную обработку.

**Брендинг.** Важная часть продвижения с помощью фотоследа – это брендинг фотографий как минимум в своих каналах. Особенно это важно сделать, если пространство события не было качественно оформлено к фотосъемке и в кадр не попало ни одного признака бренда или продукта. Для ускорения работы наносите мини-логотип на все фотографии с помощью редактора в автоматическом режиме. В некоторых случаях имеет смысл нанести водяные знаки – если вы создали эксклюзивный для рынка контент, например, привезли мировую звезду бизнеса и хотите закрепить это достижение за собой.

**Подбор подписи.** Во-первых, подберите и проверьте написание названий брендов и фамилий людей, попавших на фотографию. Во-вторых, подберите их аккаунты – для упоминания при размещении в соответствующих соцсетях. В-третьих, тщательно сформулируйте продающие подписи – в качестве подсказок используйте тексты, разработанные для оформления мероприятия. Также полезно использовать поисковые слова по вашей тематике, так как при размещении в интернете подписи фотографий тоже индексируются.

**Выбор формата фотоотчета.** Вы можете использовать для размещения как отдельные фотографии, так и создавать истории из собранных в нужную последовательность



изображений. Например, в виде коллажа – где зритель одним взглядом может охватить важные моменты события. Или удерживать его внимание с помощью фотоколлажа, слайд-шоу, карусели картинок в соцсетях. А для особенно памятных событий можно издать подарочные фотокнижки.

### ОПЕРАТИВНО ИЛИ КАЧЕСТВЕННО?

Отдельного внимания требует ответ на вопрос: насколько оперативно необходимо размещать фотографии, сделанные вашим фотографом в общем доступе? Я действую так – чем лояльней к нам аудитория, чем более она сама заинтересована в размещении фотографий в своих каналах, тем быстрее можно и нужно предоставить ей доступ к материалам и тем

менее тщательным может быть их отбор с нашей стороны.

Так, фотографии, на которых запечатлены слушатели мероприятия, идеально выложить сразу же и в полном объеме, получив их от фотографа прямо на площадке – для того чтобы в течение ближайших часов все смогли опубликовать свои посты и сториз с профессиональными фотографиями, а не собственные кривоватые селфи. Все желающие смогут опознать себя и выбрать понравившееся изображение. Это касается также лояльных докладчиков, стендистов, спонсоров и их PR-служб. А вот если ваш спикер – звезда или сделал вам большое одолжение, придя на мероприятие, то хорошим тоном будет самим отобрать его наиболее комплементарные фотографии, не заставляя известного человека выискивать свои портреты в общей массе.

Для профильных и, как правило, электронных информационных спонсоров рекомендую выбирать и выкладывать базовый набор фотографий, иллюстрирующих мероприятие в целом, и дать доступ к соответствующей папке на диске. Из одобренных вами изображений они самостоятельно смогут выбрать фото нужного формата и стиля.

А для известной, крупной прессы, печатных изданий надо очень точно отобрать 1–3 говорящие фотографии, которые продвигают мероприятие и попадут в общественную, отраслевую и государственную повестку. При этом изображения должны быть высокого разрешения, достаточного для печати.

Во время мероприятия мы работаем в режиме реального времени и выкладываем фотографии посетителей и происходящего в своих со-

цсетях. Если у мероприятия есть специальное приложение, размещаем фотографии в нем, если нет, то создаем закрытый чат в Telegram, где сейчас присутствует большинство деловой аудитории. Изображения передаются мессенджером оперативно и в хорошем качестве. Как правило, такая живая съемка и выкладка – задача PR-службы, а не фотографа, поэтому продублируйте техническое задание по фотосъемке специалистам по связям с общественностью.

Конечно, нужно использовать все технические возможности, которые предоставляют нам социальные сети, например, отметки аккаунтов, что облегчает репост / автоматическое появление фотографий в ленте, прикрепленные продающие ссылки, хештеги для поиска нужных материалов, короткие видео для лучшего продвижения и так далее. У каждой соцсети есть свои хитрости и механизмы оптимизации, которые регулярно обновляются, поэтому держите руку на пульсе.

Дополнительная задача PR-служб – отслеживать фотоупоминания события в социальных сетях по отметкам и хештегам и делать репосты в своих информационных каналах. Завершается их работа сбором публикаций о мероприятии в СМИ, выход которых может растянуться на пару месяцев. Принтскрины электронных и pdf-версии печатных публикаций – важная часть фототслеживания события. И чем более престижные издания написали о мероприятии, тем полезнее использовать эти отчеты при общении с потенциальными покупателями в будущем.

### ПОВТОРНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАТЕРИАЛОВ

Если вы хорошо подготовили пространство и команду к фотосъемке после мероприятия, то вы получите множество продающих материалов. Используйте единожды созданный контент максимальным количеством способов и вложенные усилия окупятся многократно.

По окончании события заархивируйте все фотографии и результаты прессклиппинга. В будущем вы используете их в соцсетях, для иллюстраций статей, в продающих презентациях, на выступлениях, возможно, напечатаете с ними сувенирную продукцию и поблагодарите себя за предусмотрительность. Сразу же создайте отчет о мероприятии с цифрами и фотографиями – вы используете его для продвижения следующих событий, при подаче документов на участие в конкурсах и премиях. Добавьте самые удачные изображения в портфолио – личное и компании. Подумайте и о бизнес-хюге ваших репрезентативных и рабочих мест в офлайн- и онлайн- – разместите в пространстве знаковые снимки с мероприятий.

Итак, мы завершили серию статей, посвященных подготовке, созданию, распространению и использованию фотоотчетов события. Надеемся, вы примените собранные мною за много лет наработки, и приносящих прибыль фотоотчетов станет больше. ■





## ФЕСТИВАЛЬ «ОКРАШЕНО»: СТРИТ-АРТ ПО-СИБИРСКИ

### АВТОР:

*Иван Ягода,  
художник, продюсер и основатель  
бюро стрит-арта «Такнадо»*

### ФОТО:

*архив фестиваля «Окрашено»*

*Когда-то неподалеку от поселка Шерегеш в Кемеровской области добывали железную руду. Теперь здесь находится один из крупных горнолыжных курортов России. А с недавних пор Шерегеш все больше известен как музей уличного искусства под открытым небом. Каждый год в шахтерском поселке появляются яркие и замысловатые граффити, которые украшают старые постройки и дают им новую жизнь. Их создают участники всероссийского фестиваля уличного искусства «Окрашено», на котором художники меняют облик городов Сибири.*

### БОЛЬШЕ ЦВЕТА

Шерегеш – поселок в Таштагольском районе Кемеровской области у подножия горы Зеленая. Любители экстремального спорта ценят здешние склоны за пухляк – мягкий и сухой снег, комфортный для катания в любую погоду. Ежегодно с ноября по май Шере-

геш посещает больше 1 млн человек. Сезон 2021/2022 года стал рекордным: на курорте побывало свыше 2 млн туристов. Когда снег сходит, Горная Шория оживает: на склонах разрастаются душистые цветы и травы, просыпаются беспокойные горные реки с порогами и водопадами. Летом туристы приезжают в Шере-

геш для участия в сплавах и многодневных походах с палатками.

В 2016 году я приехал с командой художников бюро стрит-арта «Такнадо» в Шерегеш. Горная Шория настолько вдохновила нас, что мы решили внести личный вклад в развитие поселка. Так на стене одного из зданий Шерегеша появилось граффити «Движение в гору» – гигантский узорчатый медведь в окружении местной расцветающей природы. Так началось превращение Шерегеша в огромную арт-галерею под открытым небом.

### ИДЕАЛЬНЫЙ ХОЛСТ

В 2021 году мы вернулись в Шерегеш и создали арт-галерею из работ на стенах построек в самых многолюдных местах. Граффити появились на улицах Дзержинского, Гагарина и Советской. Получился оригинальный туристический маршрут, гуляя по которому гости поселка и местные жители могли сделать необычные фотографии для своих соцсетей.

На протяжении семи лет бюро «Такнадо» проводит фестиваль «Окрашено», в рамках которого художники стрит-арта раскрашивают здания и оградительные сооружения в Новосибирске. В последние два года фестиваль проходит в Шерегеше. Как и в других населенных пунктах России, значительная часть архитектурного облика поселка сформирована зданиями, построенными во второй половине XX века. Однородный ландшафт из панельных домов как

нельзя лучше подходит для художников стрит-арта. Серые здания из промышленного прошлого становятся полотнами для адептов современного искусства.

При разработке эскизов художники опираются на особенности истории и культуры Горной Шории, ставя перед собой цель: отобразить в граффити дух Кузбасса. Мастера уличного искусства учитывают архитектурный и природный контекст, работают в согласии с правилами композиции пространства. Сегодня в Шерегеше существует 27 арт-объектов.

В 2022 году фестиваль состоялся в формате арт-резиденции: в течение всего августа художники приезжали из разных регионов России, жили в поселке Шерегеш и украшали своими работами дома и гаражи, хозяйственные постройки и природные достопримечательности. Так, например, на туристической тропе к горной гряде Верблюды появился резной деревянный столп, который выполняет функцию указателя и фотозоны. Чтобы не вредить хрупкой природе Горной Шории, арт-объект несли к месту установки на руках и закрепляли традиционными способами заложения фундамента без использования бетона.

Фестиваль «Окрашено» проходит при поддержке администрации Шерегешского городского поселения, Управления культуры Таштагольского района и при содействии Министерства туризма и молодежной политики Кузбасса, Агентства по туризму Кузбасса и ивент-агентства «Энергетика».

