

CongressTime

Время конгрессов



Игры разума.
Переиграть реальность

КОЛЛЕКЦИЯ БРЕНДОВ РЕГИОНОВ РОССИИ

Новое исследование Выставочного научно-исследовательского центра (ВНИЦ) R&C и Института развития креативных индустрий Высшей школы экономики.



Расскажите об уникальных брендах вашего региона и станьте партнером исследования!

КОЛЛЕКЦИЯБРЕНДОВ.РФ

АВТОРЫ ИССЛЕДОВАНИЯ:



ВЫСТАВОЧНЫЙ
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЦЕНТР
(ВНИЦ R&C)



ИНСТИТУТ
РАЗВИТИЯ
КРЕАТИВНЫХ
ИНДУСТРИЙ

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



РОССИЯ
Национальное
конгресс-бюро

Журнал CongressTime № 1 (22) 2023
Издается при поддержке
Торгово-промышленной палаты
Российской Федерации
Выходит четыре раза в год

Издатель
ООО «ВНИЦ Р-н-С» (ВНИЦ R&C)
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 Заремкув,
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
Ирина Пришедко
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

Рисунок на обложке

создан нейросетью Deep AI по запросу «Игры разума»
Товарный знак CongressTime является исключительной
собственностью ООО «ВНИЦ Р-н-С»
© 2023 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: 31 марта 2023 года

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

3 СЛОВО РЕДАКТОРА

5 КОНТЕКСТ



23 ИСТОРИЯ С ОБЛОЖКИ



39 СПЕЦПРОЕКТ



55 ЛИЦОМ К ЛИЦУ



69 КОНГРЕССЫ КАК БИЗНЕС



95 РЕГИОНЫ



111 EVENT-LIVE.RU



117 ПОСТСКРИПТУМ





ВЫСТАВОЧНЫЙ
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЦЕНТР
(ВНИЦ R&C)



**ПРОФЕССИОНАЛЬНО
ОБ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ**

ИССЛЕДОВАНИЯ | КОНСАЛТИНГ | СОБЫТИЯ | СМИ

www.rnc-consult.ru

Игры разума – это специальные упражнения, которые задействуют наши мозговые функции, такие как логика, аналитическое мышление, внимание, память и т. д. Они могут быть использованы в качестве метода обучения, средства для развития креативности, повышения продуктивности, решения проблем и т. д.

Переносное значение термина «игры разума» означает использование интеллектуальных способностей человека, чтобы достичь определенной цели или решить сложную проблему. Это также может относиться к стратегическим или тактическим действиям, которые применяются для достижения желаемого результата. В этом контексте «игры разума» используются для описания умственного процесса, который требует анализа, планирования и принятия взвешенного решения.

В мероприятиях игры разума могут быть использованы для разнообразия их формата, чтобы участники могли взаимодействовать друг с другом, создавать новые идеи, находить нестандартные решения и повышать мотивацию. Кроме того, игры разума помогают улучшить коммуникацию и укрепить взаимоотношения между участниками.

Будущее деловых мероприятий будет также зависеть от новых требований и ожиданий участников, с учетом новых тенденций в области цифровых технологий, инноваций и экологичности. Важно будет защитить участников мероприятий от различных угроз, включая заразные болезни, террористические акты и киберпреступности.

Переиграть реальность, которая существует вне нашей власти, невозможно. Однако, мы можем изменить свое отношение к ней и использовать свои навыки и интеллектуальные способности для создания себе более благоприятных условий. Для этого необходимо развивать свой потенциал, изучать новые знания и быть готовыми к адаптации к меняющимся условиям внешней среды.

P. S.
Слово редактора создано чат-ботом ChatGPT. Авторский стиль и пунктуация искусственного интеллекта сохранены. Как и обложка, этот текст является частью концепции нового номера журнала CongressTime, основным лейтмотивом которого стали игры разума и трансформация событийной индустрии в современных условиях.

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



РЕКЛАМА

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

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

**РОССИЙСКИЙ
ФОРУМ
ДИЗАЙНА
И МОДЫ**

18–19 апреля 2023
Москва, Россия

FORUMDESIGNMODA.RU

**АЛТАЙСКО-РОССИЙСКИЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЮРИДИЧЕСКИЙ
ФОРУМ**

11–13 мая 2023
Санкт-Петербург,
Россия

LEGALFORUM.INFO

**X Невский
международный
экологический
конгресс**

25–26 мая 2023
Санкт-Петербург,
Россия

ECOCONGRESS.INFO

**ПУТЕШЕСТВИЙ
РОССИЙСКИЙ
ТУРИСТИЧЕСКИЙ
ФОРУМ**

8–11 июня 2023
Москва, Россия

RUSRAVELFORUM.COM

**ПМЭФ
ПЕТЕРБУРГСКИЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
ФОРУМ**

14–17 июня 2023
Санкт-Петербург,
Россия

FORUMSPR.COM

**СИЛЬНЫЕ ИДЕИ
ДЛЯ НОВОГО
ВРЕМЕНИ**

28–29 июня 2023
Москва, Россия

IDIAS-FORUM.RU

**ФОРУМ
ВУДУЩИХ
ТЕХНОЛОГИЙ**

10–14 июля 2023
Москва, Россия

CONFERENCE.RQZ.RU

**САНЖИ
САНЖИ
САНЖИ
САНЖИ
САНЖИ
САНЖИ
САНЖИ
САНЖИ
САНЖИ
САНЖИ**

26–29 июля 2023
Санкт-Петербург,
Россия

SUMMITAFRICA.RU

**ВОСТОЧНЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
ФОРУМ**

12–15 сентября 2023
Владивосток, Россия

FORUMVOSTOK.RU

**НЕДЕЛЯ
ОХРАНЫ
ТРУДА**

26–29 сентября 2023
Федеральная территория
«Сириус», Россия

RUSAFETVWEEK.COM

**ЭКО АЛТАЙ
АЛТАЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
ФОРУМ**

29–30 сентября 2023
Горно-Алтайск,
Россия

ROSCONGRESS.ORG

**Российская
Энергетическая
Неделя**

11–13 октября 2023
Москва, Россия

RUSENERGYWEEK.COM

**РОССИЙСКИЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
ФОРУМ**

Октябрь 2023
Самарканда, Узбекистан

FORUMVERONA.COM

**РОССИЙСКИЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
ФОРУМ**

Ноябрь 2023
Москва, Россия

WINEFORUM.INFO

**КОНГРЕСС
МОЛОДЫХ
УЧЕНЫХ**

Декабрь 2023
Федеральная территория
«Сириус», Россия

KONGRESS.NAUKA.PF

на русском языке
t.me/Roscongress

на английском языке
t.me/RoscongressDirect

на испанском языке
t.me/RoscongressEsp

Реклама 6+

Информационно-аналитическая система Фонда Росконгресс: **ROSCONGRESS.ORG**



6 КОНТРИБЬЮТОРЫ

10 ЭТО ВАЖНО

ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ

14 Новые рынки выставочно-конгрессного сотрудничества

КОНТЕКСТ

В ЦИФРАХ

16 EFEA Awards: показательные итоги 2022 года

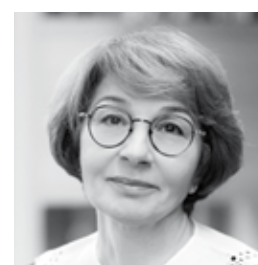
МНЕНИЕ

20 Конгрессно-выставочные услуги в новых реалиях



Дмитрий Белоблоцкий, генеральный директор группы компаний «ГАЛС». Имеет более 20 лет опыта работы на руководящих должностях в сфере обеспечения безопасности культурно-массовых мероприятий, таких как чемпионаты мира, международные и городские события, в том числе с участием первых лиц государства, мировых звезд шоу-бизнеса. Автор обучающих курсов по безопасности, консультирующий эксперт.

Лариса Белоусова, руководитель Управления конференций информационного агентства России ТАСС. Успешно организовала и провела более ста международных, федеральных и региональных мероприятий с ключевыми представителями государства и бизнеса в регионах России и за рубежом. Ее работа отмечена профессиональными наградами, в том числе благодарностью президента Российской Федерации, премией «Главные кадры ТАСС», благодарностью правительства России.



Руслан Бондаренко, основатель и управляющий партнер сообщества TOP Moderator. Профессиональный модератор, интервьюер, методолог и ведущий деловых мероприятий. Основал всероссийское сообщество модераторов и ведущих деловых мероприятий TOP Moderator и платформу трекеров для развития малого и среднего предпринимательства России TREK UP. Лауреат премии «Журналист года». Методолог и разработчик стратегических сессий, нацеленных на развитие бизнеса и различных отраслей.

Евгений Геллер, основатель компании «Опен Геймер». Автор и разработчик игр, член правления Международной ассоциации игропрактиков. По собственной методике обучил авторским играм с последующим сертифицированием более 700 ведущих из 28 стран. Лауреат премий Международного форума «Игры XXI века» в номинациях «Лучшая игра» и «Лучший ведущий», фестиваля «Полезные игры» в номинации «Лучший мастер». Номинант премии «Золотая Психея».



Павел Долгов, вице-президент Ассоциации экспортеров и импортеров, руководитель Enframe expro&communications. Эксперт по международным коммуникациям, созданию сообществ и конкурса грантов мэра Москвы. Более 20 лет работает в сфере событийной индустрии. Соучредитель проекта «Цифровой выставочный центр» и основатель форума «Международный день импорта и экспорта», соавтор ряда некоммерческих проектов, популяризирующих науку и предпринимательство среди молодежи.



Елена Кожадей, директор департамента коммуникаций и рекламы Росбанка. Окончила Московский государственный педагогический университет. Имеет более 20 лет опыта в области коммуникаций и рекламы. С 2006 по 2011 год была руководителем корпоративных коммуникаций Банка Сосьете Женераль Восток (BSGV). В 2011 году назначена заместителем директора департамента коммуникаций и рекламы Росбанка. С 2013 года занимает должность директора департамента.

Дмитрий Кофтушкин, начальник отдела внутренних коммуникаций Росбанка. Карьеру в банковской сфере начинал в Банке Сосьете Женераль Восток (BSGV). После объединения активов международной финансовой группы Societe Generale в России продолжил профессиональное развитие в департаменте корпоративного обучения Росбанка. В 2012 году присоединился к команде пресс-службы департамента коммуникаций и рекламы Росбанка, где отвечал за региональное PR-сопровождение. С 2017 года возглавляет отдел внутренних коммуникаций Росбанка.



Елизавета Ловягина, игротехник, психолог, разработчик геймифицированной технологии развития эмоционального интеллекта «Эмпатиум». Предприниматель и основатель фабрики интеллектуальных игр, руководитель направления «Психологические тренинги» Академии современного профессионального образования (МАСПО), консультант Института физиологии имени академика И. П. Павлова РАН. Спикер профессиональных конференций по психологии, нейрофизиологии и педагогике, наставник конкурса «Миссис бизнес Россия».



Сергей Мостовой, председатель Владимирской региональной общественной организации патриотического воспитания граждан «Наследники Победы». Подполковник запаса, общественный деятель в сфере военно-патриотической работы, трудник Свято-Знаменского монастыря города Коврова. Сергей Мостовой руководит проведением ряда масштабных фестивалей исторической реконструкции: «Ковров послевоенный», «Ковров. Восемидесятые», «Ковровская деревня», «Ковров. Сороковые». Инициатор создания бренда «Ковровский фестиваль».

Ирина Пришедко, обозреватель журнала CongressTime, выпускающий редактор портала для организаторов мероприятий Event LIVE. Журналист, филолог, специалист в сфере связей с общественностью. Более 20 лет работала в СМИ Санкт-Петербурга, возглавляла пресс-центр ИА «Интерфакс Северо-Запад». С 2014 года принимала участие в проведении крупных деловых мероприятий, таких как Петербургский международный юридический форум (ПМЮФ). Автор статей в рубрике «Идея» и интервью в рубрике «Герои событий».



Мargarита Ушакова, психолог и нарративный практик, кандидат психологических наук, программный советник EFЕА 2023. Более семи лет занимается исследованиями психологии времени жизни. Автор проекта для детей и взрослых «БиографияЯ». Разработала и провела более ста мероприятий в сотрудничестве с различными креативными пространствами, музейными, библиотечными, театральными площадками и кинозалами в Иркутске, Ангарске, Екатеринбурге. Автор и ведущая более 150 событий, основанных на работе с биографическими историями людей.

Денис Чудаев, организатор мероприятий, ведущий и амбассадор проекта «Играриум». Креативный продюсер, теле- и радиоведущий, фасилитатор. Автор книги «Стать лучшим ведущим за 100 страниц». Лауреат конкурса «Лучший свадебный ведущий» международной конференции Wedding Time Communication 2019.



Мончегорск

ОЗЕРА
ВОКРУГ
НАС

Мончегорск – с саамского «Город в красивой тундре». Он расположен в сердце Кольского полуострова на одном из крупнейших озер России – Имандре. Северный ландшафт и бесчисленные озера – настоящее сокровище Мончегорска. Чтобы раскрыть этот потенциал, АНО «Агентство развития Мончегорска» активно развивает туристические направления в городе.

РЕКЛАМА

IMANDRA FEST

Это зонтичный бренд, который включает в себя мероприятия Агентства развития Мончегорска, федеральных, региональных и местных партнеров. События Imandra Fest проходят каждый месяц, что создает непрерывный инфоповод и точки притяжения для туристов.

12

событий
2022

18

событий
2023

ЯРКИЕ
СОБЫТИЯ
IMANDRA FEST
В 2023 ГОДУ



8-9 июля

X-WATERS IMANDRA – международная плавательная серия, рожденная в России. Этап в Мончегорске предлагает заплыв в крупнейшем озере Кольского полуострова.



19-20 августа

IMANDRA VIKING FEST – масштабный фестиваль под открытым небом для всей семьи, с полным погружением в эпоху викингов.



сентябрь

MONCHA NIGHT TRAIL – уникальное событие, объединяющее ночной забег под северным сиянием и удивительные пейзажи Имандры, Хибин и Мончегорска.



январь

ЗИМАНДРА – городской фестиваль, соединяющий традиции зимних гуляний с колоритом Севера: арктическая кухня, ярмарки и мастер-классы.



Дарья Яркова,

РУКОВОДИТЕЛЬ
НАПРАВЛЕНИЯ «ТУРИЗМ»,
АНО «АГЕНТСТВО
РАЗВИТИЯ МОНЧЕГОРСКА»

СОВЕТЫ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ ОРГАНИЗАТОРОВ

Организаторам и региональным партнерам часто нужна помощь для масштабирования. Обычно это небольшие проекты в пределах грантовых средств и материальной базы самих организаторов. Поэтому здесь важен комплексный подход:

- 🔗 проработка концептуального наполнения и подбор активностей;
- 👤 помощь в привлечении партнеров и спонсоров, которые сформируют призовой фонд и присоединятся к мероприятию со своими площадками;
- 🖱️ разработка фирменного стиля и его интеграция в бренд Imandra Fest, плюс качественный фото- и видеоконтент.

ВИТОГЕ

Используя описанную механику, в 2022 году в изначально не туристический город, удалось привлечь 26 000 посетителей и 30 локальных партнеров. Экономический эффект составил свыше 27 млн рублей, а Мончегорск вошел в топ-5 туристических зимних направлений Мурманской области.



МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВЕКТОР: ПЛАНЫ ФОНДА РОСКОНГРЕСС
Фонд Росконгресс планирует выйти на зарубежные рынки и открыть сеть проектных офисов в дружественных странах Ближнего Востока, Африки, Азии и Латинской Америки под названием Roscongress International. Задачей новых офисов станет как информационно-аналитическая поддержка российских партнеров и инвестпроектов в регионе, так и организация деловых мероприятий, бизнес-миссий и тематических выставок. Вместе с Российским экспортным центром Фонд будет продвигать бренд Made in Russia.