### СОБЫТИЕ КАК ИСКУССТВО

Фестиваль «Окрашено» проходит в течение месяца. Последние два дня перед закрытием события – самые насыщенные. В 2022 году их программа включала паблик-токи с художниками фестиваля, кинопросмотр, подъем на горы и нетворкинг. Состоялась и деловая часть: на проектной сессии от партнеров мероприятия эксперты Агентства по туризму Кузбасса, «Точки кипения – Новокузнецк» и ивент-агентства «Энергетика» обсудили вопросы создания информационного поля курорта Шерегеш, поиск точек касания с клиентом, формирование общего бренда дестинации.

На фестивале проходили концерты и мастер-классы, модный показ одежды в этническом стиле, работали фотовыставка и ярмарка местных товаров. Не обошлось и без активного отдыха: была организована пешеходная прогулка до находящейся неподалеку от поселка гряды скал Верблюды. В пути участники преодолели череду природных препятствий, чтобы в конце пути полюбоваться видом и сделать несколько памятных фотографий. А для желающих постоянно оставаться в контакте с природой был построен палаточный городок на склоне горы Зеленой.

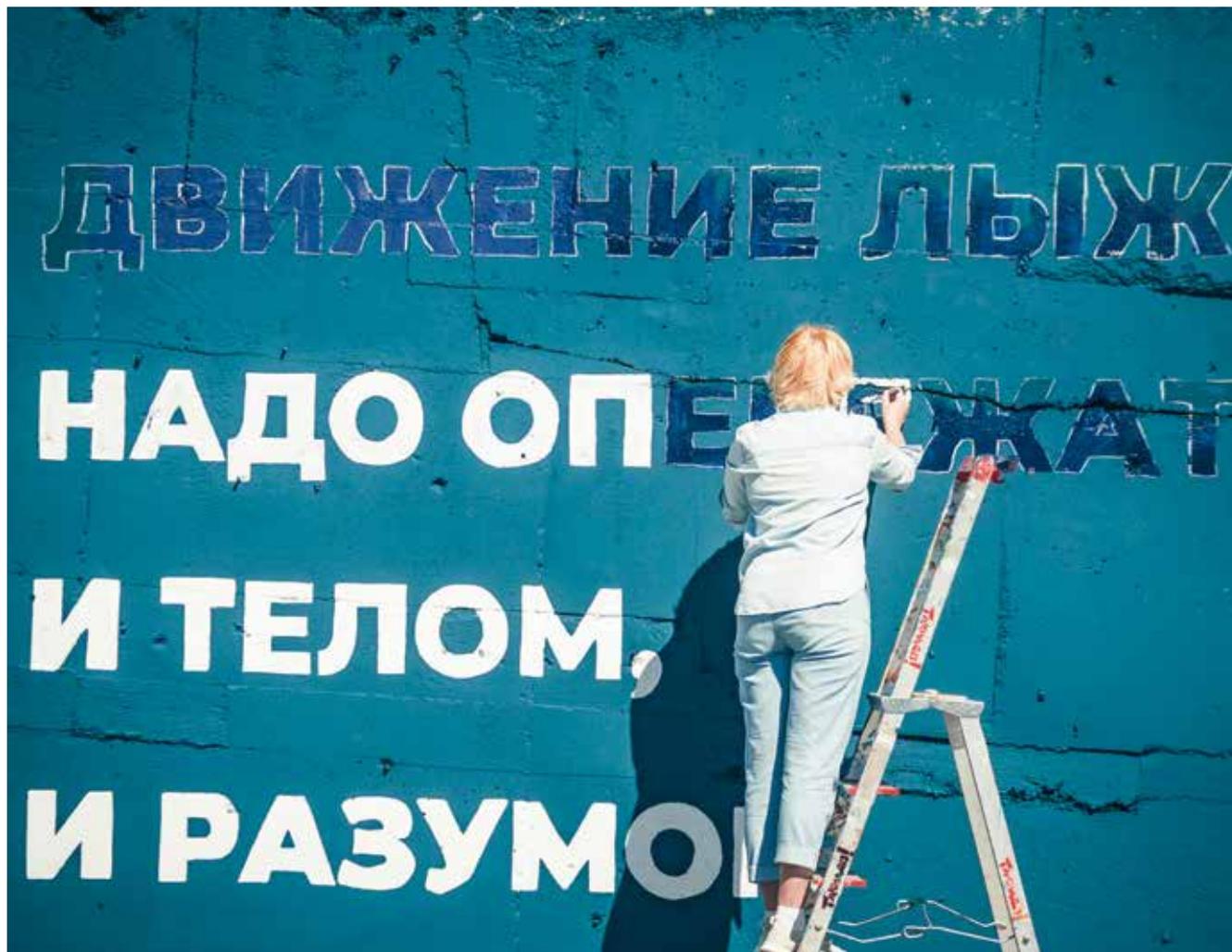
### ШОРСКИЙ ПОРТАЛ

Бывает так, что современное искусство не сразу находит отклик в сердцах людей. В таких ситуациях особенно важно желание слышать и слушать друг друга как со стороны

### ФЕСТИВАЛЬ «ОКРАШЕНО» В ПОСЕЛКЕ ШЕРЕГЕШ В ЦИФРАХ



Источник: бюро стрит-арта «Такнадо», 2022 г.



местных жителей, так и художников. В 2021 году против объекта стрит-арта «Шорский портал» выступили жители района, в котором он должен был появиться. Нравнодушные шерэгешцы написали гневные стихи в адрес организаторов фестиваля. Ирония заключалась в том, что автор работы Виктор Салтымаков – житель поселка, и его работы давно украшают Шерегеш.

По итогам переговоров было решено найти для арт-объекта новое место – заброшенное здание на склоне горы Зеленой. Виктору Салтымакову пришлось работать в суровых условиях: к тому времени уже выпал снег. Однако задача была выполнена. В окружении сугробов и на фоне бескрайнего неба «Шорский портал» получился впечатляющим. В 2022 году эскиз переработали с учетом мнений

всех заинтересованных сторон, и арт-объект все же занял место, которое ему изначально предполагалось. Эта история помогла привлечь к фестивалю внимание в социальных сетях и медиа.

#### ПОГРУЖЕНИЕ В КОНТЕКСТ

Мы с партнерами делали все, чтобы привлечь жителей Шерегеша к участию в фестивале. Например, открыто говорили об идеях, которыми вдохновлялись авторы стрит-арта. Опытный гид знакомила всех желающих с современным искусством на экскурсиях непосредственно во время работы художников, рассказывала, как читать образы и художественные метафоры.

Привлекали шерэгешцев и в качестве волонтеров. Добровольцы по-

могали художникам готовить площадку и поверхности, передавали материалы, поддерживали во время долгих часов работы. Но самой популярной частью фестиваля стал «Тачкофест» – марафон тюнинга и раскрашивания автомобилей. За работой художников наблюдали тысячи человек. Новые образы получили семь автомобилей и снежный тягач. Свои работы художники создавали в течение дня, импровизируя на глазах у зрителей.

Также в 2022 году состоялся кинопоказ о стрит-арте. Герои фильма – художники, путешествующие по городам Сибири, рассказали о своих целях, источниках вдохновения и главных принципах ремесла уличного искусства.

По окончании фестиваля мы оставили жителям Шерегеша небольшие

сюрпризы, например, конверты с приятными мелочами или безлимитные ски-пассы – электронные пропуска на подъемники горнолыжного курорта с уникальным дизайном от художников. Но, пожалуй, главным подарком для поселка стали новые достопримечательности, привлекающие туристов.

### ЗНАКОВЫЕ АРТ-ОБЪЕКТЫ ФЕСТИВАЛЯ «ОКРАШЕНО»

**Народный фасад.** Одна из работ появилась в Шерегеше благодаря народной поддержке. Половина средств на ее создание была собрана с помощью краудфандинга на одной из онлайн-платформ. Пользователи могли пожертвовать организаторам любую сумму или приобрести на память сувенир с мероприятия – открытки, наклейки на сноуборд, книги и предметы искусства. Были и совсем необычные лоты, например, пустые баллончики из-под краски, украшенные автографами художников. Оставшу-

юся часть средств помогли собрать спонсоры фестиваля. В итоге народный фасад был создан на стене дома № 33 на улице Дзержинского.

**Дом с ковром.** В рамках фестиваля организаторы совместно с художником Антоном Сакво решили украсить девятиэтажное здание в многолюдном районе Шерегеша. В связи с эпидемиологической обстановкой автору не удалось приехать из Берлина в Россию. Воплощение проекта взял на себя Игорь Ляшенко, альпинист со стажем. Антон Сакво курировал реализацию эскиза дистанционно. После появления арт-объекта дом с ковром стал новой точкой притяжения. На крыше здания проводят время творческая молодежь и туристы. Сегодня впечатляющий вид с дома на горы вдохновляет уже местных деятелей стрит-арта, и облик здания дополняется новыми работами.

**Лесной дух.** Работа художницы Марины Ягода появилась в резуль-

тате сотрудничества с компанией Fresko, которая предоставила роботизированный принтер для печати. На создание эскиза автора вдохновили шорские легенды о хранительнице леса, девушке, превращающейся в сову. Гости поселка и местные жители могли наблюдать за совместной работой человека и робота в реальном времени.

**Галерея «Елки-палки».** Неподалеку от одной из точек фестиваля организаторы наткнулись на необычное пространство – огромный заброшенный котлован с бетонными стенами. Здесь было решено создать галерею стрит-арта «Елки-палки». Внести свой вклад в обновление котлована могли все желающие. Стены украшали как художники, которые уже закончили свои работы, так и местные жители. В необычном месте прошли мастер-классы по созданию стрит-арта, здесь же раскрашивали холсты и одежду. ■



# XI НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРЕМИЯ

в области событийного туризма

**RUSSIAN EVENT AWARDS 2022**



# RUSSIAN EVENT AWARDS

Национальная премия в области событийного туризма Russian Event Awards была учреждена по инициативе Геннадия Шаталова, председателя Правления ФРОС Region PR, и проводится с 2012 года как отраслевая награда, присуждаемая по итогам открытого конкурса проектов за достижения в области развития индустрии событийного туризма.

## ПРИГЛАШАЕМ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В ПРЕМИИ RUSSIAN EVENT AWARDS 2022

К участию в конкурсе приглашаются организаторы событий различной направленности, как регионального, так и федерального уровня - авторы или авторские коллективы из числа государственных, коммерческих и некоммерческих организаций, реализовавшие проекты в области событийного туризма.

Для участия в конкурсе необходимо до **10 сентября** зарегистрироваться на официальной интернет-площадке премии <http://award.rea-awards.ru/>

и разместить конкурсные материалы: описание турсобытия (формат PDF), презентация турсобытия (формат PDF) и необходимые приложения (фото).

Регистрационный взнос за участие в конкурсе отсутствует.

## ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНЫЙ ФИНАЛ ПРЕМИИ RUSSIAN EVENT AWARDS 2022 СОСТОИТСЯ 17-19 НОЯБРЯ В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ

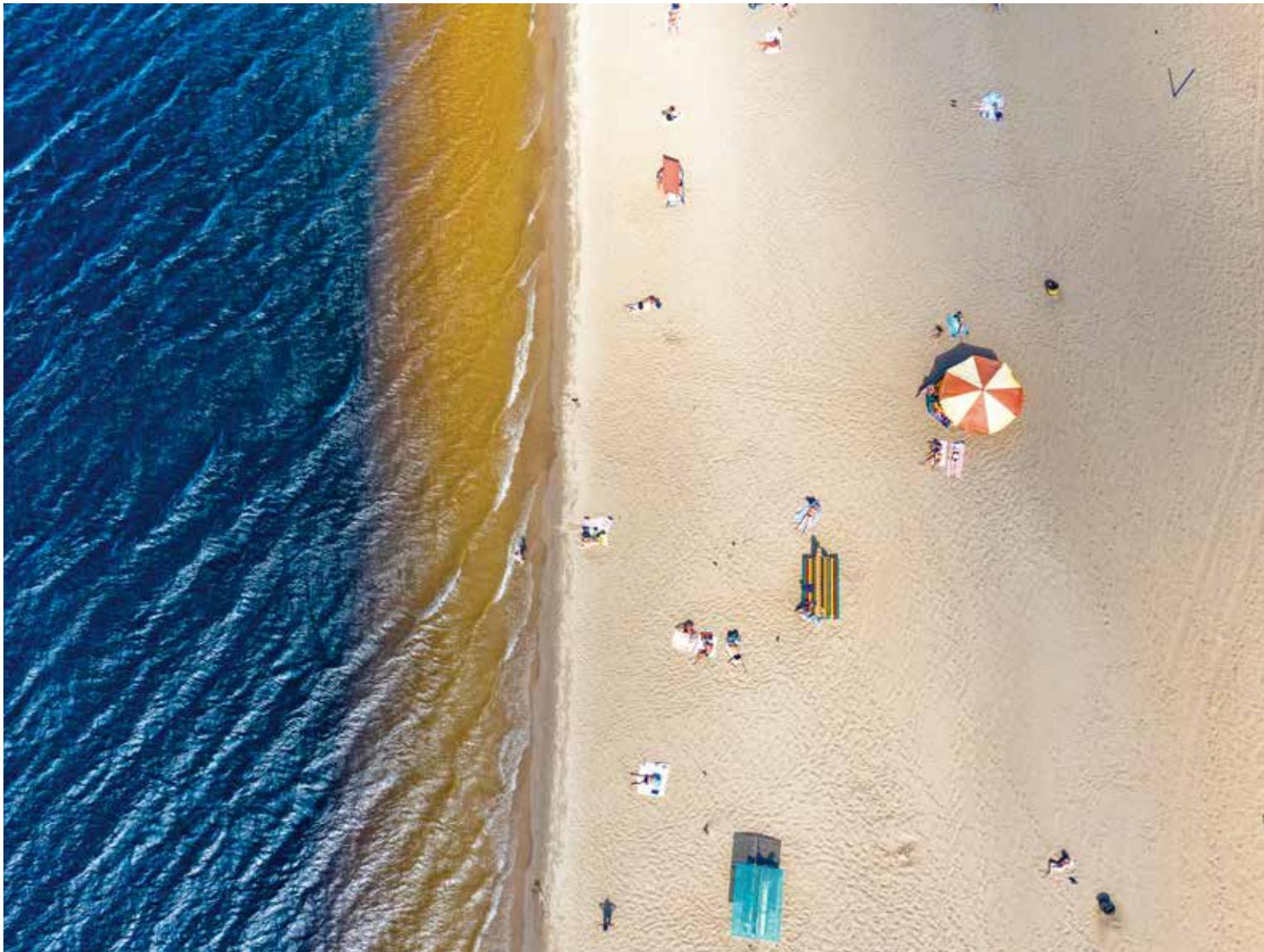
*«Национальная премия Russian Event Awards за 10 лет своей истории уже зарекомендовала себя, как главная отечественная профессиональная экспертная, информационная и коммуникационная площадка для обмена опытом и организации взаимодействия всех заинтересованных лиц в сфере развития событийного туризма на территории регионов и страны. Уверен, что и в этом году конкурс выявит ряд интересных событий, которые способствуют развитию и популяризации въездного и внутреннего туризма», – прокомментировал Геннадий Шаталов, председатель правления ФРОС Region PR, основатель Федеральных туристических премий: Russian Event Awards, «Маршрут года», «Туристический сувенир», «МедиаТур» и Russian Travel Awards.*

В 2021 году на соискание X Национальной премии в области событийного туризма Russian Event Awards было заявлено 515 проектов из 62 регионов России. В финал вышли 249 проектов из 59 регионов России. Финалисты премии были определены по итогам региональных конкурсов, финальные мероприятия которых прошли в Перми, Улан-Удэ и Санкт-Петербурге. В десятом юбилейном финале премии, который прошел в Ульяновске, были представлены 196 проектов из 46 регионов России.

Количество упоминаний Russian Event Awards за 2021 год по базе данных СМИ информационно-аналитической системы «МедиаЛогия» - 6 388.

Более подробная информация, полный перечень номинаций для участия и рекомендации по оформлению проектов на официальном сайте премии: [rea-awards.ru](http://rea-awards.ru)





# РЕГИОНЫ

## ФОКУС

**88** Самарская область:  
событийный и туристический  
потенциал региона

## ПРЕЗЕНТАЦИЯ

**96** Курорт «Манжерок»:  
перекресток цивилизаций



# САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ: СОБЫТИЙНЫЙ И ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНА

**ПО МАТЕРИАЛАМ**

Министерства туризма Самарской области



**САМАРСКАЯ**  
область

Первая половина 2022 года стала успешной для событийной и туристической индустрии Самарской области. Интерес к региону постоянно растет. Ведь Самарская область – это не только живописная природа, уникальные памятники архитектуры и большое количество развлечений, но и развитая событийная и туристическая инфраструктура.



*Дмитрий Азаров, губернатор Самарской области*

Туризм становится все более значимым сектором экономики Самарской области. Мы фиксируем уверенный рост туристического потока. Самарская область с каждым годом становится все более популярной среди жителей нашей страны. За период с января по июль 2022 года регион посетило 1,52 млн туристов. Это на 90,4% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Об увеличении интереса туристов к нашей губернии свидетельствуют и данные национального туристического рейтинга.

Если в 2019 году регион занимал двадцатую строчку, в 2020-м – четырнадцатую, то сейчас входит в топ-10 самых популярных туристических направлений в России. За этими цифрами стоит большая работа по развитию сферы гостеприимства, общепита, созданию и модернизации туристической инфраструктуры, благоустройству территорий. Так, благодаря подписанному нами соглашению с корпорацией «Туризм.РФ» преобразятся такие заповедные места, как «Самарская Лука» и «Сокольи горы». Большая работа по реализации научно-исследовательских, экологических, социальных, образовательных, культурных и туристических программ ведется с Русским географическим обществом. Кроме того, вместе с рядом регионов Приволжского федерального округа мы намерены реализовать проект «Великий Волжский путь», направленный на активизацию пассажирских туристических перевозок по Волге.

Учитывая огромный туристический потенциал региона и стремительную динамику развития отрасли, в структуре правительства Самарской области создано Министерство туризма. Нам есть что показать, есть чем удивить, есть чем вызвать интерес. У нас очень живописная природа, потрясающе красивые пейзажи: Жигулевские горы, красавица-Волга, наши леса и национальные парки.

Ежегодно на территории Самарской области проходят масштабные мероприятия. Так, в мае 2022 года здесь прошла XXX Российская студенческая весна. В июне в первый раз состоялся фестиваль авторской музыки «Сам.Фест», в июле ценителей песни собрал знаменитый Грушинский фестиваль, который за три дня посетили порядка 50 тысяч человек. Именно в нашей губернии состоялись «Здравница», молодежный форум Приволжского федерального округа «iВолга», фестиваль набережных «ВолгаФест» и ряд других мероприятий, ставших точками притяжения туристов. В конце сентября в регионе стартовал международный фестиваль искусств «Шостакович. XX век».

Приезжайте к нам и вы увидите, как прекрасна самарская земля, гостеприимны, открыты и доброжелательны люди, которые здесь живут. Уверен, вы получите незабываемые впечатления, сохраните о своей поездке добрую память и вам непременно захочется сюда вернуться!