РОССИЯ ПРИНЯЛА ПРЕДСЕДАТЕЛЬСТВО В ЕАЭС

Российская Федерация вступила в председательство в Евразийском экономическом союзе с 1 января 2023 года. Соответствующий указ подписал президент России. В рамках своего председательства в ЕАЭС Россия планирует развивать партнерство стран – членов союза по экономическому, технологическому и социальному направлениям, а также будет способствовать активизации международных деловых связей и контактов. Председателем оргкомитета назначен заместитель председателя правительства Российской Федерации Алексей Оверчук.



ПРОЕКТ MADE IN RUSSIA: ИТОГИ 2022 ГОДА

В 2022 году Российский экспортный центр организовал коллективный стенд на 26 международных выставках под зонтичным брендом Made in Russia. Крупнейшими из них были Gulfood в ОАЭ, Oil&Gas Uzbekistan в Ташкенте и KIOGE в Казахстане. В этот же период состоялись 14 бизнес-миссий в 12 стран: Египет, Индию, Иран, ЮАР и другие. В 2022 году 267 компаний провели 2089 деловых встреч. Всего под брендом Made in Russia на международных выставках и в бизнес-миссиях участвовали 816 российских экспортеров.

СОБЫТИЙНАЯ ИНДУСТРИЯ РАСШИРЯЕТ ГЕОГРАФИЮ СОТРУДНИЧЕСТВА

На XII Евразийском Ивент Форуме (EFEA) состоялось подписание соглашения о присоединении к Международному Консорциуму MICE Индустрии компаний Orvala Analytics Global (Индонезия), Inkanyezi Events Organizers (ЮАР) и Сообщества диаспор Индонезии. Бизнесмены этих стран заинтересованы в участии в российских деловых мероприятиях, а также в том, чтобы компании из России были представлены на зарубежных выставках. В настоящее время ведутся переговоры о вступлении в консорциум представителей событийной индустрии Мексики.



НКБ ОБЪЕДИНЯЕТ!

Национальное конгресс-бюро — институт развития отрасли и регионов в направлении событийной индустрии и делового туризма, интегратор и лоббист интересов компаний отрасли.

РЕКЛАМА

Основные направления деятельности Национального конгресс-бюро:

- ▶ развитие внутреннего рынка событийной индустрии и делового туризма;
- ▶ работа с регионами РФ;
- ▶ поддержка компаний отрасли;
- ▶ работа в составе отраслевых комитетов по формированию законодательных инициатив и мер поддержки отрасли;
- ▶ взаимодействие с российскими и зарубежными научными и промышленными ассоциациями и объединениями;
- ▶ работа с корпоративным сегментом.

За 5 лет работы Национальное конгресс-бюро стало одной из наиболее авторитетных отраслевых ассоциаций, представляющей интересы более 100 компаний из числа ведущих игроков событийной индустрии из 21 субъекта РФ. Присоединяйтесь!



Национальное
конгресс-бюро

RUSSIACB.COM
+7 (495) 777 16 45



«ПЕРМСКАЯ ЯРМАРКА» СМЕНИЛА НАЗВАНИЕ

Выставочное объединение «Пермская ярмарка» провело ребрендинг – теперь компания называется PRO EXPO. Изменения связаны с тем, что организация становится оператором мероприятий. В 2023 году компания PRO EXPO делает ставку на B2B-выставки в других регионах России. Всего планируется организовать и провести 14 мероприятий – как новых, так и узнаваемых проектов.



РЕЗОЛЮЦИЯ СЪЕЗДА РЕГИОНАЛЬНЫХ КОНГРЕСС-БЮРО

В рамках деловой программы XII Евразийского Ивент Форума (EFEA) прошел I Съезд региональных конгресс-бюро России. В его работе участвовали представители более 80 компаний и организаций сферы событийной индустрии, делового туризма, конгрессно-выставочной деятельности. Результаты обсуждений легли в основу итоговой резолюции. Среди основных решений I Съезда региональных конгресс-бюро России: способствовать развитию региональных программ поддержки отрасли, проработать вопрос создания стратегического альянса конгресс-бюро стран – членов СНГ и другие.



НАЗВАНЫ ЛАУРЕАТЫ RUSSIAN TRAVEL AWARDS

В Санкт-Петербурге объявлены лауреаты II Всероссийской туристической премии Russian Travel Awards. В номинации «Территория событийного туризма» первое место занял Санкт-Петербург, второе – Нижегородская область, третье – Кузбасс. Лучшая региональная стратегия развития туризма и индустрии гостеприимства у Тюменской, Самарской и Мурманской областей. Лауреатами в номинации «Территория MICE и конгрессно-выставочной деятельности» признаны Республика Татарстан, Свердловская и Самарская области. Лучший проект в области событийного туризма – «200-летие Нижегородской ярмарки».



РОССИЯ И КИТАЙ УГЛУБЛЯЮТ СОТРУДНИЧЕСТВО

В марте в рамках государственного визита в Россию председателя Китайской Народной Республики Си Цзиньпина был подписан ряд документов, в том числе Меморандум о взаимопонимании между Министерством промышленности и торговли Российской Федерации и Министерством коммерции Китая об углублении сотрудничества в области выставочно-ярмарочной деятельности. Также в совместном заявлении стороны приветствовали проведение VII Российско-Китайского ЭКСПО, которое пройдет 10–13 июля 2023 года в Екатеринбурге на площадке международной промышленной выставки «ИННОПРОМ».

Фото: roscongress.org, expoforum-center.ru, russiaccb.com, expoperm.ru, russian-travel-awards.ru, LyazaTretyakova – Фотобанк Фотодженика



СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ОРИЕНТИРЫ РСВЯ



РОССИЙСКИЙ СОЮЗ
ВЫСТАВОК И ЯРМАРОК
(РСВЯ) – ЭТО:

660+

выставок и ярмарок в 45 городах

88 000+

участников из 119 стран

1,7 млн м²

выставочной площади нетто

СЕГОДНЯ В РСВЯ

132

в том числе:

- 59 организаторов выставок члена
- 20 организаторов выставок с собственной площадкой
- 7 выставочных площадок
- 46 содействующих компаний

МИССИЯ

Создание MICE-индустрии, обеспечивающей рост российской экономики

ВИДЕНИЕ

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

СТРАТЕГИЯ

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

1. ВОВЛЕЧЕНИЕ. РАЗВИТИЕ. КОММЕРЦИЯ

Создание новых условий и форм профессионального взаимодействия, способствующих привлечению новых членов РСВЯ и повышению вовлеченности, компетентности и инициативности существующих. Создание востребованных продуктов и услуг, привлечение дополнительного финансирования.

2. ЭФФЕКТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ. ЛОББИРОВАНИЕ

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

3. УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ

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

ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ К НАМ
В TELEGRAM И ВКОНТАКТЕ!
БУДЬТЕ В КУРСЕ СОБЫТИЙ
ОТРАСЛИ И НОВОСТЕЙ СОЮЗА!



РОССИЙСКИЙ СОЮЗ
ВЫСТАВОК И ЯРМАРОК
СОЮЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

НОВЫЕ РЫНКИ ВЫСТАВОЧНО-КОНГРЕССНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА



АВТОР:

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

В последнее время в различных отраслях звучит вопрос: как перестраивать бизнес под новые реалии? Меняется логистика поставок, технологии. Как ни странно это прозвучит, но такая ситуация даже выгодна выставочному бизнесу. Поясню. Любое начинание требует продвижения. Выставки, как один из самых эффективных инструментов маркетинга, лучше всего для этого подходят. Рынок перестраивается, и бизнесмены ищут новые пути развития и ниши для своей продукции именно на выставке. Это видно по итогам работы «Экспоцентра» в 2022 году. При сохранении числа экспонентов примерно на одном уровне, число посетителей выросло более чем на 150 тысяч человек.

Последние три года стали испытанием для российской выставочной индустрии. Сначала появился ковид, который прервал международное сотрудничество и сократил число иностранных экспонентов. Потом – санкции, отрезавшие многие западные компании от российского выставочного рынка. Сегодня приходится перестраиваться и активнее работать с потенциальными экспонентами из дружественных стран.

В настоящее время мы пристально смотрим на сотрудничество со странами организаций ШОС и БРИКС, изуча-

ем возможности взаимодействия в выставочной сфере. И взаимная заинтересованность в развитии торгово-экономических отношений есть. Если говорить о странах ШОС, то в этом направлении активизируем программу сотрудничества, в том числе по линии торгово-промышленных палат. В частности, она предусматривает продвижение продукции этих стран на российский рынок через участие в выставках «Экспоцентра». Особое внимание мы уделяем организации экспозиций товаров и услуг стран ШОС по стратегически важным направлениям, прежде всего по таким, как машиностроение, продовольственный комплекс, энергетика, химическая промышленность, медицина.

Мы значительно активизировали сотрудничество с Ираном. Если в 2021 году иранские компании участвовали в одной нашей выставке, то в 2022 году приняли участие в шести, увеличив свое присутствие в 35 раз. В апреле 2022 года в рамках визита представительной миссии иранских предпринимателей в Москву, который был организован Торгово-промышленной палатой Российской Федерации, было подписано соглашение о сотрудничестве между «Экспоцентром» и Национальной иранской выставочной компанией.

Горизонты нашего сотрудничества еще более расширились в ходе Российско-Иранского бизнес-форума, который прошел в ноябре в Тегеране с участием руководства Торгово-промышленной палаты Российской Федерации и представительной российской делегации, объединяющей предпринимателей из более 20 регионов России. На форуме мы рассказали иранским коллегам о деятельности «Экспоцентра», перспективных выставочно-конгрессных проектах, представляющих интерес для обеих стран. Обсудили ход реализации соглашения «Экспоцентра» с Национальной иранской выставочной компанией и выразили взаимную уверенность, что форматы сотрудничества бизнеса России и Ирана в выставочно-конгрессной сфере будут расширены.

Общие показатели торговых операций между Россией и Ираном за последние два года демонстрируют уверенную динамику роста объема взаимной торговли. Однако доля Ирана в общем обороте внешней торговли России пока остается незначительной. Благодаря совместным усилиям руководства наших стран сейчас созданы благоприятные условия для существенного развития торгово-экономического сотрудничества. Оно имеет потенциал во многих отраслях промышленности, социальной сферы,

потребительского рынка. Практически все эти отрасли ежегодно представлены на выставках, проводимых в «Экспоцентре».

Нас радует рост интереса представителей иранского бизнеса к выставке «Нефтегаз». В 2022 году на ней была представлена Национальная экспозиция Ирана, которая стала активной переговорной площадкой с российскими партнерами. В деловой программе выставки приняли участие и выступили заместитель министра нефтяной промышленности Исламской Республики Иран Мортеза Шах-Мирзаи и посол Исламской Республики Иран в России Казем Джалали. Мы надеемся на продолжение и расширение нашего сотрудничества в рамках выставки «Нефтегаз-2023». На выставке «Химия-2022» были представлены четыре иранские компании и проведен круглый стол «Россия – Иран: сотрудничество в химии и нефтехимии».

Для российских предпринимателей выставочная деятельность может стать одним из важнейших драйверов импортозамещения, ведь именно выставки становятся реальными площадками для поиска новых контактов, проведения деловых встреч, запуска новых проектов.

Отдельно хотелось бы сказать о расширении выставочного участия Китайской Народной Республики в собственных проектах «Экспоцентра». В 2022 году присутствие китайских компаний на 19 наших выставках увеличилось более чем в два раза и по количеству экспонентов, и по площади стендов. В 2023 году впервые при поддержке Ассоциации производителей текстильного оборудования и аксессуаров (TEMSAD) на выставке «Инлегмаш» организована национальная экспозиция Турции.

Еще одним направлением работы «Экспоцентра» в последнее время стала активизация сотрудничества с российскими регионами. Мы укрепляем связи с региональными торгово-промышленными палатами, Российским экспортным центром и центрами поддержки бизнеса на местах. В 2022 году «Экспоцентр» заключил ряд соглашений о сотрудничестве с региональными торгово-про-

мышленными палатами. Мы даем преференции региональному бизнесу, и это уже стало приносить свои плоды. К примеру, недавно закончилась выставка «Продэкспо-2023», на которой было выстроено беспрецедентное количество региональных коллективных стендов – 48. Это рекорд за 30 лет работы проекта.

Интерес регионального бизнеса к выставкам понятен. Для российских предпринимателей выставочная деятельность может стать одним из важнейших драйверов импортозамещения, ведь именно выставки становятся реальными площадками для поиска новых контактов, проведения деловых встреч, запуска новых проектов. Активизация конгрессно-выставочной деятельности станет серьезной поддержкой для отечественных компаний, переходящих на рельсы импортозамещения. Без выставочного ресурса, на мой взгляд, процесс рискует растянуться на десятилетие.

Отвечая на запросы российских производителей, мы не только формируем стенды и экспозиции российских регионов, но и проводим для них специальные мероприятия. В частности, организуем работу биржи субконтрактов, зоны презентации стартапов, специальные разделы для науки и профильного образования. Таким образом расширяем формат сотрудничества в рамках выставок от B2B к B2G и B2I.

При организации стартап-зон мы тесно сотрудничаем с российскими вузами, прежде всего с теми, которые имеют отношение к отраслевым выставкам «Экспоцентра». Для учебных заведений партнерство интересно, в том числе как возможность представить последние инновационные разработки студентов на льготных условиях. Для нас же такие участники – это будущие потенциальные партнеры и клиенты.

Наш новый выставочный формат B2I (business-to-investor) позволяет обратить особое внимание на привлечение компаниями-экспонентами инвестиций. Мое глубокое убеждение состоит в том, что выставка должна приносить компаниям финансовую отдачу, и поиск инвестиций – это одна из задач участия в них. В рамках каждой выставки мы организуем презентацию инвестиционных проектов, точно подбираем инвесторов, которые бы хотели вложить средства в игроков конкретной отрасли.

В заключение хочу подчеркнуть, что ввод санкций и уход западных экспонентов не стал трагедией для выставочной индустрии. Многие участники выставок из дружественных стран ушли, но с просьбой сохранить на будущее выполненные финансовые обязательства. Они рассчитывают, что ситуация может поменяться и открыто говорят, что покидать рынок нет экономических резонов. Это с одной стороны. А с другой, освобожденные ими вакансии, как мы видим, быстро заполняются российскими компаниями и экспонентами из дружественных стран. ■

EFEA AWARDS: ПОКАЗАТЕЛЬНЫЕ ИТОГИ 2022 ГОДА

В рамках XII Евразийского Ивент Форума (EFEA) состоялось вручение независимой профессиональной премии EFEA Awards. Победители определены по результатам мониторинга количества упоминаний в СМИ. Выставочный научно-исследовательский центр (ВНИЦ) R&C представил в цифрах лауреатов премии.