## РЕГИОН ВСТРЕЧАЕТ ГОСТЕЙ

В 2021 году на территории Самарской области реализовано 13 проектов, которые стали победителями конкурса на получение грантовой поддержки из федерального бюджета общественных и предпринимательских инициатив, направленных на развитие внутреннего и въездного туризма. Они включают в себя строительство новых и оснащение существующих кемпингов и глэмпингов, развитие велосипедных трасс и маршрутов катания на собачьих упряжках в экопарках, а также создание современных сервисов для туристов. Кроме того, в Самарской области реализован крупный инвестиционный проект в сфере туризма: в Новокуйбышевске

открылся центр здоровья и отдыха «Волжские термы».

В регионе запущен сервис экскурсионных автобусов-кабриолетов «Поехали!». Гости Самары могут совершить познавательный тур в комфортабельной машине с открытыми крышей и окнами и любоваться прекрасными видами достопримечательностей столицы области. Для любителей водных прогулок в 2022 году заработали регулярные пассажирские маршруты «Самара – Ширяево – Самара» и «Самара – Винновка – Самара», по которым курсируют скоростные суда типа «Валдай-45Р».

Работа по развитию туристической инфраструктуры продолжа-

ется. Так, в перечень стратегических инвестиционных проектов региона включено строительство экоотеля Rodnik by ALEKIANN в Клявлинском районе. Запланировано создание многофункционального гостиничного комплекса «Клевер».

Наиболее часто в Самарскую область приезжают из Москвы, Санкт-Петербурга, Республики Татарстан и Башкортостан, Оренбургской, Ульяновской, Московской, Саратовской, Нижегородской, Тюменской и Свердловской областей. За период с января по июль 2022 года объем трат туристов составил 9,4 млрд рублей что на 108,8% больше аналогичного периода 2021 года (4,5 млрд рублей).



## КАК ДОБРАТЬСЯ

Транспортный узел Самарской области является одним из крупнейших в России. Через него проходят автомобильные трассы федерального и регионального значения, железнодорожные и водные пути. Добраться до Самарской области из любой точки страны можно несколькими способами.

**На самолете.** Международный аэропорт «Курумоч» имени С. П. Королева является крупнейшим в Поволжье и связан воздушными линиями практически со всеми регионами России. Он находится в 35 км севернее Самары и в 45 км восточнее Тольятти. Таким образом аэропорт обслуживает

два крупнейших города региона. В 2015 году было введено в эксплуатацию здание современного пассажирского терминала, в котором можно воспользоваться услугами комфортабельных бизнес-залов. Также для клиентов, которые ценят высокий уровень сервиса и быстроту обслуживания, на территории аэропорта есть VIP-терминал. В ежедневном расписании аэропорта более 20 международных и внутренних рейсов. Пассажиропоток в 2021 году составил 3 млн человек.

**На поезде.** Железнодорожный вокзал находится в историческом центре Самары. Высота здания вокзального комплекса со шпилем составляет 101 м. Из Москвы в Самару можно добраться на

фирменных поездах с современными купейными вагонами, качественным сервисом, включающим широкий перечень услуг. Время в пути до столицы России в фирменном поезде «Жигули» составляет чуть более 13 часов, а в поезде с двухэтажными вагонами – около 15 часов. Ежедневный пассажиропоток железнодорожного вокзала летом – 7,2 тысячи человек в дальнем и пригородном сообщении и 5,4 тысячи человек зимой.

**На автомобиле.** Через Самарскую область проходит несколько федеральных дорог. Из Москвы в регион на автомобиле можно добраться по трассе М-5 «Урал». Время в пути без остановок займет примерно 15 часов.

## КАК ПУТЕШЕСТВОВАТЬ ПО ОБЛАСТИ

В Самаре и Тольятти работают сервисы заказа такси, такие как Яндекс. Go и Uber, а также каршеринг «Делимобиль». Еще один удобный и быстрый способ добраться из Самары в крупные города региона – на электропоезде «Ласточка». Время в пути из Самары до Тольятти составляет 1 час 25 минут, до Жигулевска – 1 час 44 минуты. Электропоезда курсируют ежедневно. Исключение составляет электропоезд до Сызрани. На «Ласточке» в этот город можно добраться за 1 час 37 минут по выходным дням. Современные вагоны электропоездов оснащены системами климат-контроля с обеззараживанием воздуха, энергосберегающим светодиодным освещением, системами видеонаблюдения и информационными табло. В каждом составе предусмотрено 416 мест для пассажиров, есть специальные места для маломобильных граждан.

## ГДЕ РАЗМЕСТИТЬСЯ

Количество средств размещения в Самарской области ежегодно возрастает. К ним относятся не только гостиницы, но и базы отдыха, санатории, а также популярные сегодня глэмпинги и кемпинги. Турист, приезжающий в Самарскую область, может выбрать подходящий вариант на свой вкус. Это может быть крупная сетевая гостиница, бутик-отель, расположенный в объекте культурного наследия, например, такой как «Дом Сивре» или «Бристоль Жигули», загородный клуб или парк-отель, такие как Sosnovoe Family Club, «Парк-отель» в Тольятти или Kislorod Boutique Club. Либо это может быть один из глэмпингов и кемпингов Fox sisters, Smolkino Eco Village, «Альфа», «Лиман», «Альпен».

Lotte Hotel Samara – пятизвездочный отель южнокорейской сети Lotte Hotels & Resorts. Здесь представлены 193 номера, оформлен-

ных в элегантном стиле, из которых открываются панорамные виды на Волгу или исторический центр Самары. В отеле также расположены ресторан La Terrazza, 11 залов для конференций и деловых встреч общей площадью более 1200 м<sup>2</sup>, премиальный фитнес-клуб и панорамный бассейн.

7 Avenue Hotel & SPA – отель категории пять звезд располагается в непосредственной близости от исторического и культурного центра города Самары. В шаговой доступности набережная реки Волги. В гостинице 120 уютных номеров разных категорий, оснащенных всем необходимым для комфортного пребывания. Гости могут посетить Галерею ресторанов, аквазону, включающую бассейн размером 150 м<sup>2</sup>, сауну и соляную комнату, а также фитнес-зал, банный комплекс и спа-центр «7 Небо».

Holiday Inn Samara – гостиница категории четыре звезды расположена в центре старой Самары в пяти минутах ходьбы от набережной Волги. Отель предлагает 176 номеров, в том числе этаж повышенной комфортности, восемь номеров люкс и президентские апартаменты, спа-зону и тренажерный зал, подземную парковку, услуги турагентства и салона красоты. В Holiday Inn Samara расположены рестораны «Атриум» и Brasserie. На втором этаже отеля находятся 13 конференц-залов, оснащенных современным оборудованием. Общая площадь помещений для организации мероприятий 850 м<sup>2</sup>.

Renaissance Samara – четырехзвездочный отель расположен в географическом центре Самары, в 38 км от аэропорта и в 8 км от железнодорожного вокзала. В гостинице 184 обновленных номера, девять конференц-залов общей вместимостью до 800 гостей, три ресторана и представительская гостиница с видом на Волгу. Отель предлагает полный спектр услуг для отдыха: бассейн, фитнес-зал и сауны, круглосуточное обслужи-

вание номеров, завтраки в формате шведского стола и прочее.

Lada-Resort Hotel – отель категории четыре звезды располагается в черте города Тольятти в лесном массиве на берегу Волги. Он предоставляет гостям 122 номера различных категорий. Из окон открывается вид на Жигулевские горы и Волгу. На территории гостиничного комплекса расположены три конференц-зала вместимостью от 10 до 120 человек, велнес-центр, ресторан высокой кухни с прилегающей террасой и панорамным видом на Волгу, летний гриль-бар и собственный пляж.

«Парк Отель» – четырехзвездочный гостиничный комплекс расположен в живописном уголке Тольятти. «Парк Отель» предлагает 45 комфортабельных номеров, из которых открывается вид на Волгу, Жигулевские горы и сосновый бор. Гости отеля могут воспользоваться услугами спа-центра и ресторана «Удачное место». В гостиничном комплексе есть семь конференц-залов вместимостью от 32 до 250 человек с современным техническим оборудованием, а также отдельная комната для переговоров.

## ПЛОЩАДКИ ДЛЯ КОНГРЕССНО- ВЫСТАВОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Спортивно-концертный комплекс «Дворец Спорта имени Владимира Высоцкого» является одним из крупнейших многофункциональных спортивных сооружений Самары. Его общая площадь более 29 000 м<sup>2</sup>. Он предназначен для проведения соревнований по различным видам спорта, тренировочного процесса и всесторонней подготовки спортсменов, а также для организации массовых выставочных, зрелищных мероприятий и конференций. Здесь расположен специализированный керлинг-центр на четыре игровые дорожки. В основном блоке Двор-

ца Спорта располагается ледовая арена на 5000 зрительных мест. Также комплекс располагает двумя конференц-залами вместимостью от 100 до 200 человек.

Стадион «Солидарность Самара Арена» – одно из крупнейших сооружений, возведенных к Чемпионату мира по футболу FIFA 2018. Построенный на самой высокой точке города, стадион виден со всех сторон. Купол арены поднимается к центру на высоту 60 м под углом 30 градусов. Радиус сферы равен 300 м, а ее площадь составляет 76 000 м<sup>2</sup>. Специально для дальнейшего развития арены была разработана концепция «Наследие», в рамках которой после 2018 года стадион стал площадкой для самарской футбольной команды «Крылья Советов». Комплекс может принимать конгрессы и выставки. Конференц-зал стадиона рассчитан на 200 посадочных мест и оснащен современным профессиональным оборудованием.