ЛАУРЕАТЫ EFEA AWARDS 2022



ЛАУРЕАТЫ



НОМИНАНТЫ

ПРОЕКТ ГОДА – КОНГРЕСС

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ

РЕГИОНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ



**ПЕТЕРБУРГСКИЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
ФОРУМ**
Санкт-Петербург

14 000 участников**>1500** спикеров**130** стран**695** соглашений**214** мероприятий

**ВСЕРОССИЙСКИЙ
ИНВЕСТИЦИОННЫЙ
САБАНТУЙ «ЗАУРАЛЬЕ»**
Сибай

>1500 участников**22** секции**12** стран**46** соглашений**>120** мероприятий

**ВОСТОЧНЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ**
Владивосток

**ФОРУМ «СИЛЬНЫЕ ИДЕИ
ДЛЯ НОВОГО ВРЕМЕНИ»**
Москва



**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ
«АРКТИКА: НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ»**
Санкт-Петербург

ФОРУМ 100+ TECHNOBUILD
Екатеринбург

ПРОЕКТ ГОДА – ВЫСТАВКА

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ

РЕГИОНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ



ИННОПРОМ
Екатеринбург

>600 экспонентов**>40 000** посетителей**>50** стран**>100** деловых мероприятий

**МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИ-
ЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА ТЕХ-
НОЛОГИЙ ГОРНЫХ РАЗРАБОТОК
«УГОЛЬ РОССИИ И МАЙНИНГ»**
Новокузнецк

>460 экспонентов**>44 000** посетителей**12** стран**>60** деловых мероприятий

**МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ
ВЫСТАВКА «МЕТАЛЛ-ЭКСПО»**
Москва

**МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ, НАПИТКОВ
И СЫРЬЯ ДЛЯ ИХ ПРОИЗВОДСТВА
«ПРОДЭКСПО»**
Москва



RUSSIA HALAL EXPO
Казань

**МЕЖДУНАРОДНАЯ
АГРОПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА
«АГРОРУСЬ»**
Санкт-Петербург

ОРГАНИЗАТОР ГОДА

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ

РЕГИОНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ



**ФОНД
РОСКОНГРЕСС**
Москва

12

крупнейших международных форумов в РФ



**МVK – МЕЖДУНАРОДНАЯ
ВЫСТАВОЧНАЯ КОМПАНИЯ**
Москва

>50

региональных выставок и конференций



ЭКСПОФОРУМ-ИНТЕРНЭШЛ
Санкт-Петербург
ЭКСПОЦЕНТР
Москва



**БАШКИРСКАЯ ВЫСТАВОЧНАЯ
КОМПАНИЯ**
Уфа
ПЕРМСКАЯ ЯРМАРКА
Пермь

ОТКРЫТИЕ ГОДА

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ

РЕГИОНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ



**ПЕРВЫЙ РОССИЙСКИЙ
ВИНОДЕЛЬЧЕСКИЙ ФОРУМ**
Москва

>1700

участников

43

мероприятия

>150

спикеров



**ПЕРВЫЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ
КОНГРЕСС «ТРАНСПОРТ
И СТРОИТЕЛЬСТВО»**
Уфа

>2700

участников

24

мероприятия

500

спикеров



**ПЕРВЫЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ
АНТИФАШИСТСКИЙ КОНГРЕСС**
Москва
**ПЕРВАЯ МОСКОВСКАЯ НЕДЕЛЯ
ИНТЕРЬЕРА И ДИЗАЙНА**
Москва



**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ
К 50-ЛЕТИЮ КОНВЕНЦИИ ОБ ОХРАНЕ
ВСЕМИРНОГО КУЛЬТУРНОГО
И ПРИРОДНОГО НАСЛЕДИЯ**
Казань
**ПЕРВАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
АГРОПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА
«МИНВОДЫАГРО»**
Минеральные Воды

ПЛОЩАДКА ГОДА

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ

РЕГИОНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ



ВДНХ
Москва

77 000 м²

выставочная площадь

9

выставочных павильонов

24

конференц-зала

>450

мероприятий



ЕКАТЕРИНБУРГ-ЭКСПО
Екатеринбург
ЭКСПОФОРУМ
Санкт-Петербург



ВДНХ-ЭКСПО
Уфа

15 000 м²

выставочная площадь

4

выставочных павильона

3

конференц-зала

>100

мероприятий



НИЖЕГОРОДСКАЯ ЯРМАРКА
Нижний Новгород
КОНГРЕСС-ХОЛЛ «ТОРАТАУ»
Уфа

СОБЫТИЕ ГОДА

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ

РЕГИОНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ



**ВСЕРОССИЙСКИЙ ФЕСТИВАЛЬ
«РОССИЙСКАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ
ВЕСНА»**

Самара

35000 участников

85 регионов России



**МОЛОДЕЖНЫЙ ФОРУМ
ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО
ОКРУГА «ИВОЛГА»**

Самара

2000 участников

60 регионов России



**ФЕСТИВАЛЬ
«ПУТЕШЕСТВИЕ В РОЖДЕСТВО»**

Москва

«ФЕСТИВАЛЬ «ТАВРИДА.АРТ»
Республика Крым



**200-ЛЕТИЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ
ЯРМАРКИ**

Нижний Новгород

**ФЕСТИВАЛЬ МУЗЫКИ И ФЕЙЕРВЕРКОВ
«СТОЛИЦА ЗАКАТОВ»**
Нижний Новгород

СПЕЦИАЛЬНЫЕ НОМИНАЦИИ



**ЗА ВКЛАД В РАЗВИТИЕ
ВЫСТАВОЧНО-КОНГРЕССНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ИМЕНИ С. Н. ТРОФИМОВА**



ФОНД РОСКОНГРЕСС
Москва

12 крупнейших международных форумов в РФ

5000 экспертов в России и за рубежом

180 внешнеэкономических партнеров

15 000 представителей СМИ на мероприятиях



ЗА ВКЛАД В РАЗВИТИЕ ДЕСТИНАЦИИ В РОССИИ



ГЕННАДИЙ ШАТАЛОВ,
*председатель правления ФРОС Region PR, основатель
Национальной премии в области событийного туризма
Russian Event Award*

5 федеральных премий в сфере
событийной индустрии и туризма

4133 проекта приняли участие в премиях

642 лауреата



**ЗА ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД
К ПРОДВИЖЕНИЮ ДЕСТИНАЦИИ**



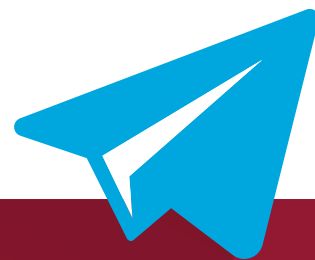
УРАЛЬСКОЕ КОНГРЕСС-БЮРО
Свердловская область

>100 выставок

>500 конгрессных мероприятий

Источники: ВНИЦ R&C, официальные информационные ресурсы лауреатов EFEA Awards

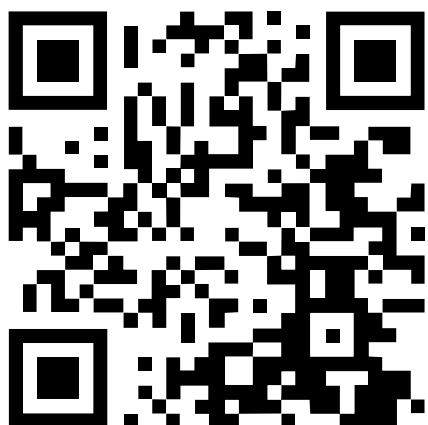
Приглашаем
в Telegram-канал



ВНИЦ. Аналитика

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

@event_analytics



ВЫСТАВОЧНЫЙ
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЦЕНТР
(ВНИЦ R&C)

КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЕ УСЛУГИ В НОВЫХ РЕАЛИЯХ



АВТОР:

*Павел Долгов,
вице-президент Ассоциации
экспортеров и импортеров,
руководитель Enframe
expro&communications*

Одним из главных направлений продвижения товаров и услуг на внешних рынках является конгрессно-выставочная отрасль. Уверен, сегодня не нужно доказывать, что только очные встречи приводят к серьезным контрактам. Во всяком случае, я никогда не слышал о выгодных сделках людей, которые не видели бы друг друга и не пожали бы руки.

Мой опыт работы с бизнесменами Кыргызстана и Турции дает мне право со стопроцентной уверенностью сказать, что пока вы не встретились с потенциальным партнером за чаем или чем-то покрепче, никаких переговоров не будет. Разговор должен быть только лицом к лицу. Поэтому организованные нами переговоры с потенциальными клиентами, как правило, заканчиваются словами: «Отличный продукт, приезжайте знакомиться!».

Почему для бизнеса интересны эти страны? Они – удобны для этого. Кыргызстан поддерживает дружеские отношения со всеми державами. Страна является членом Евразийского экономического сообщества,

СНГ, организации ШОС. Есть возможности беспошлинной торговли с Евросоюзом. Важный сегодня факт: русский – официальный язык страны. Здесь быстрая регистрация юридических лиц и открытие банковских счетов, комфортная система налогообложения, невысокая стоимость коммунальных услуг и рабочей силы. В стране развивается конгрессно-выставочная отрасль. Проводятся десятки форумов высокого международного и локального уровней, растут количество и размеры выставок. Например, ежегодная выставка-форум *Kyrgyzbuild*, на которой мы представляем коллективный стенд российских экспортеров, в 2023 году соберет более 4000 человек.

В Турции тоже много всего интересного. Здесь развита конгрессно-выставочная отрасль и даже небольшие локальные выставки собирают более 10 000 человек. В стране с уважением относятся к частной собственности – это заложено в основе культуры. Государство поддерживает грантами производственные и инновационные компании. Производители освобождаются от выплаты НДС и входящих пошлин при импорте сырья и реализации товара за пределами страны. Учредить компанию здесь можно без участия граждан Турции. В разных частях страны расположены свободные экономические зоны, в которых обеспечивается поддержка производителям и исследователям, созданы комфортные условия для бизнеса.

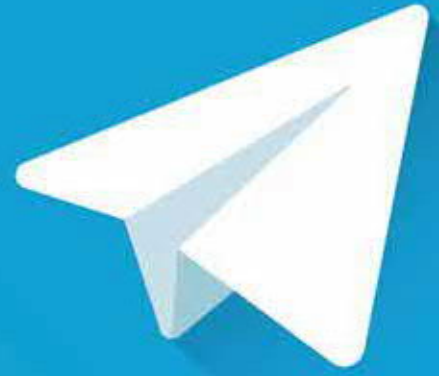
Есть различные успешные примеры экспорта в области конгрессно-выставочной деятельности. Разделим их на два вида. Первый: продажа выставочного пространства зарубежным экспортерам и организация международного поиска партнеров. Второй: создание новых выставочных проектов или масштабирование успешных на территорию других стран.

Продажа выставочного пространства зарубежным экспортерам и организация международного поиска партнеров – это очень широкая тема и, чтобы не лить воды, назову успешные кейсы. Компания «Экспоцентр» продает выставочное пространство зарубежным экспортерам, предлагая коллективные стенды для компаний, национальные экспозиции и индивидуальное участие поставщикам. В настоящее время Ассоциация экспортеров и импортеров продвигает ряд выставок АО «Экспоцентр» и содействует проведению переговоров с производителями из стран СНГ и Турции о возможности их участия в международной выставке «Продэкспо» в 2024 году.

Другой пример международного экспорта услуг – компания *Alianceexperts*. Она децентрализована и занимается поиском партнеров более чем в 30 странах. Ее специалисты продают коммуникации с отраслевыми партнерами в различных государствах.

Еще один отличный пример диверсификации бизнеса, рисков, целевой аудитории и клиентской базы: российская компания приняла участие в организации выставки медицинского туризма в Турции. Проект поддерживается различными организациями страны, Министерством здравоохранения Турецкой Республики, собирает 40 экспонентов – турецких поставщиков товаров и услуг, байеров из разных стран. Выставка представляет широкий B2B-спектр отрасли медицинского туризма в Турции для бизнесменов с различных континентов.

Подводя итог, отмечу, что путей для развития бизнеса всегда много и какой из них для своей компании выберет предприниматель – тот и будет верным. ■



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



ДИАЛОГ ПРОФЕССИОНАЛОВ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ

XIII ЕВРАЗИЙСКИЙ ИВЕНТ ФОРУМ



17-19
ЯНВАРЯ 2024

**ЗАДАЕМ ТРЕНДЫ
С 2012 ГОДА!**

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
КЦ «ПЕТРОКОНГРЕСС»

EURAS-FORUM.COM

 [VK.COM/EFEAFORUM](https://vk.com/efeaforum)

ОРГАНИЗАТОР



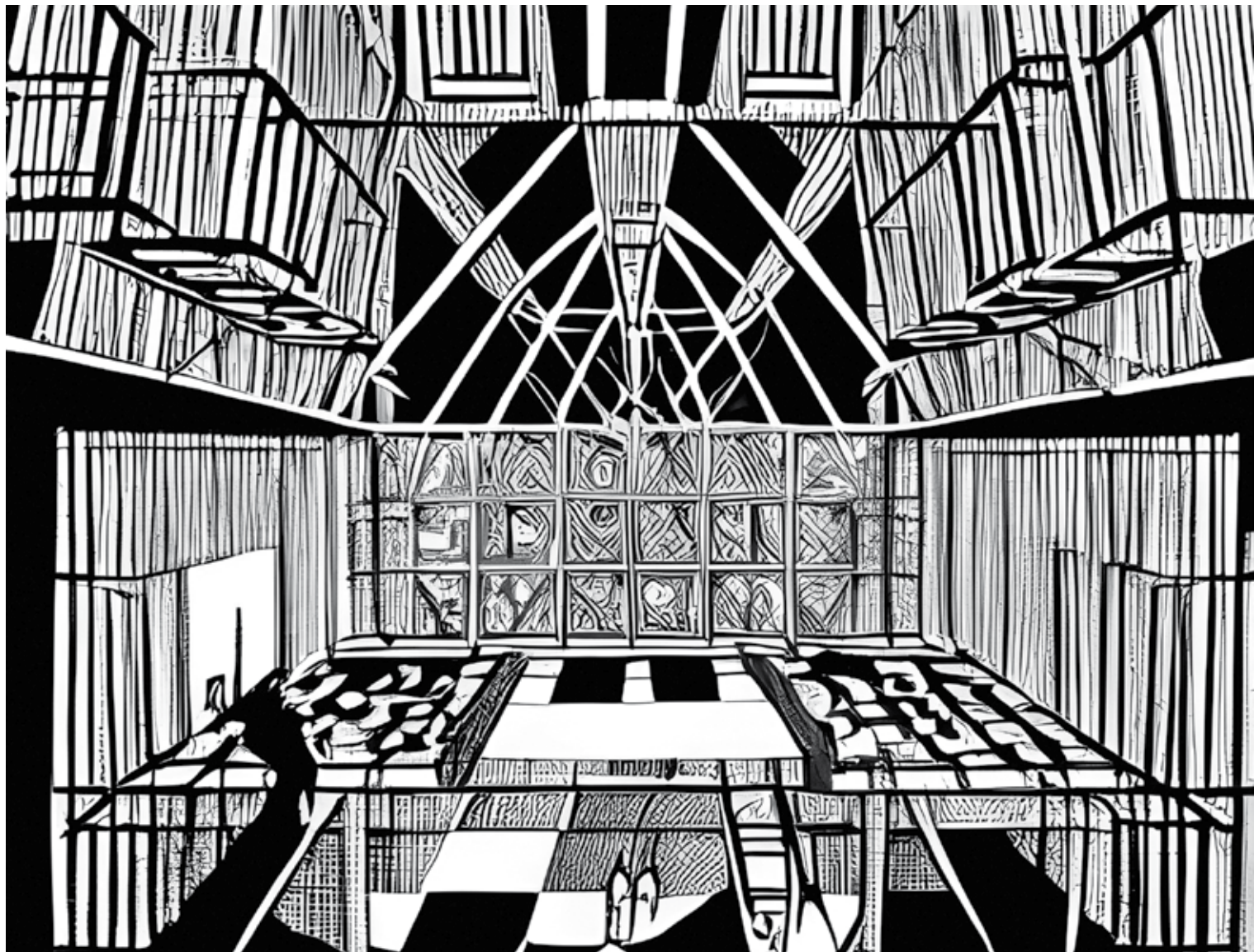
ВЫСТАВОЧНЫЙ
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЦЕНТР (ВНИЦ R&C)



АКЦИЯ

**РАННЕЕ
БРОНИРОВАНИЕ***

*Акция действует до 01.10.2023



О ГЛАВНОМ

- 24** Игры разума.
Переиграть реальность
- 29** Зачем мы сегодня играем
в трансформационные игры

ИСТОРИЯ СОБЛОЖКИ

КЕЙС

- 30** «Эмпатиум»: игротехника
для эффективных коммуникаций
- 32** Искусство игры.
Благотворительный аукцион
для компании

ОПЫТ

- 34** Геймификация корпоративной
социальной сети



ИГРЫ РАЗУМА. ПЕРЕИГРАТЬ РЕАЛЬНОСТЬ

АВТОР:

*Мargarita Ушакова,
психолог и нарративный практик,
кандидат психологических наук,
программный советник EFEEA 2023*

РИСУНКИ:

*изображения созданы нейросетью
Deer AI по запросу «Игры разума»*

Реальность, в которой мы все оказались сегодня, можно сравнить с игрой – настолько неправдоподобной она порой представляется. И в этом нереальном мире нам по-прежнему важно оставаться собой, сохранять то, что считаем ценным, проводить мероприятия, продолжать свое дело и принимать множество решений. С таких вводных началась стратегическая сессия на XII Евразийском Ивент Форуме (EFEEA). Дискуссия проходила на пересечении трех направляющих: «Что происходит сейчас? – Куда это ведет? – Что мы с этим можем сделать, как переиграть ситуацию, правила, обстоятельства?».

МНОГО ВОПРОСОВ

Что изменилось и обновляется в людях, с которыми и для которых мы работаем? Как трансформируется их взгляд на происходящее вокруг, что влияет на мотивацию участия в самых разных мероприятиях, которые мы продолжаем создавать? Как меняемся мы сами в этой затянувшейся неопределенности, и какие находим способы с ней справляться? Существует три разных ракурса на то, что переживают люди сегодня – и те, кто организует самые разные события, и те, для кого это делается.

Во-первых, мозг реагирует на ситуацию высокой неопределенности и смены миров по-разному, а игры нашего разума могут как мешать в работе, так и являться ресурсом для решения профессиональных головоломок. Во-вторых, мероприятия, которые мы создаем для людей, становятся сегодня частью их личных историй. Организаторам важно об этом помнить. Более того, создаваемые нами события способны помогать и участникам, и нам самим пересочинять плохие истории в хорошие. В-третьих, жизненное пространство осваивается в новой реальности по-разному, пути и дороги остаются открытыми, становясь для людей маршрутами к чему-то важному. И значимая задача сегодня – продолжать создавать события для других и вести свою игру в мире, которого мы не знали.

Важной особенностью стратегической сессии XII Евразийского Ивент Форума (EFEA) стала возможность обратиться к неочевидному, инсайдерскому знанию, которое представляли эксперты – то, с чем к ним обращаются люди, и что пока не доходит до статистических обобщений. Это позволяет рассмотреть неочевидные тренды в мотивации людей к участию в разных мероприятиях, выборы и смыслы, которые влияют на нашу целевую аудиторию.

НЕПРИВЫЧНАЯ ТУРБУЛЕНТНОСТЬ

Организаторам событий не понаслышке знакома необходимость оставаться устойчивыми в большой неопределенности. Мы постоянно находимся в

состоянии турбулентности – это особенность нашей профессиональной сферы. Но сегодня важно признать: те резкие и значительные изменения, что происходят вокруг нас с 2020 года, меняют принципиально эту фоновую неопределенность. Мы не можем не заметить, что турбулентность не просто велика сейчас, она продолжает расти. А самое главное, в ней отсутствует привычный организаторам событий ритм, в котором неопределенность высока до мероприятия, когда мы в силу большого числа факторов, влияющих на нашу работу, не уверены до конца, что все пройдет по плану. После завершения события напряжение спадает, мы возвращаемся в спокойное состояние. Сейчас этого ритма нет, и хроническая турбулентность часто лежит в основе наших профессиональных решений.

Если посмотреть с точки зрения физиологии – что происходит сейчас с нами, когда мы создаем и проводим мероприятия? «Стресс стал хроническим, он длится дольше, и естественно, что резервные возможности организма истощаются, как бы мы ни были адаптированы изначально к условиям неопределенности в профессиональной деятельности», – поясняет кандидат биологических наук, физиолог, психолог, гипнотерапевт Анна Кипенко.

Работа в формате сбережения сил всей команды организаторов, приоритет простых решений, снижение стремления к «вау-эффектам» в ходе мероприятий – проявление этого тренда будет только усиливаться в течение ближайшего года в событийной индустрии. Мы все будем так или иначе учиться обходиться меньшими ресурсами для достижения нужных целей в создании событий.

ДРУГИЕ ИСТОРИИ

Стресс сегодня – это не просто регулярное состояние, он становится постоянной переменной не только для нас, но и для каждого, с кем мы взаимодействуем. Мы продолжаем создавать определенные мероприятия, куда включаются не совсем привычные для нас истории других людей. Что можно увидеть в этих личных историях в по-

следнее время? Какими приходят к нам участники наших событий?

У многих сегодня заметно сократилась временная перспектива – то, как далеко человек способен заглянуть в свое будущее. Горизонт планирования чего бы то ни было крайне мал. И это напрямую влияет как на выбор мероприятия – чем дальше оно по времени, тем сложнее оценить свою готовность принять в нем участие, так и на оценку его результатов для себя: труднее сформулировать, какая польза будет после. Очень заметна смена лексик и общей эмоциональной окраски в описании происходящего вообще и разных мероприятий в частности. Особенно это видно в канун праздников, когда в социальных сетях в комментариях под анонсами мероприятий в адрес организаторов можно увидеть обвинения в бесчувственности, безнравственности, в проведении пиров во время чумы. Истории привычных празднований очевидно меняются.

«Это время множественных параллельных трансформаций. Мероприятия нужно встраивать в меняющийся мир, – рассказывает психолог, нарративный практик, руководитель русскоязычной программы подготовки специалистов в нарративном подходе «Нарративная мастерская» Олеся Сиимонова. – Психологу привычно иметь дело с людьми, которые меняются. Они добровольно приходят на терапию, желая изменить себя и жизнь. Вместе с тем очень знакома и работа с недобровольными клиентами, то есть с теми, кто меняться не хочет. Сейчас все мы – недобровольные клиенты».

Мы вынуждено находимся в ситуации, где нам приходится встречаться с трансформирующимся миром. В ответ мы должны менять свои представления о том, что правильно и неправильно, кто мне друг, а кто – враг, с кем я продолжу работу, а с кем – нет.

Точное наблюдение, что мы все сейчас по сути недобровольные клиенты, открывает важный ракурс на подготовку и проведение мероприятий. Организаторам событий сегодня приходится считаться с тем, что для достижения привычного уровня вовлеченности

участников придется, скорее всего, потратить значительно больше времени и усилий. Снижается общая активность в дискуссиях, не так много людей готовы высказываться в принципе – влияет наличие цензуры, общий эмоциональный настрой. Сложнее получить содержательную обратную связь от участников: что именно было полезным и интересным для них в ходе мероприятия.

Эти особенности связаны с влиянием не только психологических или социальных факторов. Так, физиологи говорят о замедлении и затруднениях в работе нервной системы в ситуациях хронического стресса, как сейчас. Анна Кипенко, например, напоминает, что наша способность к креативному, критическому мышлению, как и способность к эмоциональным проявлениям, зависят от числа нервных клеток, синаптических контактов между ними и количества нейромедиаторов, участвующих в передаче нервного импульса. Чем сложнее деятельность, тем медленнее и дольше совершается этот процесс. Кроме того, в современных условиях привычное соотношение, например, медиаторов, может существенно меняться, и работа нервной системы еще больше затрудняется.

Что мы можем предпринимать в этом случае для поддержки своих мероприятий, сохранения контакта с нашей аудиторией? Для начала вспомнить собственный опыт пребывания в хроническом стрессе и общения с недобровольными участниками событий. Обычно такие люди раздражены и сопротивляются. «Прежде чем перейти к сути дела, с ними нужно выстроить диалог. Найти общий язык, установить контакт на очень простом уровне – вот цель организаторов и спикеров. Стоит потратить больше времени на то, чтобы познакомиться с программой мероприятия, организаторами, проговорить все инструкции. Не стесняться повторять. Сейчас выше тревога и неопределенность в мире, больше нужда в конкретности и понятности на локальном уровне», – уточняет Олеся Симонова.

Но наряду со стремлением к простому и конкретному, можно заметить в мо-

тивации участников разных событий и усилившуюся потребность в глубоком понимании себя и других. Это проявляется по-разному, например, в сохранении фокуса внимания на преодолении тех сложностей, которые и сегодня остаются по плечу. «Я еду куда-то – не для того, чтобы что-то увидеть, а потому, что хочу что-то узнать о себе и о других людях. Сильна идея «побыть героем для себя». Вероятно, меняется мир, но неизменным остается желание людей быть частью истории, не какой-то большой, всемирной, а локальной. Словно прожить несколько жизней и оказаться героем личной истории, о которой самому интересно и вспоминать, и рассказывать», – замечает тревел-журналист, путешественник, редактор и автор книг, организатор клуба путешественников, член Русского географического общества Анна Важенина.

В ситуации сужения жизненных горизонтов потребность преодолевать ограничения только возрастает. Людям необходимо чувствовать, что они могут влиять на свои личные истории: впервые пойти в поход, преодолеть стеснение и выступить перед незнакомыми людьми, помочь в чем-то другим. Нашу естественную потребность в преодолении русский ученый Иван Павлов когда-то назвал «рефлексом свободы». Физиологи подчеркивают, что, когда нам удается преодолевать какие-то свои внутренние ограничения, то, что когда-то казалось невозможным, сложным, у нас вырабатывается невероятное количество эндогенных опиатов, мы пребываем в эйфории, ощущении, что мы – живые, мы – можем. И тогда гормонов, которые отвечают за стресс, становится меньше. Наша нервная деятельность восстанавливается, а ощущения полноты жизни становится больше.

Действительно, если преодоление – посильное, то оно дает очень ценный опыт, удостоверяющий нашу способность удерживать собственную жизнь в своих руках, справляться с разными трудностями. Это становится важным приобретением, которое человек выносит с мероприятия, в ходе которого этот опыт пережил. Тем, к чему хочется возвращаться.

ЗНАЧИМЫЕ ТЕМЫ

Контекст изменившихся историй людей неминуемо влияет на смену актуальных тем сегодняшних мероприятий. Помимо довольно заметного избегания частью нашей аудитории темы празднования, о котором уже упоминалось, снижается потребность в новых особенных впечатлениях, «вау-эффектах» и тех событиях, которые полностью на этом построены. Их проживание требует от участников больше сил и уверенности в том, что повседневная жизнь прочна и устойчива. В случае, когда такой уверенности нет, часто пропадает и необходимость получать дополнительные новые впечатления. Все настолько стремительно и кардинально обновляется вокруг, что значимость приобретают другие темы, связанные с более глубокими смыслами.

Например, для выездных мероприятий и путешествий это выразилось в формуле: «люди едут к людям». «Теперь путешественник хочет знать рецепты приготовления блюд, которые он ест, их историю, а также историю того, кто готовит. Хочет попробовать сам слепить кувшин из глины под руководством человека, который сделал это ремесло профессией. Сбирать яблоки и варить из них компот вместе с бабушками, занимающимися этим в селе десятки лет. А еще хочет слушать истории людей и задавать вопросы, которые волнуют его самого, чтобы узнать мнение другого человека о важном», – рассказывает Анна Важенина. Можно сказать, что сейчас люди отправляются в поездки в меньшей степени за чем-то новым для себя, в большей мере – в поиске чего-то глубокого, что они определяют для себя как настоящее.

Похоже, мы все больше разворачиваемся к теме осознанности, невзирая на то, что само это понятие выглядит клишированным сегодня. Темы успешности, самореализации, поиска дела по душе уходят на второй план. Люди решают для себя глубокие нравственные дилеммы и участвуют в тех мероприятиях, которые помогают найти ответы на такие вопросы. «Будущее за мероприятиями, где люди рассказывают истории о себе и прошлом, давая другим выслушать себя. Участники



здесь получают признание вместе с опытом преодоления, – считает Олеся Симонова. – Создайте доверительный и вместе с тем простой опыт контакта в полужнакомой аудитории, добавьте творческую атмосферу, и все будет очарованы».

В ЧЕМ ПРАВДА?

В таком формате, по убеждению Олеся Симоновой, много поддержки, и самое главное, он удовлетворяет потребность в самоуважении – то, что сейчас очень нужно всем нам. Мы и так, как нация, чувствуем этот недостаток самоуважения, а сейчас особенно. Важно вернуть достоинство людям и найти новую

точку опоры: почему я в порядке, почему хороший человек, почему достоин уважения, почему именно сегодня? Самоуважение страдает по нескольким причинам. Условия жизни стали иными и продолжают меняться. Мы перестали верить другим и прежнему себе. Поругано то, что раньше было правдой. Правда в исконном понимании этого слова – это законы, уставы, обеты. Не просто знание, мы ей верны. Когда у нас есть такая правда, мы однозначно понимаем происходящее и, исходя из этого, берем на себя обязательства и действуем. Сейчас ее нет. Нет однозначных лидеров с устойчивой репутацией, кто мог бы транслировать правду в массы. Но люди без правды не могут, они желают найти ориентиры.

С помощью каких мероприятий люди ищут сейчас для себя глубокие смыслы, новые ориентиры, свою правду? Отчетливый интерес к научно-популярным мероприятиям, где участники получают возможность найти какие-то важные для себя ответы в русле доказанного знания. Это снижает тревогу и дает шанс найти новые ориентиры. Все больше запросов на участие в различных философских и дискуссионных клубах как пространствах для осмысления нравственных категорий. Мотивация к участию в форматах событий с выраженной психологической поддержкой также высока и, вероятнее всего, будет только увеличиваться в течение года.

Интересным и довольно новым трендом становится потребность открытого участия в благотворительности. «Это еще один способ взаимодействовать с людьми, признавать свою ценность и получать признание. Организаторам мероприятий стоит предлагать форматы, в которых участники могут проявить себя как хорошие люди, например, благотворительные проекты, в которых они могут безвозмездно сделать что-то для других. Важно, чтобы помощь была явной. Если не свидетельствовать хорошему в нас, его будто и не существует. Не работают тайные пожертвования для укрепления самооценки. Важна возможность открыто рассказать об акте помощи и получить уважение», – отмечает Олеся Симонова. Сложно с этим не согласиться, наблюдая, как много людей сейчас ищут возможность реально поддерживать то, во что верят.

ВАЖНЫЕ ПРИНЦИПЫ

Если собрать воедино все эти идеи, то что выйдет самым важным в сегодняшней нереальной реальности для тех, кто продолжает создавать мероприятия?