Технопарк «Жигулевская долина» – один из крупнейших в сфере высоких технологий в России – благоприятная среда для развития инновационного предпринимательства. Помимо предоставления современных оборудованных помещений для бизнеса, он оказывает поддержку компаниям-резидентам на всех стадиях проектной деятельности: от идеи до получения опытного образца и вывода продукта на рынок. На территории технопарка расположены офисные, лабораторные и производственные помещения, бизнес-инкубатор, 15 конференц-залов для проведения различных мероприятий, гостиница и ресторан.

#### УСЛУГИ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ТИМБИЛДИНГА

«Ратибор» – служба эксклюзивных развлечений, специализируется на проведении активно-корпоративных мероприятий и делово-

го общения. Команда «Ратибора» ежегодно формирует новые оригинальные программы, приобретает оборудование и инвентарь для обеспечения различных видов отдыха от спортивных соревнований и приключенческих туров до интеллектуальных и тактических игр. У компании есть собственная загородная база в Старом Буяне Красноярского района. В зависимости от программы пребывания в теплое время года площадка вмещает до 700 человек. База оборудована всем необходимым для проведения конференций, корпоративных праздников, творческих и активных программ. Кроме того, имеется возможность выездных мероприятий. В распоряжении компании есть небольшой парусный флот, автопарк боевых багги, внушительный комплект аттракционов-конкурсов, добротная кухня и коллекция оригинальных сувениров.

«Актив Тайм» – компания предлагает оригинальные решения по организации активного отдыха. Специалисты имеют значительный опыт в сфере тимбилдинг-мероприятий, проведения событий и игр на открытом воздухе. Площадка вместимостью до 150 человек находится в поселке Красная Глинка в Самаре, расположена в одном из самых красивых мест региона – Соколых горах. У команды «Актив Тайм» разработан большой выбор предложений: автоквест, тренинги по командообразованию, военно-спортивные программы, лазертаг, предоставляются в аренду снегоходы и джипы. На площадке компании можно заняться стрельбой из лука и пневматической винтовки, метанием ножа и топора, прыгнуть с тарзанкой вниз головой или испытать себя катанием на багги по горам, пройти по веревочному городку. Для корпоративных мероприятий и празднований дней рождений сдаются в аренду мангальные зоны, два теплых и один летний павильоны. Каждый такой павильон рассчитан на 50–60 посадочных мест.

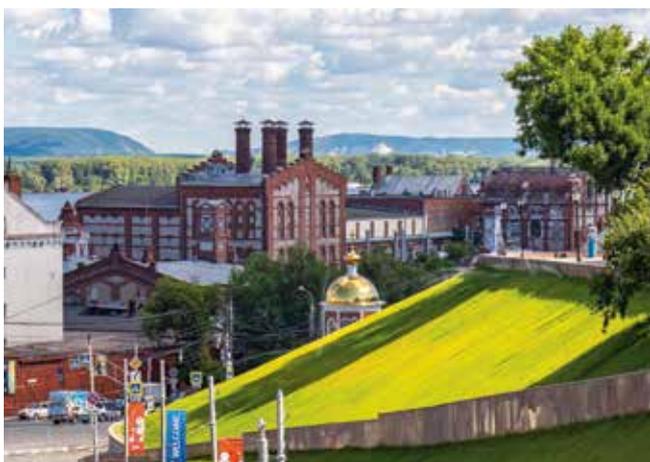
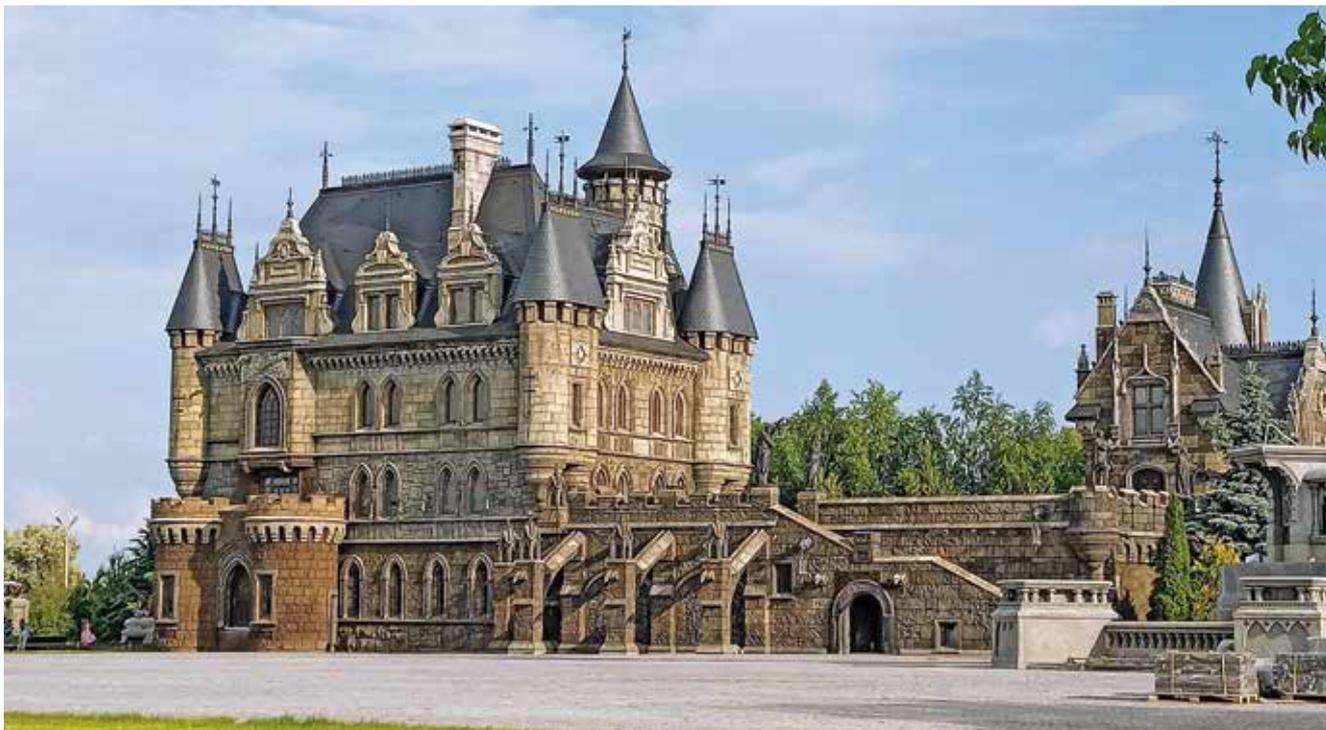
#### ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА

Компания «Лада Спорт» – дочернее предприятие группы «АвтоВАЗ», выпускающее спортивные версии автомобилей Lada для дорог общего пользования. Спортивная история Волжского автомобильного завода началась в 1970 году, когда руководство предприятия предоставило спортсменам несколько автомобилей ВАЗ-2101 для тренировок и участия в соревнованиях. Автогонки требуют постоянной модернизации и помогают совершенствовать автомобили. У «Лада Спорт» собственное производство, где специалисты придают базовым комплектующим спортивные свойства. Производство работает с 2013 года, к настоящему времени с конвейера предприятия сошло уже более 15 000 автомобилей. С 2017 года команда компании выступает на чемпионатах России по кольцевым, раллийным и картинговым гонкам.

Жигулевский пивоваренный завод. В конце XIX века многие иностранцы открывали свои предприятия в России. Одним из них был австрийский дворянин Альфред Филиппович фон Вакано. Изучив возможности российского рынка, он переехал в Самару, чтобы открыть пивоваренный завод. Его современный владелец – компания «Жигулевское пиво» – занимается перевооружением производства с 1997 года. За это время завод полностью оснастили современным оборудованием: автоматизировали процессы варки, розлива и фасовки напитков, а также запустили системы интеллектуального контроля качества продукции. Жигулевский пивоваренный завод можно посетить с экскурсией ежедневно в будние дни и ознакомиться с технологическим процессом приготовления напитка.

#### СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ

Russian Business Travel & MICE Award – ежегодная профессиональная премия учреждена в 2010 году



в целях продвижения и развития бизнес-туризма и конгрессных услуг в России. В ее орбиту вовлечены все участники рынка: площадки для мероприятий, отели, конгрессные центры, организаторы конференций и инсентив-программ, авиакомпании, организаторы мероприятий, коммуникационные и креативные агентства по обслуживанию корпоративных клиентов, интернет-системы бронирования и другие. Победителей и лауреатов выбирают в пятнадцати основных номинациях. Тринадцатая ежегодная церемония награждения лауреатов и победителей пройдет в ноябре 2022 года в Lotte Hotel Samara.

«Гонка чемпионов» – событие проводится в пригороде Тольятти с 1996 года в середине января. Соревнования проводятся на трассе испытательного полигона компании «АВТОВАЗ» в селе Сосновка. Это профилированная по высоте с множеством сложных поворотов замкнутая кривая. Общая длина трассы – 2,5 км. В заезде участвуют по два автомобиля, каждый стартует по своей ледяной дорожке, которые расходятся после первого поворота от старта, чтобы пересечься посредством виадукта, и вновь сходятся. Таким образом, преодолевая два круга, каждый из гонщиков успевает проехать по обеим дорожкам.

Автомобили большую часть заезда едут рядом, но разделены снежными брусстерами. Триумфаторами гонок становились 12 сильнейших пилотов России.