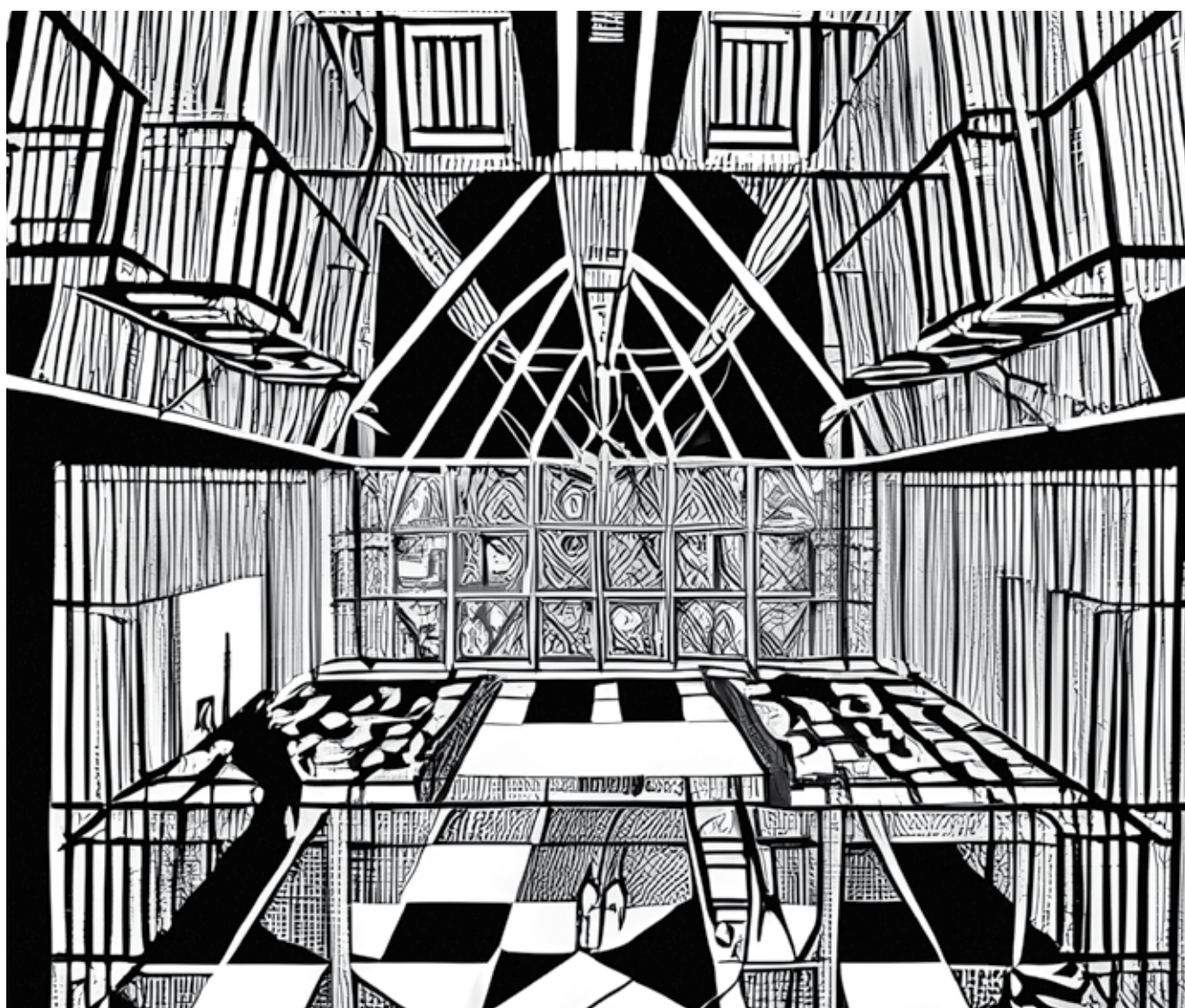
Бережность по отношению к себе и тем, кто участвует в наших событиях. Больше конкретности и понятности, меньше слишком сильных новых впечатлений и «вау-эффектов», отнимающих силы как организаторов, так и участников.

Возможность делиться историями. Это сейчас актуально как никогда. Создавая мероприятия, в которых люди могут делиться своими историями и слышать истории других, мы не только привлекаем больше очень разных людей, но и помогаем всем им отстраивать свои миры заново.

Поддержка поисков глубоких смыслов в самых разных форматах событий. Снижая фокус на атмосфере праздничности и усиливая взамен акцент на возможности найти в ходе мероприятия более глубокие личные смыслы или ответы на нравственные вопросы, мы получаем шанс собрать наиболее вовлеченную аудиторию.

Посильное преодоление как важный опыт в ходе создаваемых событий. Все более актуальными становятся идеи мероприятий, в которых участники смогут почувствовать себя героями личных историй, открыто помочь другим людям, найти новые поводы для самоуважения.

Любое из этих событий станет уже нашим собственным шагом в сегодняшней нереальной реальности. И нашим шансом ее переиграть. ■



ЗАЧЕМ МЫ СЕГОДНЯ ИГРАЕМ В ТРАНСФОРМАЦИОННЫЕ ИГРЫ



АВТОР:

*Евгений Геллер,
основатель компании «Опен Геймер»*

Представьте себе «Монополию» с ее интересом и адреналином, к ней добавляем методики из психологии, бизнеса, обучения и в итоге получаем нечто новое, совмещающее отдых и пользу. Темы такой игры могут быть абсолютные разные – отношения, поиск работы или предназначения, продажи, финансовая грамотность. Они популярны у психологов, преподавателей, тренеров. Это трансформационные игры, которые появились в середине первого десятилетия XXI века. За семнадцать лет существования данное направление развилось быстрее, чем тренинги и консультирование. Сейчас на рынке существует более 800 таких игр. Настало время к ним присмотреться.

Трансформационные игры – это формат интеллектуального развлечения. Они нравятся людям больше, чем классическое образование или обучение на различных тренингах. Именно поэтому игры все чаще применяются в корпоративном обучении. Для своих университетов, HR-отделов, мероприятий их приобретают частные лица и крупные компании. В таких играх есть возможность ошибаться и чувство-

вать себя исследователем, пробуя новые способы поведения, входя в контакт с другими людьми. Лучше ошибиться и научиться что-то делать по-другому в игре, чем в реальной жизни на работе и в общении с живыми людьми.

Возможность побыть в игре любопытным подростком, а не ответственным взрослым дает выход тем эмоциям, которые мы не можем реализовать в обычной жизни, регламентированной семейным положением и статусом или корпоративными правилами. Положительная обратная связь от участников игры – лучший способ почувствовать поддержку от других людей, с которыми есть общие ценности, которые и усадили всех игроков за один игровой стол вместе с вами.

Общение с разными людьми во время игры – прекрасный повод для новых знакомств, учитывая экзистенциальное одиночество жителей больших городов. «Мы познакомились на одной игре», – все чаще эти слова говорят счастливые пары, которые точно не могли появиться на каком-то крупном мероприятии или после похода в бар, особенно во время пандемии коронавируса.

Современные трансформационные игры – это примерно как беседы на кухне, когда в кругу друзей обсуждалось что-то важное и значимое, о чем не принято говорить на работе или в кругу родственников, часто имеющих радикальное мировоззрение. Если люди собрались за игрой, связанной с отношениями или продажами, понятно, что их интересует собственное развитие именно в этих сферах. За таким занятием создается то самое объединяющее поле, в котором люди быстрее и больше раскрываются.

Хорошее настроение как естественное состояние после большинства трансформационных игр тоже играет большую роль в росте их популярности. Современный досуг чаще всего заставляет людей что-то смотреть и слушать, лишая их возможности личного участия. Игры – наоборот. Это сто процентов личного участия в процессе, коммуникация и достижениях.

Трансформационные игры сейчас становятся неотъемлемой частью конференций, форумов и других деловых событий. Особенно важно их использование в корпоративном мире. В первую очередь, это средство против эмоционального выгорания, профилактика и способ борьбы со стрессом. Современный мир, полный разных кризисов и постоянного информационного давления, в моменты игры отступает и дает участникам возможность проявить себя, поговорить о своих мечтах, отдыхе. Таким образом игроки открывают в себе второе дыхание для жизни и активной деятельности.

Кроме того, ряд игр позволяет обучать сотрудников компаний навыкам общения, особенно учитывая такие важные факторы, как религия, национальность, семейные или гендерные особенности коллег и клиентов. Некоторые компании применяют подобные механики для подбора персонала и оценки кадров, делая любое собеседование менее тревожным и напряженным.

Трансформационные игры – это бурно развивающееся современное направление, которое, с одной стороны, позволяет применять лучшие методики из психологии и коучинга, а с другой – предлагает это в форме, лучше всего подходящей для развития с групповой поддержкой, которая сейчас так всем нужна. ■



«ЭМПАТИУМ»: ИГРОТЕХНИКА ДЛЯ ЭФФЕКТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

АВТОР:

Елизавета Ловягина, игротехник, психолог, разработчик геймифицированной технологии развития эмоционального интеллекта «Эмпатиум»

ФОТО:

архив мероприятий Евразийского Ивент Форума (EFEA)

На площадке XII Евразийского Ивент Форума (EFEA) участники мероприятия могли узнать, как устроены игротехники, проверить их на себе. Одна из них, разработанная с применением геймифицированной технологии развития эмоционального интеллекта, привлекла особое внимание специалистов событийной индустрии. Игротехника «Эмпатиум» может быть использована на мероприятии или в онлайн-формате. В нее сыграли уже более 10 000 человек.

ИГРА СЛОВ

Название игротехники «Эмпатиум» состоит из двух слов: «эмпатия» и «ум». Эмпатия – это навык эмоционального интеллекта, благодаря которому мы способны поставить себя на место другого человека, а ум – это центр управления всей нашей жизнью. С помощью ума мы можем управлять намерениями, мотивацией, поступками, строить

планы, давать взвешенные оценки или отказываться от них.

Игротехника «Эмпатиум» создавалась как доступный инструмент эдьютейнмента, то есть формы обучения с помощью игры и развлечений, в том числе для организаций, сотрудники которых смогли бы осваивать навыки продуктивного общения, управления своими эмо-

циями и влияния на атмосферу коммуникаций.

Продукт оказался весьма востребованным. За все время существования «Эмпатиума» в различных регионах России и странах ближнего зарубежья в нее сыграли более 10 000 человек. Игра официально признана образовательным продуктом, зарекомендовала себя на рынке и стала популярным тренингом для различных целевых аудиторий: предпринимателей, руководителей, менеджеров по продажам, научно-технических специалистов, государственных и муниципальных служащих, работников культуры и искусства, специалистов гостиничного сервиса и туризма, преподавателей и учащихся вузов. В «Эмпатиум» могут играть не только взрослые, но и дети как школьного, так и дошкольного возраста, а также с людьми с ограниченными возможностями здоровья.

Игротехника «Эмпатиум» направлена на прокачку эмоционального интеллекта, формирование и развитие его базовых навыков: умения различать свои эмоции на уровне нюансов, считывать чувства и состояния другого человека, управлять своим настроением и атмосферой коммуникаций.

ПРАВИЛА И ЦЕЛИ

Игротехника «Эмпатиум» сконструирована наподобие казино: игроки делают ставки в условной игровой валюте, выигрывают или проигрывают ее в зависимости от правильности своих ответов. Победитель определяется итоговым подсчетом баллов, что помогает замерять эффективность коммуникаций. В этом заключается познавательная и практическая ценность «Эмпатиума», в том числе для корпоративного заказчика. Игра носит развлекательно-обучающий характер, проходит в атмосфере юмора и безопасного доверительного общения.

Цель применения игротехники «Эмпатиум» декомпозируется на несколько задач:

- достижение безоценочной позиции наблюдателя, с помощью которой можно объективно анализировать

свое поведение и поведение другого человека, обнаруживая истинные мотивы и намерения;

- произвольное переключение своих эмоций ради достижения нужного настроения вне зависимости от внешних обстоятельств;
- транслирование своих эмоций таким образом, чтобы это было понятно окружающим;
- профилактика выгорания;
- укрепление стрессоустойчивости и сохранение эмоциональной стабильности.

Иногда по итогам игры возникают и частные задачи по запросам участников, которые успешно решаются в формате индивидуальных консультаций. Наибольший эффект дает неоднократное прохождение «Эмпатиума». Для этого мы организуем игровые лагеря для взрослых. Обычно они длятся два-три дня.

ИГРОТЕХНИКА ПРИХОДИТ НА ПОМОЩЬ

Игра приобрела такую актуальность именно сейчас, потому что мы живем в турбулентное время. Эмоциональная стабильность и ресурсное состояние стали ценностями высшего порядка. Мы можем быть эффективными, помогать себе и другим только тогда, когда стабильны. Ценность «Эмпатиума» в том, что благодаря игре улучшается взаимопонимание как между людьми в целом, так и

между коллегами, руководителями и подчиненными в частности.

Это подтверждает наш опыт проведения игры. В одной компании проблема принятия управленческих решений стояла в организации совещаний: они могли затягиваться на десять часов и более. Это оправдывалось повышенной финансовой дисциплиной. В ходе игры удалось выявить сотрудницу, отвечающую за внутренние бизнес-процессы, с которой, по признанию коллег, сложно было выстраивать комфортные и эффективные рабочие отношения. Ее реакции всем казались агрессивными, а на самом деле она была просто растеряна, но люди, ее окружавшие, этого не понимали, поэтому никто не спешил ей на помощь.

В ходе «Эмпатиума» мы с командой разобрались в том, что человек растерян тогда, когда не уверен в себе, чувствует для себя опасность извне, чего-то не знает, но на самом деле ему не хватает информации. Это расстраивает его, снижает тонус и мотивацию и может, в конечном счете, привести даже и к проявлениям агрессии.

Поняв многослойность эмоций, сотрудники управленческого аппарата компании изменили отношение к своей коллеге в лучшую сторону, поэтому качество их рабочих коммуникаций повысилось. Таким образом, корпоративные проблемы могут успешно разрешаться через перенастройку личностных коммуникативных касаний и практик. ■





ИСКУССТВО ИГРЫ. БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ АУКЦИОН ДЛЯ КОМПАНИИ

АВТОР:

*Денис Чудаев,
организатор мероприятий, ведущий и
амбассадор проекта «Играриум»*

ФОТО:

*AndrewLozovyi – Фотобанк
Фотодженика*

Понятия «игропрактика» и «геймификация» органично интегрировались в нашу жизнь. Все мы в той или иной степени играем, но не всегда понимаем правила, как и что делать. Это приводит к снижению нашей эффективности и уменьшению вовлеченности в процесс. Не все игры, которые нам предлагают, одинаково полезны. Зачастую они только расходуют наше время. Поэтому необходимо воспитывать в себе игропрактичность и научиться определять, какие игры достойны внимания.

ДЛЯ ЧЕГО НУЖНЫ ИГРЫ

Эффективные кейсы применения игропрактики сегодня востребованы в событийной индустрии. Каждый организатор мероприятия стремится удивить зрителя. Иммерсивные спектакли и квесты внедряются даже в серьезные выставочные проекты и форумы. Благодаря органичной геймификации можно оживить любую аудиторию и привлечь внимание зрителя. Получение обратной связи и повышение лояльности у клиента или сотрудника компании, обыгрывание сложных производственных процессов и нативная интеграция продукта или услуги в презентацию – со всем этим может эффективно справиться профессиональный геймдизайнер. Как в любой большой игре, это не простая, но очень интересная задача.

Неудачно реализованные идеи способны испортить настроение и вызвать недоумение. В результате у аудитории может возникнуть сопротивление или даже раздражение. Пожалуйста, обратите на этот нюанс пристальное внимание. Бывает так, что организатор новой игры считает себя умнее тех, для кого он ее организует. Может сделать это неосознанно, скрывая свои истинные цели под дополнительными контекстами или витиеватыми условиями участия. Такое поведение может, мягко говоря, не понравиться игрокам. Не доиграв до конца, мы рискуем остаться без результата. Переиграв, мы можем зайти так далеко, что потеряем контроль. Поэтому, на мой взгляд, в ближайшее время грядет тренд не увеличения возможных вариантов и сфер применения игровых практик, а ясное понимание принципов и правил этой большой и очень интересной игры.

Одна из основных задач хорошего игропрактика и организатора мероприятий – максимально точное и органичное внедрение игрока в подготовленную и продуманную игровую среду. Исходя из моего жизненного опыта, могу сделать смелое заявление, что при необходимости практически каждую задачу можно решить с помощью применения принципов игропрактики. Проверял много раз, работает. Тем более, когда речь идет о выстраивании коммуникации между сотрудниками.