Зимний фестиваль активного отдыха «Жигулевское море – 2023» – международное соревнование по сноукайтингу в акватории Жигулевского моря. В конце зимы Тольятти становится мировой парусной столицей. Кайтеры со всей России и зарубежья приезжают на «Жигулевское море», чтобы в полной мере насладиться любимым видом спорта и побороться за звание лучших. □



# КУРОРТ «МАНЖЕРОК»: ПЕРЕКРЕСТОК ЦИВИЛИЗАЦИЙ

## ПО МАТЕРИАЛАМ

пресс-службы Всесезонного курорта  
«Манжерок»

*В июле на курорте «Манжерок» в Республике Алтай состоялось торжественное открытие тематического парка «Хранитель Большого Алтая». Он расположен на вершине горы Малая Синюха. Открытие в регионе объекта, привлекательного для путешественников, стало одним из главных событий летнего туристического сезона.*

### ВСЕСЕЗОННЫЙ КУРОРТ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

Алтай ежегодно посещает более 2 млн путешественников, и число их постоянно растет. Для приема большего количества туристов и повышения качества услуг при поддержке Правительства Республики Алтай в регионе реализуются инвестиционные проекты. Крупнейший из них – Всесезонный курорт «Манжерок». Сегодня туристов здесь принимают гости-

ничный комплекс и ресторанный комплекс «Горный».

Для них работают спортивные площадки, сувенирный городок, система механического снегообразования, три канатные дороги, оборудованные турникетами с бесконтактной оплатой.

В 2023 году на Всесезонном курорте «Манжерок» откроются гостиница категории пять звезд на 304 номера, комплекс вилл и 32 км горнолыжных трасс.

## ХРАНИТЕЛЬ БОЛЬШОГО АЛТАЯ

Летом 2022 года на территории курорта «Манжерок» торжественно открылся тематический парк «Хранитель Большого Алтая». Это музей под открытым небом, место силы и уникальной истории. Он расположился вдоль прогулочного маршрута на вершине горы Малая Синюха на высоте 1240 м. Главным героем парка является древний баатыр Когудей-Мерген алтайского эпоса «Маадай-Кара». Его изваяние – керез таш – стало доминантой комплекса. Древний воин – страж, молчаливый свидетель многовековой истории Большого Алтая, места зарождения древних культур и этносов.

Большой Алтай – это не только обширная территория в пределах Алтайских гор, который включает в себя территории России, Казахстана, Киргизии, Монголии и Китая, но и многонациональный край, где проживают более 200 национальностей. Историческим и географическим центром Большого Алтая является Горный Алтай, а сердцем – гора Синюха (Кок-Кайа), у подножия которой расположен курорт «Манжерок». Именно поэтому героем парка стал воин Когудей-Мерген – защитник древней земли.

В тематическом парке «Хранитель Большого Алтая» шесть арт-объектов высотой от двух до пяти

метров, каждый из которых дает возможность соприкоснуться со многовековой историей и культурой. Масштабный проект реализован за 2,5 месяца. В кратчайшие сроки авторам удалось создать уникальные арт-объекты.

Автор скульптур – художник, член Союза художников России Аржан Ютеев. Он известен далеко за пределами Республики Алтай. В его портфолио графика и живопись, настенные росписи и арт-объекты. Научным консультантом проекта выступила кандидат филологических наук, декан факультета алтаистики и тюркологии Горно-Алтайского государственного университета Сурна Сарбашева.

Все композиции тематического парка имеют глубокое значение и продуманы до деталей. Взор каменного изваяния устремлен на Восток: древний воин Когудей-Мерген поклоняется Солнцу и просит благословения для народов алтайской земли. В восточной части парка вдоль гребня Синей горы находятся его щит, меч, шлем, лук и топшуур – двухструнный национальный музыкальный инструмент.

Говорят, народ, не знающий своего прошлого, не имеет будущего. Жители Алтая тысячелетиями чтят своих героев. Изваяние древнего воина Когудей-Мерген на курорте Манжерок – яркое доказательство исторической памяти. □



*Олег Хорохордин,  
глава Республики Алтай*

Я благодарен авторам проекта, руководству курорта «Манжерок» за обустройство этого поистине уникальнейшего места. Считаю, что открытие таких знаковых объектов позволит нам разнообразить отдых наших гостей, сделать его более интересным и познавательным, а Горный Алтай – еще более узнаваемым и привлекательным для жителей регионов России.



*Владимир Щербинин,  
генеральный директор курорта  
«Манжерок»*

«Манжерок» не на словах, а на деле доказывает, что он не только самый современный и экологичный курорт для всех поколений, но в первую очередь – это сердце и место силы Большого Алтая. Для нас возрождение исторической ценности, национальных традиций и обычаев имеет особое значение.



ДЕЛОВОЙ ПОРТАЛ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ  
ИВЕНТ ИНДУСТРИИ И ИХ ЗАКАЗЧИКОВ

# Event **LIVE**

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



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



ВЫСТАВОЧНЫЙ  
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ЦЕНТР



# EVENT-LIVE. RU

## ИДЕЯ

- 100** Пространственное мышление: тренды оформления мероприятий
- 102** Экспериментальные форматы деловой программы мероприятий

# ПРОСТРАНСТВЕННОЕ МЫШЛЕНИЕ: ТРЕНДЫ ОФОРМЛЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ

ПО МАТЕРИАЛАМ

**Event LIVE**ДЕЛОВОЙ ПОРТАЛ ДЛЯ  
ПРОФЕССИОНАЛОВ ИВЕНТ-ИНДУСТРИИ

ФОТО:

архив мероприятий Фонда Росконгресс

*Структурный кризис последних лет заметно повлиял на развитие событийной индустрии, и это касается не только объемов рынка или рынка труда. Участники мероприятий вынужденно изменили свой образ жизни: кто-то попробовал и оценил формат удаленной работы, для кого-то стали невозможными регулярные путешествия. Сегодня психологи различных стран отмечают повышение уровня стресса из-за тревоги о собственном здоровье или благополучии близких. Дизайнеры событийных пространств и декораторы стремятся ответить на актуальные вызовы, и на наших глазах формируются новые тенденции в оформлении площадок для мероприятий. Портал Event LIVE изучил, как меняются тренды.*

## БИОФИЛЬНЫЙ ДИЗАЙН

Пандемия коронавируса привлекла внимание к тому, сколько времени люди проводят в закрытых пространствах. Из-за ограничений на перемещение человечество по-новому оценило возможность быть ближе к природе. За последние два года по всему миру вырос интерес к домашнему цветоводству – этот факт фиксируют магазины и маркетплейсы,

в числе которых российский сервис «Авито».

Живые растения – неотъемлемая часть биофильного дизайна (греч. bios – живая природа, philia – любовь, привязанность). Еще в 2019 году этот стиль начал бурно расти и достиг вершины в трендах оформления мероприятий и конференц-залов. Теперь очевидно, что он остается с нами надолго.

В пространстве, оформленном согласно концепции биофилии, используются натуральные материалы, например, дерево, камни. Часто такие площадки украшают живыми зелеными стенами, водными каскадами, в них размещают аквариумы и зимние сады. Немаловажно также поддерживать вокруг участников естественное освещение: солнечный свет влияет на циркадные ритмы человека и способен повысить уровень энергии и продуктивность во время мероприятий. Примером биофильных пространств может служить конгресс-центр в Мельбурне с их «Небесной фермой» – гигантским фруктовым садом на крыше автомобильной парковки. В сентябре 2022 года на Восточном экономическом форуме в рамках выставки «Улица Дальнего Востока» в павильоне Республики Бурятия развернулась экспозиция в форме байкальских камней. Решение было выбрано неслучайно: в регионе находится около 60% береговой линии самого глубокого пресноводного озера в мире.

### МИНИМАЛИЗМ 2.0

Простые формы, монохромная цветовая гамма и много света – минимализм давно стал одним из главных способов оформления площадок для мероприятий. Пространства, созданные по принципу черного куба, долгое время были популярны для проведения самых разных событий – от театрализованных шоу до презентаций высокотехнологичных продуктов.

Но также минимализм тесно связан с японской философией дизайна, которая восходит к традициям даосизма и буддизма. На Дальнем Востоке пустота ассоциируется со счастьем, гармонией и воображением. Например, интерьеры, предназначенные для чаепития, лишены каких-либо украшений и мебели, чтобы участники могли максимально сконцентрироваться на церемонии. Современные ученые подтверждают, что отвлекающие факторы на рабочем месте снижают производительность на 40% и увеличивают количество ошибок на 27%.

Минимализм, вдохновленный японской культурой, нацелен на создание дружелюбной и гармоничной атмосферы. Пространства, оформленные в этом стиле, не должны напоминать авиационные ангары или космические корабли. Восточный минимализм включает в себя такие элементы, как арки и сложные фактуры, необычные формы и плавные линии. Снизить строгость также помогают натуральные материалы – дерево, ротанг, матовая керамика.

Новый минимализм активно используют дизайнеры самых разных культур и стран, например, в этом стиле был построен павильон Финляндии на Всемирной выставке в Дубае, а на XXV Петербургском международном экономическом форуме оформлен стенд Армении.

### ЖИЗНЬ В ДВИЖЕНИИ

Сегодня подходы к оценке эффективности мероприятия изменились: теперь намного важнее не количество участников, а их вовлеченность. Для того чтобы поддерживать внимание на высоком уровне, дизайнеры больше работают с динамичными образами и формами, и это неожиданно сочетается со стилистикой ретро.

На онлайн-мероприятиях все чаще появляются яркие, насыщенные энергетикой цвета, отсылающие к эпохе 60–80-х годов прошлого века – розовый, синий, фиолетовый. Встраивается в эту палитру и оттенок Very Peri – цвет, который Институт цвета Pantone назвал главным в 2022 году.