ТЕХНОЛОГИИ ВОВЛЕЧЕНИЯ

Для подразделения одной российской ИТ-компании проектом «Играриум» была разработана оригинальная игровая концепция. В техническом задании были указаны определенные акценты, ценности и пожелания заказчика. Все эти условия можно назвать сеттингом, то есть установкой игры. Одной из главных задач для нас являлась не просто потребность объединения сотрудников компании, но и создание благоприятных условий для их творческой реализации, а также усиление чувства сопричастности с добавлением новогоднего настроения. Запрос был на мотивирующий и творческий нетворкинг между сотрудниками, часть из которых работает на удаленке. Учитывая вводные данные, мы решили применить игровую механику, которая могла бы адаптироваться при изменении условий.

Заказчиком была одобрена концепция «Благотворительный новогодний аукцион». Все участники заранее создали свой уникальный арт-объект, который стал лотом на аукционе с участием сотрудников компании. Работы можно было приобрести в офлайн- и в онлайн-режимах. Имена авторов работы и покупателя лота разглашались только после совершения сделки. Средства, собранные от продажи лотов, были переданы на благотворительность.

На первом этапе предполагалось предварительное погружение в игру с помощью специально созданного мобильного приложения, которое помогло нам выстроить быструю коммуникацию с возможностью получения моментальной обратной связи. В удобном формате вертикальной инфографики мы объяснили участникам правила и описание игры. Для повышения вовлеченности, креативности и мотивации была внедрена дополнительная программа премирования за выполнение промежуточных заданий. Цифровые коины накапливались и монетизировались в системе внутренних привилегий компании. Творческий процесс помог игрокам отвлечься от внешних раздражающих факторов и сконцентрироваться на самопознании себя и своих интересов.

В данном случае у каждого игрока было несколько ролей. Так, автор творческой работы увеличивал свою мотивацию, создавая уникальный арт-объект, который произвел достойное впечатление на коллег и вызвал неподдельное желание купить этот лот. Получив эффект от арт-терапии, каждый автор применил свою фантазию, креативность и творческий потенциал, испытал приятное волнение и удовольствие от соучастия в благотворительной деятельности. Покупатель лота был мотивирован для приобретения уникального арт-объекта. Дополнительным фактором послужили азарт и любовь к прекрасному. Становясь активным благотворителем, этот игрок сделал доброе дело в канун Нового года. Таким образом он смог рассчитывать на лояльность коллег.

ИГРЫ С ПОЛЬЗОЙ

Все игроки, несмотря на то, что были физически отдалены друг от друга, сделали вместе доброе дело. В процессе предварительной подготовки аукциона и по его итогам сотрудники испытали чувство сопричастности к компании. Они ощутили совпадение ценностей, потребностей и желаний, осознали свою важность.

В ходе игры ИТ-компания объединила сотрудников, поддержала и раскрыла их творческий потенциал. Транслирование позитивного контекста взаимоотношений, даже на расстоянии, помогло игрокам ощутить эффект синергии между всеми участниками процесса. Они узнали о себе и коллегах что-то новое, полезное и интересное.

На каждом этапе подводились предварительные итоги. Игроки обменивались своим опытом и делились рекомендациями. Даже при соблюдении строгого регламента реализация более 50 лотов заняла порядка пяти часов. Но время пролетело незаметно. Арт-объекты появились на почетных местах в кабинетах и домах сотрудников, что видно по их рассказам о событии в социальных сетях. Все вырученные средства были направлены в благотворительный фонд, о чем участники получили подробный отчет. ■

ГЕЙМИФИКАЦИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ

АВТОРЫ:

*Елена Кожадей,
директор департамента коммуникаций
и рекламы Росбанка
Дмитрий Кофтункин,
начальник отдела внутренних
коммуникаций Росбанка*

ФОТО:

Росбанк

В начале 2023 года Росбанк стал победителем премии Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России (АКМР) Digital Communication Awards, получив несколько наград, в том числе в номинации «Digital-media и инструменты: интранет / корпоративная социальная сеть». Жюри присудило победу проекту «Росбанк согревает сердца: коллекция новогодних впечатлений», который был реализован на базе корпоративной социальной сети «Вместе». Благодаря насыщенной программе и креативным цифровым механикам геймификации удалось добиться рекордных показателей вовлеченности сотрудников. Сотрудники Росбанка с пользой провели время вместе в метавселенной.

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ

Почти пять лет назад мы решили отказаться от классического интранет-портала в пользу современного пространства, которое бы решало сразу несколько задач: обеспечить единое информационное поле, упростить доступ к инфоресурсам и базам знаний компании, а также способствовать развитию демократичного общения и повысить вовлеченность персонала с помощью геймификации.

Корпоративная соцсеть стала коммуникационным решением для большой команды Росбанка, которая работает в условиях широкой географии, как многие крупные федеральные компании. Помимо этого, все сотрудники имеют доступ к информационным системам банка, работая за компьютером в офисе или за ноутбуком в гибридном или полностью дистанционном формате. Поэтому доступ в соцсеть, которую мы назвали «Вместе», есть у всех наших коллег.

Внешне это классическая социальная сеть с лентой новостей, меню, баннерами, профилем, группами, сообществами и прочими привычными атрибутами. Помимо этого, в ней удобно делать лендинги для продвижения различных проектов и программ для того, чтобы информация всегда была доступна сотрудникам и ее легко можно найти в два клика.

Ньюсмейкерами социальной сети стали сотрудники, руководители команд, топ-менеджеры банка, которых мы стимулируем делиться новостями. Они делают это самостоятельно. Ежедневно из публикаций в ленте собирается увесистый дайджест, который мы рассылаем всем сотрудникам каждый вечер четверга. У нас есть виртуальный персонаж СОММ, за которым скрывается команда внутренних коммуникаций. Его задача: публиковать важные официальные новости, помогать и ориентировать, следить за порядком и самое приятное для

участников соцсети – начислять «валюту» за вовлеченность и достижения.

В соцсети есть собственная валюта – РБ-коины, которые можно копить и затем обменивать на корпоративные сувениры в виртуальном магазине. Покупки доставляются в конце месяца. Коины можно подарить коллегам в благодарность за помощь, а также получить за вовлеченность – прохождение курсов на сверхскорости, предоставление обратной связи, участие в конкурсах и викторинах, внеурочную активность в сообществах, волонтерство, представление бренда и прочее. Для отдельных команд, групп по интересам и направлений создана кастомизированная геймификация, которая позволяет поощрять за профессиональные достижения. Для таких команд существуют закрытые викторины и магазин с эксклюзивными товарами.

СОГРЕВАЕМ СЕРДЦА

Ежегодно мы традиционно продумываем программу мероприятий для анимации сотрудников в конце года, когда нагрузка резко возрастает. Нам хочется, чтобы у коллег было праздничное настроение, с которым легче делать предновогодний рывок. Во время пандемии коронавируса из-за отсутствия офлайн-мероприятий фокус внимания переключился на цифровые каналы. Корпоративная соцсеть пришлось как нельзя кстати и была очень востребованной. Количество вовлеченных сотрудников увеличилось многократно.

Каждый год команда внутренних коммуникаций придумывает концепцию, которая решает палитру задач: объединяющая тематика, уникальная визуализация, связь с задачами по развитию корпоративной культуры и продвижению бренда, интересные и новые развлечения, признание и поощрение. Такое многообразие позволяет сделать программу интересной для разных целевых аудиторий банка.

В 2022 году команда решила связать концепцию с новым символом корпоративной культуры Росбанка – словосочетанием «Важен каждый». Его эмблема – сердце, что подчеркивает душевную атмосферу внутри организации. А какой же праздник, как не Новый год, отличается именно этой характеристикой? Было решено, что встречать его нужно в корпоративной соцсети в фестивальном формате. В таком случае мероприятия могут быть растянуты в течение определенного времени, а не проходить одновременно. И благодаря этому каждый сможет прикоснуться к празднику в удобный момент. Мы ведь прекрасно понимаем, что для наших сотрудников главное – это их работа по обслуживанию клиентов, и только потом приходит черед развлечений. Для этого в соцсети «Вместе» был создан лендинг в формате адвент-календаря, и каждую неделю в нем открывали окошки с праздничными сюрпризами. Таким образом мы собрали коллекцию новогодних впечатлений.

ВРЕМЯ ИГР И ПОДАРКОВ

Для сотрудников банка мы приготовили праздничный набор возможностей. В начале декабря мы рассылали традиционные новогодние беджи – маленькие электронные открытки, которые можно дарить друг другу, отправляя в неограниченном количестве. В течение месяца сотрудники их подарили более 5300 раз. Мы также попросили их делиться любимыми сезонными мелодиями для составления плейлиста. Нам прислали более 600 названий треков, из которых потом получилась подборка «Настроение команды Росбанка». Ее на одной из публичных площадок в сети могли услышать все желающие. А еще устроили конкурс елочной игрушки для предстоящего запуска нашей новогодней метавселенной с приятными подарками победителям из ассортимента магазина соцсети «Вместе».

Потом запустили квест, по условиям которого сотрудники должны были найти на определенных страницах

соцсети секретные послания и ответить на вопросы. Победители поощрялись виртуальной валютой. Квест прошли более 400 сотрудников. Команда компенсаций и льгот подготовила подборки из более чем 30 предложений новогодних подарков и впечатлений для сотрудников и их семей на платформе корпоративных скидок и льгот PrimeZone. Команда по устойчивому развитию составила список социальных предпринимателей и фондов для пожертвований. Стать новогодним волшебником можно было для 12 организаций и их подопечных, покупая брендированные подарки или отправляя пожертвования. Во время праздника важно помнить о необходимости помогать другим людям, и этот принцип всегда прослеживается во всех наших корпоративных инициативах.

Специальным событием в соцсети стало проведение отдельного этапа по голосованию за звание лучшего сотрудника банка. Традиционно в декабре руководители выдвигают на эту премию достойных представителей своих команд в одной из номинаций, названных в честь наших корпоративных ценностей. И вот уже несколько лет подряд команда HR во взаимодействии с внутренними коммуникациями проводит отдельный этап, когда каждый сотрудник может номинировать себя, представив свои достижения за год и стать победителем по итогам народного голосования. В 2022 году на конкурс откликнулись 82 специалиста банка, за которых проголосовали более 4300 раз. Трое из них встали в один ряд с основным составом лучших сотрудников, приняв участие в праздничном офлайн-мероприятии. Все сотрудники поощрялись в том числе внутренней корпоративной валютой.

МЕТАВСЕЛЕННАЯ ДЛЯ КОРПОРАТИВА

В середине декабря благодаря проекту команды Росбанка сотрудникам и клиентам была представлена новогодняя метавселенная, ставшая площадкой для кульминации встречи

Нового года. Это было продолжение нашего летнего фестиваля цифрового паблик-арта Rosbank Future Cities, который проводится несколько лет. В преддверии Нового года мы пригласили сотрудников в виртуальное пространство для невероятной экскурсии по праздничной метавселенной. В ее центре располагалась грандиозная елка, на которую можно было подняться, разглядеть игрушки, придуманные сотрудниками на конкурсе соцсети. Эти украшения были сделаны с использованием технологии дополненной реальности. С помощью камеры телефона сотрудники смогли взять себе уникальные елочные игрушки.

В метавселенной располагался парк ледяных брендированных скульптур, можно было пройти новогодний квест и выиграть призы, прогуляться по смотровой площадке, увидеть салют и разгадать главную тайну – сюжетный твист, который никого не оставил равнодушным.

На третьей неделе декабря активность в соцсети «Вместе» достигла максимума, а ее серверы отмечали повышенную нагрузку. Все предложенные механики работали на полную мощность, и в социальной сети ежедневно фиксировалось присутствие тысяч сотрудников.

Перед Новым годом мы выпустили ежеквартальное издание о стратегии банка, которое создаем в соцсети третий год подряд, и ежегодный яркий сборник историй о клиентском опыте «Сервис как творчество». На его страницах коллеги поделились в формате сторителлинга своим опытом обслуживания клиентов, вдохновив коллег на развитие профессионального мастерства. Такие акции проводятся не только по случаю встречи Нового года, но и ко Дню рождения Росбанка и других значимых событий.

НЕТРИВИАЛЬНЫЕ ПОЗДРАВЛЕНИЯ

Ежегодно к различным праздничным дням мы делаем открытки с логотипом, которыми предлагаем

поздравлять клиентов и коллег. Для некоторых суббрендов банка, таких как «Росбанк Авто», «Росбанк Дом» и других, они нужны с собственными логотипом. Помимо этого, есть дочерние компании – «Росбанк Лизинг», «Росбанк Факторинг», которые также поздравляют клиентов открытками с логотипами. Обычно сотрудники копировали рисунок в электронном письме, писали поздравление и отправляли адресату. Компонка и дизайн такого сообщения оставляли желать лучшего, а ведь в этом случае речь идет о бренде банка. Мы перевели этот процесс на новый уровень автоматизации и зрелости дизайна, создав соответствующий сервис в корпоративной соцсети. Он представляет собой страницу со встроенным конструктором. Сотрудник выбирает один из понравившихся рисунков, добавляет короткое поздравление, выбирает из галереи соответствующий логотип, вводит электронный адрес и отправляет. Сообщение приходит с общего почтового ящика «Вместе» с темой «Сотрудник Росбанка отправил вам открытку». В течение декабря сотрудники отправили свыше 2000 открыток. Это хороший результат для старта внутреннего сервиса. Теперь платформа действует на постоянной основе. С ее помощью можно создать открытки «С днем рождения» и сезонные поздравления.

ВЫГОДНАЯ ИГРА

Команда внутренних коммуникаций посчитала, что у почти у 5000 сотрудников в кошельке есть минимум 100 единиц валюты, а самые зажиточные пользователи имеют 1500+ коинов. Это значительная и вовлеченная целевая аудитория, которой как клиентам можно предложить программу сбережений. Вместе с тем от не самых активных коллег мы узнали, что накопление происходит не так быстро, как хотелось бы, а, например, модное худи с новым логотипом банка хочется купить сейчас. Тогда был предложен ряд возможностей по накоплению коинов, но при определенной вовлеченности, ведь под лежащий камень

вода не течет. Так игра стала немаловажным инструментом для повышения финансовой грамотности и поддержки благополучия сотрудников. Вместе с командой HR мы постоянно информируем и обучаем специалистов банка, помогая им гармонизировать их финансовое положение.

Мы предложили сотрудникам, которые имели от 100 до 1000 коинов, открыть вклад «Новогодний» на три месяца под 23% не годовых. То есть если у вас 100 единиц, то через три месяца вам начислят с процентами 123 РБ-коина. Это было щедрое предложение, которое мгновенно вызвало живой интерес. Мы получили множество откликов и благодарностей от сотрудников за новшество. Результаты нас тоже удивили. За неполный месяц сотрудники открыли более 1000 вкладов на сумму свыше 137 тысяч РБ-коинов.

С одной стороны, мы придумали инструмент для повышения активности в соцсети, с другой – предложили пользователям еще один вариант

геймификации, который позволяет накапливать валюту. Кроме того, в результате получился некий симулятор, благодаря которому сотрудник в безопасном режиме смог бы освоить принципы сберегательной модели поведения и далее уже реализовывать свои финансовые практики с реальными деньгами.

Опцию вкладов мы решили сделать акционной, чтобы не надоедала, а была событием, приуроченным к важным моментам, создающим позитивную атмосферу. Так, в 2023 году вклад «Весенний» появился в преддверии 8 Марта, вклад «Юбилейный» в честь 30-летия Росбанка будет доступен в конце сентября. Год мы снова завершим новогодним вкладом. Теперь есть депозиты на один, три месяца и полгода со ставкой по возрастанию.