Снова входит в моду кинетизм – подход в искусстве, работающий с реальным движением арт-объекта или отдельных его составляющих. Кинетические скульптуры могут стать стильным акцентом на площадках для мероприятий и прекрасно справятся с задачей привлечения внимания на выставочных стендах. Дизайнеры ищут вдохновение в работах художников-классиков, таких как Владимир Татлин, Вячеслав Колейчук, и российских деятелей современного искусства Аристарха Чернышева, Александра Лаврентьева и Дмитрия Морозова.

Веб-дизайнеры тоже опираются на ностальгию. Так, в оформлении сайтов и приложений для мероприятий они используют зернистый градиент, отсылающий к типографии и аналоговой фотографии. Есть и другие интересные подходы, например, коллажи и интерактивные шрифты, которые приходят в движение при взаимодействии с ними. ■





# ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЕ ФОРМАТЫ ДЕЛОВОЙ ПРОГРАММЫ МЕРОПРИЯТИЙ

ПО МАТЕРИАЛАМ

**Event LIVE**

ДЕЛОВОЙ ПОРТАЛ ДЛЯ  
ПРОФЕССИОНАЛОВ ИВЕНТ-ИНДУСТРИИ



ФОТО:

архив мероприятий  
фестиваля «Сыр! Пир! Мир!»

*Проводя деловое событие из года в год, организаторы мероприятий сталкиваются с проблемой: количество актуальных и «вечнозеленых» тем для обсуждения ограничено. Но в таком случае нужно смело экспериментировать с форматами. Портал Event LIVE предлагает четыре варианта для усовершенствования деловой программы.*

## ВЫЕЗДНЫЕ СЕССИИ

Смена места проведения поможет внести разнообразие в традиционный сценарий события. Переезд из конгресс-центра, например, в планетарий, газгольдер или театр вынуждает организаторов адаптировать формат проведения сессий и экспериментировать с рассадкой.

Нестандартная площадка может стать отражением концепции мероприятия или его миссии, а еще позволит добавить в расписание события необычные активности. Например, хорошим дополнением к деловой программе конференции на промышленную тематику станут экскурсии на предприятия. Кроме того, многие фабрики и заводы рас-

полагают конгресс-залами, которые подойдут для проведения мероприятия.

Например, в рамках XI Евразийского Ивент Форума (EFEA), состоявшегося в январе 2022 года, прошли две выездные сессии на тему промышленного туризма. Площадку для их проведения предоставили предприятие «Русские самоцветы» и Музей уличного искусства, расположенный на территории действующего производства Завода слоистых пластиков «Слопласт». В ходе сессий эксперты по развитию промышленного туризма поделились своим опытом с аудиторией. Также для всех желающих состоялись экскурсии. Тем самым площадки продемонстрировали собственный опыт по развитию промышленного туризма, а участники получили уникальные впечатления без отрыва от деловой программы.

### ДОБАВЛЕННАЯ ПОЛЬЗА

Гастрономический фестиваль «Сыр! Пир! Мир!» проводится в Подмоскowie с 2015 года. Начавшись как выставка-продажа фермерской продукции, мероприятие выросло до мультиформатного события с обширной программой. Большая часть ее рассчитана на семьи с детьми. Для них с первого года проведения фестиваля проходят зрелищные мастер-классы, выступления артистов и шоу. В последние годы на «Сыр! Пир! Мир!» также активно расширяется программа для экспонентов.

Фестиваль включает в себя круглые столы и обсуждения, проходящие при поддержке правительства Московской области, Общественной палаты России и Россельхозбанка. Приглашенные эксперты рассказывают фермерам о субсидиях, грантах и прочих мерах поддержки для агростартапов. С 2019 года в рамках «Сыр! Пир! Мир!» также проводится выставка, на которой российские лидеры отрасли представляют сельхозтехнику и оборудо-

дование для производства продуктов питания.

В 2022 году в России состоялись и планируются к проведению десятки торговых выставок, в которых экспонентами выступают сыроделы. Деловые форматы становятся для фестиваля «Сыр! Пир! Мир!» конкурентным преимуществом: выставка и круглые столы привлекают новых экспонентов и поддерживают интерес у лояльных участников.

### СИЛА ПРЕДВИДЕНИЯ

Освежить ежегодные дискуссии можно с помощью форсайта (англ. – предвидение). Такой формат смещает фокус коммуникации с существующих проблем на образ желаемого будущего в представлении разных сторон. Этот подход позволяет выстроить дискуссию экологичным образом и перейти к поиску конкретных действий, которые могут улучшить ситуацию в выбранной сфере. Популяризатором форсайта в России стало Агентство стратегических инициатив (АСИ), которое разработало в 2017 году методологию Rapid Foresight 4.0, позволяющую достигать репрезентативных результатов в короткие сроки.

Традиционно дискуссия в таком формате начинается с выступления экспертов. Они представляют данные о текущей ситуации в той или иной сфере, динамике развития и перечисляют существующие практики. Затем совместно с экспертами участники определяют тренды по заданной к обсуждению теме, а также выявляют угрозы и озвучивают возможности, которыми в будущем могут воспользоваться заинтересованные стороны.

Перед участниками форсайта стоит задача высказать собственные идеи о том, как нивелировать риски и использовать преимущества обсуждаемых тенденций. В ходе дискуссии они договариваются о совместной работе, закладывают основу для нормативных актов, которые будут регу-

лировать их общее будущее, инициируют проекты.

Например, в основу дорожной карты проекта «Стратегия региона до 2030 года» в Ростовской области легли наработки участников форсайт-сессии, состоявшейся в 2017 году. Тогда в дискуссии приняли участие представители регионального делового сообщества, общественных организаций, органов исполнительной власти, объектов инфраструктуры поддержки предпринимательства, банковского сектора и вузов.

### ФЕСТИВАЛИЗАЦИЯ ДИСКУССИЙ

Развлекательные мероприятия помогают повысить вовлеченность участников деловой программы. Однако важно помнить, что они должны гармонично сочетаться с форматом события, иначе будут восприниматься в отрыве от его концепции.

Удачный пример интеграции развлекательных мероприятий продемонстрировал Евразийский Ивент Форум (EFEA). В 2022 году в рамках события был проведен конкурс на лучший плакат мероприятия. В нем приняли участие организаторы конгрессов, гастрономических фестивалей и медицинских конференций. Плакаты украсили стены площадки проведения EFEA – конгрессного центра «ПетроКонгресс». Участники события отмечали наиболее понравившиеся работы наклейками, которые получали вместе с бюджетом. Победителями стали авторы плакатов, набравшие наибольшее количество голосов.

Тема конкурса получила развитие и в деловой программе EFEA-2022: на площадке работала Креативная лаборатория по созданию фирменного стиля мероприятий. Под руководством эксперта в области брендинга Максима Бузина организаторы событий знакомились с разнообразными примерами айдентики, тренировались формулировать задачи для дизайнеров и составлять брифы. ■



PRO  
MEDIA  
TECH

Международный фестиваль  
технологий продвижения  
и рекламы

26-27 января 2023  
Павильон 2, зал 9



реклама

#pmtf  
#promediatech

12+

Тел.: +7 (495) 727 26 36  
www.pmtf.ru

Организатор:



Соорганизатор:



Под патронажем:



Торгово-промышленная палата  
Российской Федерации  
Самарская область, г. Самара



# ПОСТСКРИПТУМ

**106** БИБЛИОТЕКА ВНИЦ

**107** НОВИНКИ

**108** ЕЖЕДНЕВНИК



### **Брендинг территорий. Лучшие мировые практики** **Кейт Динни**

*Издательство «Манн, Иванов и Фербер», Москва, 2013 год*  
*ISBN 978-5-91657-655-9*

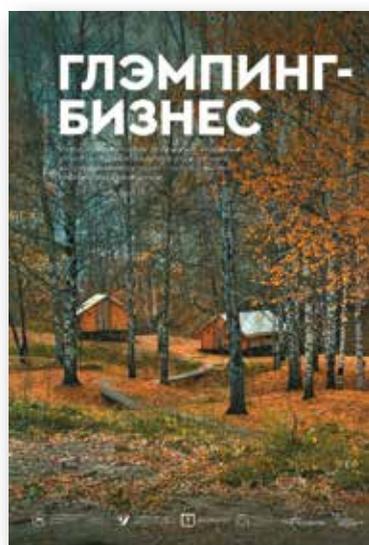
Кейт Динни – один из крупнейших мировых специалистов в области брендинга территорий, научный редактор ведущего журнала издательства Palgrave Macmillan «Брендинг территорий и общественная дипломатия». Он разрабатывал исследовательские и консультационные проекты для Института Кореи, Торговой палаты Исландии, компаний William Grant & Sons, Euro RSCG, Landor Associates, Burson-Marsteller, Diageo и других. В настоящем издании Кейт Динни исследует теорию брендинга городов, рассказывает об интересных случаях из практики, иллюстрирующих разнообразие подходов, которые используют города. В работе представлен опыт Барселоны, Парижа, Нью-Йорка, Ахмедабада, Монтевидео, Акры и Чунцина. Международные исследования, приведенные в книге, позволяют получить наиболее полное представление о состоянии данной отрасли науки. Издание предназначено для специалистов в области брендинга территорий, маркетологов, политиков, студентов и всех, кто хочет расширить представление о принципах брендинга и методах их применения на практике.



### **Как накормить миллион гостей.** **Организация питания на массовых мероприятиях** **Марала Чарыева**

*Издательство Информационная группа «Ресторанные ведомости», Москва, 2015 год*  
*ISBN 978-5-98176-115-7*

Автор книги Марала Чарыева – один из главных российских специалистов по организации масштабных проектов в области общественного питания. В ее послужном списке опыт работы на Олимпийских и Паралимпийских Играх в Сочи, руководство крупнейшими ресторанными компаниями «Росинтер Ресторантс Холдинг», сетью кинотеатров «Формула кино» и другими. Доктор экономических наук, профессор кафедры «Национальная экономика» Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС). В книге автор подробно рассказывает о руководстве бизнес-процессами, связанными с обеспечением питанием участников и гостей зимней Олимпиады в Сочи. Здесь содержится большое количество примеров, превративших издание в практическое руководство для профессионалов событийной индустрии. Книга будет интересна и полезна как рестораторам, работающим в области массового питания, так и предпринимателям, которые хотели бы получить управленческий опыт.