УСПЕШНЫЙ ОПЫТ

В настоящее время в Росбанке работает свыше 11 000 сотрудников.

Перед нашей командой внутренних коммуникаций была поставлена амбициозная задача – обеспечить 65% активных уникальных пользователей. И мы справились. Уникальный пользователь нашей соцсети – это не тот, кто зашел на страницу, пролистал информационную ленту, сделал покупку в магазине, а совершил целевое публичное действие, которое видят все: поблагодарил, подарил бейдж, написал пост, оставил комментарий или лайкнул публикацию, принял участие в викторине и прочее.

Наш опыт показывает, что корпоративная социальная сеть, помимо основной коммуникационной функции, способна насытить внутреннюю атмосферу компании позитивом, дать сотрудникам ощущение сопричастности с брендом, почувствовать поддержку и заботу команды, подзарядиться положительной энергией. Но такие проекты не даются легко, и все это итог почти пятилетней работы, который принес отличные результаты. ■



Издается при поддержке Торгово-промышленной палаты Российской Федерации

www.congresstime.ru

CongressTime

Время конгрессов



Подписаться
сейчас!

Получайте бесплатно
журнал CongressTime
в электронной
и печатной версиях



Оформите бесплатную
подписку на сайте
www.congresstime.ru



ВЫСТАВОЧНЫЙ
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЦЕНТР
(ВНИЦ R&C)

РЕКЛАМА



XIII ЕВРАЗИЙСКИЙ ИВЕНТ ФОРУМ

ОРГАНИЗАТОР:



ВЫСТАВОЧНЫЙ
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЦЕНТР
(VNIIC RAC)

II КОНКУРС ПЛАКАТОВ МЕРОПРИЯТИЙ

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



Национальное
конгресс-бюро



РОССИЙСКИЙ СОЮЗ
ВЫСТАВОК И ЯРМАРОК



ЖУРНАЛ CONGRESSTIME
БЛАГОДАРИТ ЗА ПОМОЩЬ
В ПОДГОТОВКЕ И ПРОВЕДЕНИИ
II КОНКУРСА ПЛАКАТОВ
МЕРОПРИЯТИЙ:

*Российский союз выставок и ярмарок
(РСВЯ),*

Национальное конгресс-бюро,

*Ирину Шмидт,
дизайн-директора студии DEZA*

40 Наглядные события.
Лучшие плакаты мероприятий
в России

СПЕЦПРОЕКТ



НАГЛЯДНЫЕ СОБЫТИЯ. ЛУЧШИЕ ПЛАКАТЫ МЕРОПРИЯТИЙ В РОССИИ

В 2023 году Организационный комитет XII Евразийского Ивент Форума (EFEA) при поддержке Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ) и Национального конгресс-бюро провели II Конкурс плакатов мероприятий. Его участниками стали организаторы событий, состоявшихся в России в 2022 году.

Условные обозначения:



Гран-при



Призер



Участник



Организатор



Автор плаката

Цели ежегодного конкурса – привлечь общественный интерес к событийной индустрии, продвигать новые идеи. В 2023 году в нем приняли участие 14 организаторов конгрессов и выставок, такие как Фонд Росконгресс, Российское общество «Знание», компании «Экспофорум-Интернэшнл», «СТО Конгресс» и другие. Во время проведения XII Евразийского Ивент Форума

(EFEA) на площадке конгрессного центра «Петроконгресс» зрительское жюри выбрало трех победителей, а обладатель Гран-при был определен на основании экспертной оценки. Приглашенным экспертом выступила дизайн-директор студии DEZA Ирина Шмидт. Дипломы и приз II Конкурса плакатов мероприятий были вручены победителям на подведении итогов EFEA 2023.



Санкт-Петербургское государственное бюджетное учреждение «Центр контроля качества товаров (продукции), работ и услуг»



Сотрудники Санкт-Петербургского государственного бюджетного учреждения «Центр контроля качества товаров (продукции), работ и услуг»



International Rhinologic Society, International Society of Inflammation and Allergy of the Nose, Первый Санкт-Петербургский государственный медицинский университет имени И. П. Павлова, Russian rhinologic society



компания «СТО Конгресс»

29 НОЯБРЯ – 1 ДЕКАБРЯ 2022



РОССИЙСКИЙ ПРОМЫШЛЕННИК

XXVI МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ФОРУМ-ВЫСТАВКА



РАЗДЕЛЫ:

- МАШИНОСТРОЕНИЕ
- АВТОМАТИЗАЦИЯ
- СОВРЕМЕННЫЕ МАТЕРИАЛЫ
- МЕТАЛЛООБРАБОТКА, СТАНКООСТРОЕНИЕ
- ПРИБОРОСТРОЕНИЕ, ЭЛЕКТРОНИКА
- РЕГИОНЫ РОССИИ

КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
EXPOFORUM
РОССИЯ, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, ПЕТЕРБУРГСКОЕ ШОССЕ, 64/1

тел./факс: +7 (812) 240 40 40
(доб. 2209, 2268, 2161, 2261)
PROMEXPO.EXPOFORUM.RU



компания
«Экспофорум-Интернэшнл»

компания
«Экспофорум-Интернэшнл»




Российский университет дружбы народов, ФГБУ НМИЦ радиологии Минздрава России, Национальный альянс специалистов по опухолям наружных локализаций




компания «СТО Конгресс»




 компания «Железный человек»

 Евгений Крылов



 компания «КонкордБизнесСервис»

 творческий коллектив компании «Триада График Медиа»

26-28
АПРЕЛЯ 2022



ЖКХ
РОССИИ

XVIII МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

ЭНЕРГО- И РЕСУРСОСБЕРЕГАЮЩИЕ
ТЕХНОЛОГИИ

ЭКСПЛУАТАЦИЯ
ЖИЛИЩНОГО ФОНДА.
КАПИТАЛЬНЫЙ И ТЕКУЩИЙ РЕМОНТ

СИСТЕМЫ КОММУНИКАЦИИ,
БЕЗОПАСНОСТИ И КОНТРОЛЯ

ВНУТРИДОМОВЫЕ
ИНЖЕНЕРНЫЕ СИСТЕМЫ

АВТОМАТИЗАЦИЯ И ПРОГРАММНОЕ
ОБЕСПЕЧЕНИЕ. УСЛУГИ ДЛЯ ЖКХ

БЛАГОУСТРОЙСТВО ГОРОДСКИХ
И ПРИДОМОВЫХ ТЕРРИТОРИЙ

СОВРЕМЕННЫЕ СТРОИТЕЛЬНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ, ТЕХНОЛОГИИ
И ОБОРУДОВАНИЕ

КОММУНАЛЬНАЯ ТЕХНИКА

РЕСТАВРАЦИЯ И СОХРАНЕНИЕ
ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

ВОДОСНАБЖЕНИЕ, ВОДООТВЕДЕНИЕ,
ПОДГОТОВКА И ОЧИСТКА ВОДЫ



ВЫСТАВОЧНАЯ ПРОГРАММА | КОНГРЕССНАЯ ПРОГРАММА
ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЛОВЫХ ВСТРЕЧ

КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
EXPOFORUM
РОССИЯ, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, ПЕТЕРБУРГСКОЕ ШОССЕ, 64/1

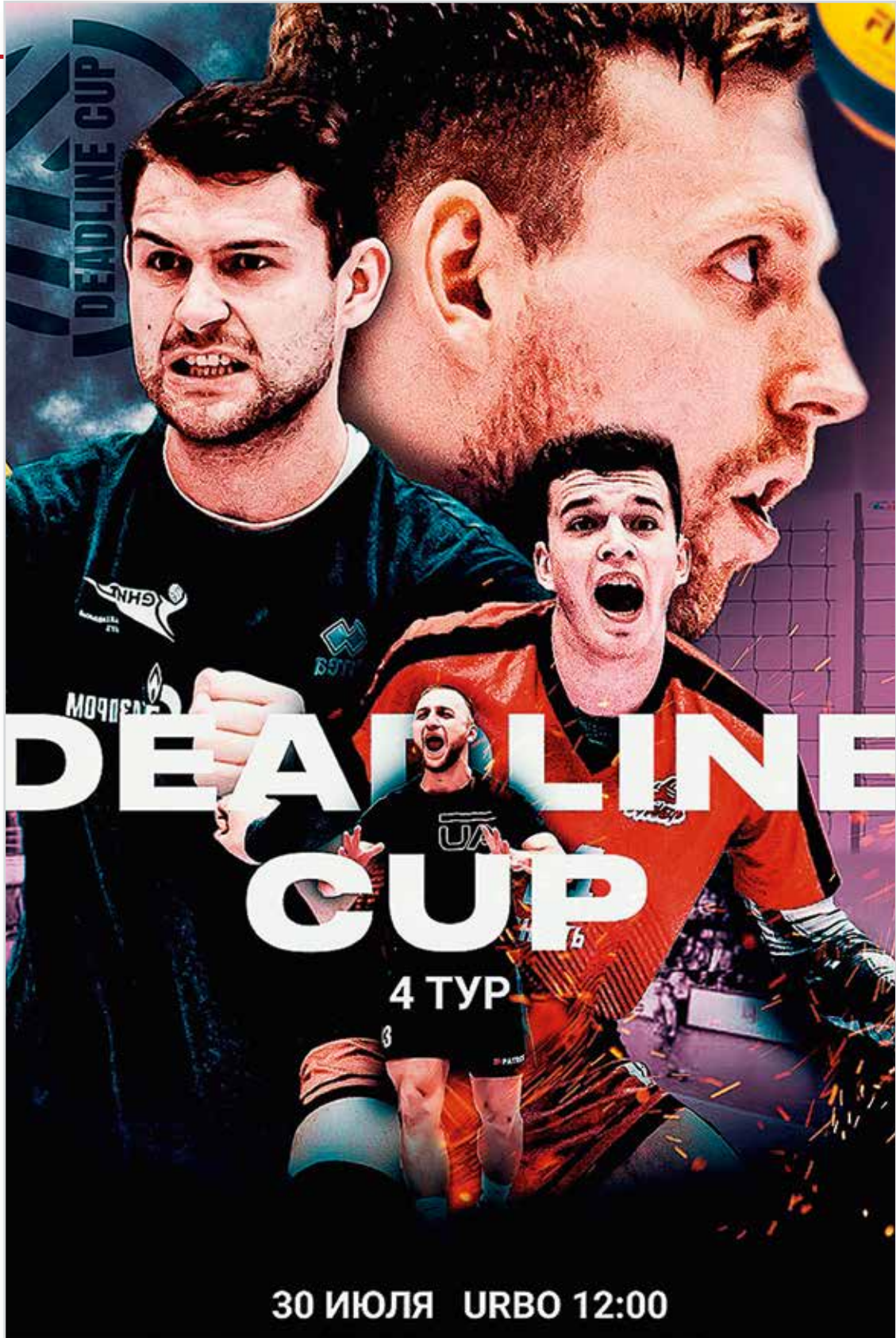
тел./факс: +7 (812) 240 40 40
(доб. 2622, 2245)
gkh@expoforum.ru
GKH.EXPOFORUM.RU **18+**



компания
«Экспофорум-Интернэшнл»



компания
«Экспофорум-Интернэшнл»



компания
Aprocot Entertainment

Артем
Флегонтов

ПУТЕШЕСТВУЙ!
РОССИЙСКИЙ
ТУРИСТИЧЕСКИЙ
ФОРУМ

4–7 АВГУСТА 2022
Г. МОСКВА, ВДНХ, ПАВИЛЬОН №55

rustravelforum.com

Организатор:
РОСКОНГРЕСС
Пространство диалогов

Соорганизаторы:
Федеральное
агентство по туризму
ВДНХ

При поддержке:
Министерство культуры Российской Федерации
Министерство спорта Российской Федерации
Министерство экономического развития Российской Федерации
Министерство иностранных дел Российской Федерации
Министерство просвещения Российской Федерации
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Министерство обороны Российской Федерации
Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации
Министерство транспорта Российской Федерации
Министерство юстиции Российской Федерации
Министерство труда и социальной защиты населения Российской Федерации
Министерство цифровых технологий Российской Федерации
Министерство финансов Российской Федерации
Министерство здравоохранения Российской Федерации
Министерство образования и науки Российской Федерации
Министерство регионального развития Российской Федерации
Министерство связи и массовых коммуникаций Российской Федерации
Министерство энергетики Российской Федерации
Министерство экологии, природопользования и туризма Российской Федерации
Министерство культуры Российской Федерации
Министерство спорта Российской Федерации
Министерство экономического развития Российской Федерации
Министерство иностранных дел Российской Федерации
Министерство просвещения Российской Федерации
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Министерство обороны Российской Федерации
Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации
Министерство транспорта Российской Федерации
Министерство юстиции Российской Федерации
Министерство труда и социальной защиты населения Российской Федерации
Министерство цифровых технологий Российской Федерации
Министерство финансов Российской Федерации
Министерство здравоохранения Российской Федерации
Министерство образования и науки Российской Федерации
Министерство регионального развития Российской Федерации
Министерство связи и массовых коммуникаций Российской Федерации
Министерство энергетики Российской Федерации
Министерство экологии, природопользования и туризма Российской Федерации



Фонд
Росконгресс

Фонд
Росконгресс



АГРОРУСЬ

31 АВГУСТА – 3 СЕНТЯБРЯ 2022

ВЫСТАВКА

ufi Approved Event

УФИ АПРОВАЙД ЭВЕНТ

ВЫСТАВКА-ПРОДАЖА АГРОПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ

ЭКСПОЗИЦИИ РЕГИОНОВ

0+

БИРЖА ДЕЛОВЫХ КОНТАКТОВ

ДЕЛОВАЯ, ФЕСТИВАЛЬНАЯ И КОНКУРСНАЯ ПРОГРАММА

КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
EXPOFORUM
РОССИЯ, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, ПЕТЕРБУРГСКОЕ ШОССЕ, 64/1

AGRORUS.EXPOFORUM.RU Тел.: +7 (812) 240-40-40
AGRORUS@EXPOFORUM.RU ДОб. 2235, 2980



компания «Экспофорум-Интернэшнл»



компания «Экспофорум-Интернэшнл»

РОССИЙСКИЙ ФОРУМ
МИКРОЭЛЕКТРОНИКА 2022

СОБЫТИЕ, ОПРЕДЕЛЯЮЩЕЕ
БУДУЩЕЕ ОТРАСЛИ

7 ДНЕЙ

665 КОМПАНИЙ

13 НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИХ
СЕКЦИЙ

1710 УЧАСТНИКОВ

74 СТЕНДА

2-8 октября, Роза Хутор

- Стратегия научно-технического развития отрасли
- Технологии и компоненты микро- и нанозлектроники
- Специальное технологическое оборудование
- Навигационно-связные СБИС и модули
- Высокопроизводительные вычислительные системы
- Информационно-управляющие и радиотехнические системы
- Доверенные и экстремальные электронные системы
- Квантовые технологии - квантовые сенсоры
- Электронная компонентная база и радиоэлектронные системы
- Системы проектирования и моделирования электронных компонентов и систем
- СВЧ интегральные схемы и модули
- Микросистемы. Сенсоры и актюаторы
- Нейроморфные вычисления и искусственный интеллект
- Технологии оптоэлектроники и фотоники
- Материалы микро- и нанозлектроники