### **Глэмпинг-бизнес. Методическое пособие по созданию и развитию объектов отдыха повышенной комфортности на природных территориях с использованием некапитальных сооружений**

*Издательство Ассоциация глэмпингов, Казань, 2021 год*

В настоящем издании систематизирован российский и мировой опыт по организации и управлению глэмпингами. Собраны рекомендации экспертов-практиков, исследователей и аналитиков России, которыми они делились в рамках образовательной акселерационной программы по созданию объектов отдыха на природе в Республике Татарстан «Глэмпинг-бизнес». Пособие включает описание процесса создания объекта отдыха повышенной комфортности на природных территориях с использованием некапитальных сооружений. Настоящее издание – пошаговая инструкция к действию, которая поможет предпринимателю запустить собственный бизнес-проект в этой области. Методическое пособие создано под общей редакцией Департамента «Дирекция по развитию природных территорий и экотуризма» Фонда «Институт развития городов Республики Татарстан» совместно с Центром развития туризма Республики Татарстан при поддержке Государственного комитета Республики Татарстан по туризму и Агентства стратегических инициатив (АСИ).

## ■ РОССИЙСКУЮ СИСТЕМУ ВИДЕОСВЯЗИ ВНЕДРИЛИ НА ПМЭФ-2022



Для организации подключения онлайн-участников XXV Петербургского международного экономического форума (ПМЭФ) использовалось российское программное обеспечение видео-конференц-связи класса telepresence. В течение четырех дней работы ПМЭФ на платформе компании Vinteo прошло свыше 50 мероприятий длительностью до двух часов каждое, с подключением более 120 участников из 15 стран. Была налажена совместная работа видео-конференц-связи и эфирного оборудования конференц-залов, активно задействовались также функционал синхронных переводов на четыре языка – русский, английский, китайский и испанский.

## ■ УМНЫЙ РОБОТ ДЛЯ ВСТРЕЧИ ПАССАЖИРОВ В АЭРОПОРТУ



В аэропорту Нарита в Японии начал работу сотрудник с искусственным интеллектом. Робот в виде небольшого транспортного средства высотой около 1,2 м оснащен камерами и встроенными динамиками. Устройство анализирует изображения, полученные с камер, и может в случае необходимости обратиться к пассажирам. Робот следит за порядком в здании аэровокзала, ведет поиск забытых вещей, оповещает администрацию воздушной гавани о подозрительных предметах и чрезвычайных ситуациях, а также помогает персоналу решать проблемы заторгов.

## ■ ВИРТУАЛЬНЫЙ УПРАВЛЯЮЩИЙ ОТЕЛЯ ПОЯВИТСЯ В КИТАЕ



В городе Ханчжоу готовится к открытию отель, в котором функции управляющего будет выполнять виртуальный ассистент по имени VEEGY. Постояльцы смогут обратиться к цифровому управляющему с разнообразными запросами, например, для заказа еды и вызова горничных. Разработкой проекта занимаются компании Tencent и Ouyu Technology. Необычный отель в первую очередь рассчитан на киберспортсменов. Владельцы гостиницы обещают оборудовать в ней удобные площадки для тренировок игроков и научить VEEGY искусству гейминга, чтобы он мог дать гостям полезный совет.

## ■ ПОДГОТОВИТЬСЯ К ВЫСТУПЛЕНИЮ ПОМОГУТ VR-ТЕХНОЛОГИИ



Российская компания Modum Lab создала тренажерный комплекс для совершенствования навыка публичных выступлений. Система уже используется в Высшей школе менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета. Комплекс представляет собой VR-симулятор публичного выступления. В режиме реального времени тренажер оценивает темп речи, использование слов-паразитов, способность удерживать зрительный контакт с аудиторией. Также VR-симулятор определяет уровень стрессоустойчивости выступающего, для этого тренажер время от времени генерирует реалистичные раздражители, например, звонок телефона, неполадки микрофона и прочее.

Фото: [vinteo.com](http://vinteo.com), [nhk.or.jp](http://nhk.or.jp), [buyingbusinessstravel.com](http://buyingbusinessstravel.com), [modumlab.com](http://modumlab.com)

19–21 октября,  
2022 год

Сингапур

TRAVEL TECH ASIA

Все, что нужно сегодня знать о секторе технологий для путешествий в Азии и за ее пределами, можно найти на выставке Travel Tech Asia, которая состоится в комплексе Marina Bay Sands. Отраслевое мероприятие проводится совместно с проектами ITB Asia и MICE Show Asia и демонстрирует потенциал стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Выставка Travel Tech Asia – это место, где ведущие компании представляют передовые технологии, тренды, инновационные стартапы и новые возможности для индустрии путешествий. [traveltechasia.com](http://traveltechasia.com)

12–13 ноября,  
2022 годДжакарта,  
Индонезия

ICTTL

Международная конференция по туризму, транспорту и логистике (ICTTL) представит актуальные исследования, проводимые в этой области. На мероприятии у делегатов будет возможность обменяться новыми идеями и опытом их применения, установить деловые или исследовательские связи и найти партнеров для будущего сотрудничества. Конференция организована некоммерческим международным научным обществом «Институт инженеров-исследователей и ученых» (IRES), занимающимся продвижением передовых исследований в области науки, техники и социальных инноваций в мире. [thieres.org](http://thieres.org)

24–26 ноября,  
2022 годИркутск,  
Россия

БАЙКАЛТУР

Уникальная деловая площадка для встречи любителей отдыха и профессионалов отрасли в преддверии нового туристического сезона на Байкале. Экспозиция «Байкалтур» демонстрирует регион как территорию для развития активного туризма. Выставка знакомит путешественников с услугами и видами отдыха не только в Сибири, но и в других регионах России и зарубежья. Мероприятия деловой программы позволят специалистам установить контакты, обменяться опытом и найти решения насущных вопросов, обрести единомышленников и заключить важные соглашения. В рамках выставки состоится форум «Время отдыхать на Байкале». [sibexpo.ru](http://sibexpo.ru)

4–6 ноября,  
2022 годГуанчжоу,  
Китай

GITF

Международная туристическая ярмарка в Гуанчжоу (GITF) представит все виды индустрии путешествий. Она посвящена развитию в сферах науки и технологий, нематериального культурного наследия, музейного дела, спорта, гостиничного бизнеса среднего класса системы B&B (ночлег и завтрак), общественного питания и других. Участники ярмарки познакомятся с особенностями местной индустрии путешествий, в частности, с турами, посвященными истории коммунистической партии, жизни и деятельности ее лидеров и революционному прошлому Китайской Народной Республики. [gitf.com.cn](http://gitf.com.cn)

16–17 ноября,  
2022 годДубай,  
ОАЭ

DATIS

Дубай в третий раз принимает Дубайский международный саммит по доступным путешествиям и туризму (DATIS). Мероприятие посвящено вопросам законодательства, политике и требованиям по приему туристов с ограниченными возможностями. Саммит направлен на укрепление усилий ОАЭ по превращению страны в предпочтительное туристическое направление для таких путешественников со всего мира. Мероприятие познакомит участников с передовым мировым опытом в сфере туризма и услуг для людей с ограниченными возможностями. Организаторы высоко оценивают потенциал данного сегмента туристического рынка для экономики ОАЭ. [dubaiaccessibletourism.com](http://dubaiaccessibletourism.com)

30 ноября – 2 декабря,  
2022 годТашкент,  
УзбекистанТУРИЗМ  
НА ШЕЛКОВОМ  
ПУТИ

Ташкентская международная туристическая ярмарка «Туризм на Шелковом пути» – масштабное событие индустрии путешествий Центрально-Азиатского региона. Мероприятие проводится с 1995 года при официальной поддержке Всемирной туристской организации (ЮНВТО) и собирает профессионалов туристического бизнеса из разных стран. Ежегодно в рамках ярмарки проходят конференции, B2B-встречи, круглые столы, презентации туристического потенциала регионов Узбекистана, выставка ремесленного искусства, гастробазар и другие мероприятия. [titf.uz](http://titf.uz)

Для публикации использована информация официальных сайтов мероприятий по состоянию на 26 сентября 2022 г.



**ПетроКонгресс**  
КОНГРЕССНЫЙ ЦЕНТР

**Конгрессный центр «ПетроКонгресс» – современная удобная площадка в историческом центре Санкт-Петербурга для проведения ваших мероприятий:**

- 14 многофункциональных конференц-залов вместимостью от 5 до 450 человек
- современное мультимедийное оборудование, включая 4K-проекторы
- ресторанное обслуживание
- соблюдение экологических норм и стандартов



**PetroCongress Congress Centre located in the historical centre of St. Petersburg ensures the most comfortable conditions for events:**

- 14 multi-purpose conference halls with a seating capacity from 5 to 450 pax
- modern multimedia equipment, including 4K projectors
- own restaurant service
- compliance with environmental norms and standards



Санкт-Петербург, Лодейнопольская ул., 5 | 5 Lodeynopolskaya str., St. Petersburg

+7 (812) 335 89 00

[sales@petrocongress.ru](mailto:sales@petrocongress.ru)

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



# AST TELECOM

НАДЕЖНОЕ ПАРТНЕРСТВО