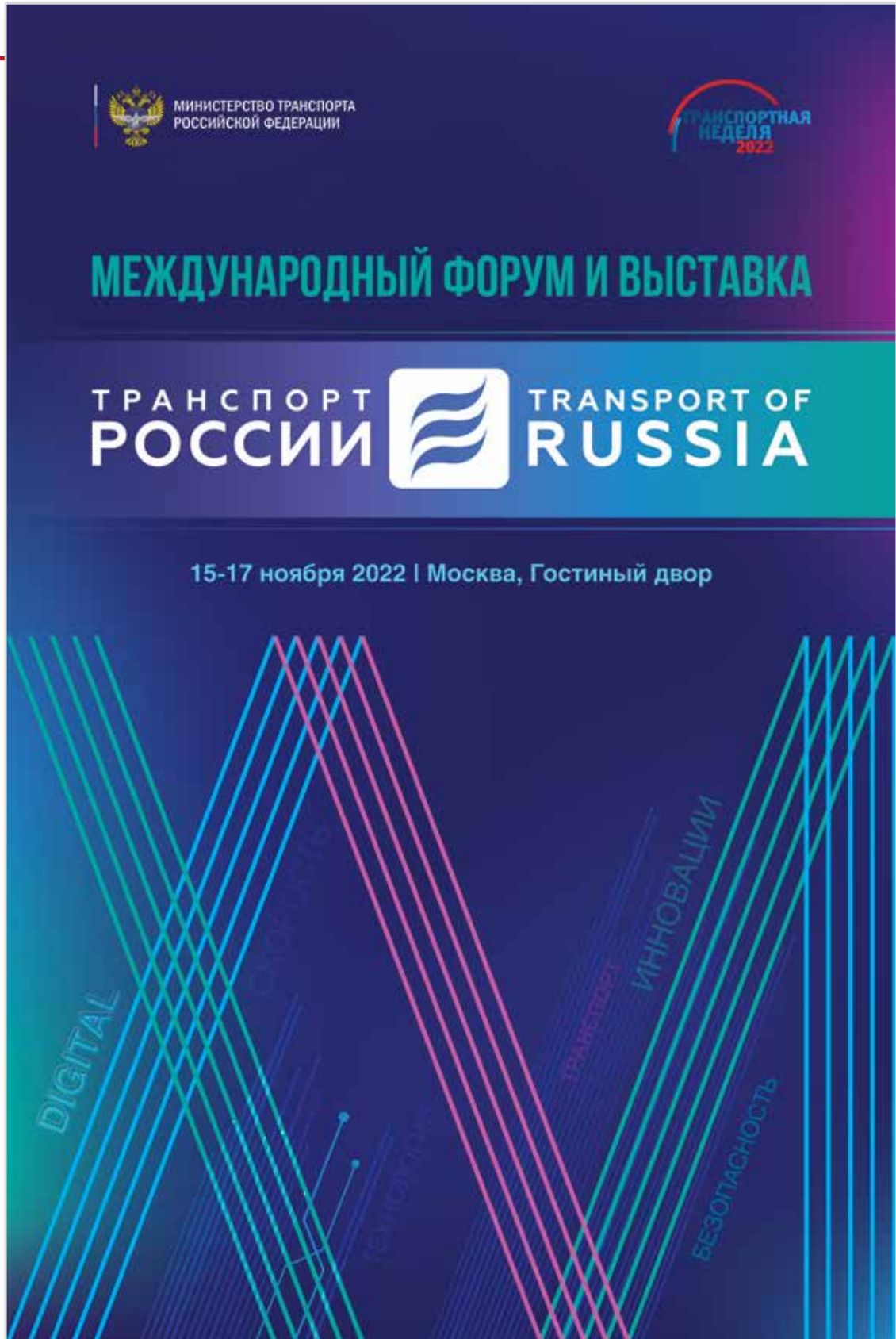
+7 (495) 641-57-17 www.microelectronica.pro info@microelectronica.pro



Агентство деловых коммуникаций
«ПрофКонференции»



Агентство деловых коммуникаций
«ПрофКонференции»



Министерство транспорта
Российской Федерации

компания
«ЛидерКонгресс»



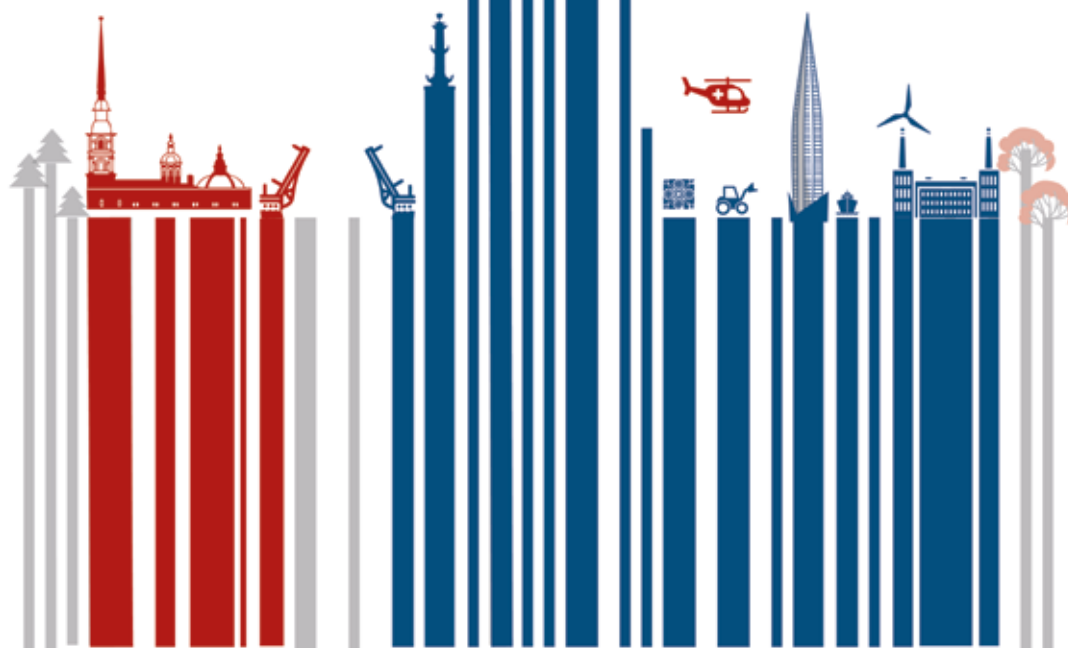
ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ФОРУМ
МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЙ
КООПЕРАЦИИ И
ПАРТНЕРСТВА
СЗФО



Комитет
по внешним связям
Санкт-Петербурга



17-18
НОЯБРЯ 2022



КОД | **ТЕРРИТОРИЙ**
КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ РЕГИОНА



Комитет по внешним связям
Санкт-Петербурга

компания
«Линист»



Российское общество
«Знание»

компания
«Бизнес Диалог»

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
+7 (495) 777 16 45

СОБЫТИЙНЫЙ
ПАСПОРТ РЕГИОНА



ЛИЦОМ К ЛИЦУ

ВРЕМЯ ЛИДЕРОВ

56 Сагид Заремуков:
«Наша индустрия всегда
играла роль мягкой силы»

ГЕРОИ СОБЫТИЙ

64 Олеся Шумкова:
«Мое хобби стало профессией»

САГИД ЗАРЕМУКОВ: «НАША ИНДУСТРИЯ ВСЕГДА ИГРАЛА РОЛЬ МЯГКОЙ СИЛЫ»

В ноябре 2017 года в России начало работу первое Национальное конгресс-бюро (НКБ). За прошедшие пять лет отрасль пережила существенную трансформацию. Какую роль в поддержке индустрии сыграло НКБ? С какими итогами оно подошло к своему юбилею? Что важного происходит в событийной отрасли сегодня? Какие тренды будут определять ее развитие в будущем? На эти и другие вопросы директор Национального конгресс-бюро Сагид Заремукوف ответил главному редактору CongressTime во время встречи на международной выставке «Интурмаркет» в ЦВК «Экспоцентр».

ФОТО:

Юрий Гушан, агентство Video+

В конце 2022 года исполнилось пять лет с момента создания Национального конгресс-бюро. С какими результатами подошла ассоциация к своему первому юбилею?

Если оглянуться назад, то точно нельзя сказать, что наш путь был гладким. Ограничения, связанные с пандемией, новые вызовы в экономике, в стране и в целом в обществе – все это оказывало влияние на развитие отрасли, а значит, и на нас. Последние годы – период пересборки бизнеса, взаимоотношений с партнерами и с органами власти. Национальное конгресс-бюро стало организацией, которая сегодня определяет и представляет индустрию. Все это время нам удавалось быть голосом отрасли и надежным источником информации. Сегодня для себя мы определяем три основные роли, которые играем для событийной индустрии. Как отраслевой амбассадор Национальное конгресс-бюро продвигает регионы и их событийные возможности. В качестве стратега мы принимаем участие в ключевых инициативах, связанных с развитием ивент общества. И, наконец, наша роль фасилитатора предполагает, что мы являемся связующим звеном между бизнесом и властью.

Можно ли как-то выразить цифрами эти результаты?

Конечно, сегодня ассоциация объединяет 107 компаний из 21 региона. При поддержке НКБ было подано 47 заявок на проведение международных мероприятий в России, из них 11 выиграно. На данный момент действует 50 соглашений о стратегическом сотрудничестве. Это и региональные представительства, и общественные организации, и бизнес-структуры. Ассоциация приняла участие почти в ста мероприятиях отраслевой и общеделовой направленности, на которых мы освещали проблемы и перспективы событийной индустрии. Среди них 23 проекта были за рубежом до введения ограничений, в том числе национальные экспозиции на международных площадках. Мы провели более 50 собственных мероприятий для отраслевых компаний. В их фокусе всегда были актуальная проблематика и перспективы для отрасли. Совместно с регионами разработали шесть Событийных паспортов, еще четыре сейчас находятся в работе. А еще мы ведем образовательную деятельность, выступаем с законодательными инициативами, поддерживаем проекты в смежных отраслях. Эти результаты подтверждают тот факт, что нам доверяют как лидерам сообщества и как экспертам.

Я бы еще отнесла к значимым результатам вхождение России в со-





вет директоров Международной ассоциации конгрессов и конференций ICSSA. Ведь это произошло впервые в истории. Кстати, как сейчас выстраивается работа с международными ассоциациями?

Не секрет, что геополитическая ситуация оказала влияние на продолжение и развитие международных отношений и это сказалось

на взаимодействии с мировыми ассоциациями. В частности, та же ICSSA. Здесь складывается непростая ситуация. С одной стороны, все понимают, что наша отрасль, мы – как ее часть, должны быть вне политики. С другой стороны, есть очень сильное давление властей определенных стран, и это пока дает эффект неопределенности и влияет на приостановку

нашего сотрудничества. Есть понимание, что мы взаимодействуем и являемся членами, но у нас нет возможности полноценно использовать ресурсы ICSSA. Второй пример – Стратегический альянс европейских конгресс-бюро. После консультаций мы договорились с его руководством о временном приостановлении нашего членства.

Национальное конгресс-бюро (НКБ) – ассоциация создана в ноябре 2017 года при поддержке правительства Российской Федерации для эффективного развития событийной отрасли страны, интеграции в мировую индустрию встреч. Выступая в роли института развития отрасли и регионов в направлении событийного и делового туризма, организация делает акцент на развитие внутреннего рынка и межрегиональное сотрудничество субъектов Российской Федерации, а также на работу с российскими научными и промышленными ассоциациями и объединениями. Национальное конгресс-бюро объединяет 107 компаний из 21 региона России.

Со стороны Национального конгресс-бюро остаются ли открытыми двери для международного сотрудничества с этими ассоциациями?

Со стороны НКБ – да, конечно. Мы открыты для взаимодействия и сотрудничества.

Зачем сегодня компаниям вступать в Национальное конгресс-бюро?

Причин много, назову основные. Во-первых, это слаженное профессиональное комьюнити, которое сформировалось за прошедшие годы. Национальное конгресс-бюро дает возможности для формального и неформального общения с первыми лицами компаний нашей индустрии. Во-вторых, большие ресурсы для продвижения. Так, благодаря партнерской поддержке Фонда Росконгресс наши члены получают шанс принимать участие в крупных ключевых форумах по всей стране. В-третьих, как отраслевой институт НКБ сегодня работает с Минпромторгом, Государственной Думой, Торгово-промышленной палатой Российской Федерации и многими другими организациями, определяющими направления развития событийной индустрии и делового туризма в России. Это дает возможность нашим членам участвовать в деятельности, связанной с законодательными инициативами, и влиять на важные для отрасли проекты. И четвертая причина – это наши связи с регионами. Мы стремимся открывать новые дестинации и развивать их событийный потенциал вместе с локальным отраслевым сообществом.

И главное – в рамках Ассоциации каждая компания может найти то, что ей близко и интересно. Ведь за это время НКБ стало уникальным сообществом, которое совмещает профессиональное и персональное общение, бизнес и дружеское комьюнити из представителей ведущих компаний индустрии. В дополнение к деловой повестке в про-

Национальное конгресс-бюро дает возможности для формального и неформального общения с первыми лицами компаний нашей индустрии.

шлом году мы придумали новый формат встреч и общения – «Клуб НКБ». Он позволяет видеть коллег не только на форумах, но и в неформальной обстановке, получать эмоциональный заряд от общения с единомышленниками, многие из которых стали друзьями. Это встречи на московских площадках и поездки в регионы. Всегда стараемся придумать что-то интересное. Например, поездка по Волге в Самаре или приготовление гребешков и устриц на мастер-классе во Владивостоке.

Я почти 20 лет в отрасли, знаю многих профессионально и лично. Мне очень нравится общаться, знакомить, объединять, выстра-

ивать партнерства как с участием НКБ, так и просто между членами ассоциации. Мы всегда открыты к общению. Недаром наш слоган, который органично сформировался в последние годы, – «НКБ объединяет!».

Какие цели стоят перед НКБ на ближайшие пять лет?

Идти вперед вместе с отраслью! Мы продолжим работу по развитию и укреплению отраслевого сообщества в России. При этом мы говорим не только о событийной индустрии, но и сопряженных с нами сегментах делового и событийного туризма. Внутренний рынок нашей страны обладает уникальными ресурсами для проведения мероприятий. Это смогли оценить за прошедшие три года многие компании-организаторы и заказчики событий.

Мы также продолжаем работу на международной арене, активно прорабатываем взаимодействие с «дружественными странами». В частности, в этом году запускаем сотрудничество с Ираном. В мае планируем провести первую бизнес-миссию в эту страну. В работе также находится ряд стратегических проектов: Альянс страновых конгресс-бюро стран СНГ, ШОС и БРИКС, объединение отелей с конгрессными возможностями, создание единой базы научных и отраслевых мероприятий в России по аналогии с ресурсами, которые предоставляет ИССА.

Планирует ли НКБ запуск собственных мероприятий на внутреннем рынке или вы ограничиваетесь поддержкой мероприятий членом?

I Съезд региональных конгресс-бюро России прошел в январе 2023 года в Санкт-Петербурге и стал знаковым событием для российской событийной индустрии, а также важным этапом в объединении региональных конгресс-бюро под эгидой НКБ. Впервые на одной площадке собрались представители ведущих институтов развития конгрессно-выставочной индустрии России для обмена опытом и лучшими практиками работы, обсуждения актуальных вопросов межрегионального сотрудничества и отраслевой интеграции. Организаторы съезда: Национальное конгресс-бюро, Конгрессно-выставочное бюро Санкт-Петербурга и Уральское конгресс-бюро.



Вообще, наша принципиальная позиция – не выходить на рынок как организатор событий и не создавать конкуренцию нашим членам. Однако специализированные проекты для отрасли мы делаем. В частности, сейчас прописываем обновленную концепцию проекта «Событийная карта России», который мы запустили еще в 2018 году. Кроме того, в работе также несколько мероприятий по запросу от региональных организаций.

Вы упомянули, что одной из ключевых задач ассоциации является выстраивание отношений между отраслью и государством. Очень

долгое время они складывались непросто. Что-то изменилось за последнее время?

Необходимо отметить, что сегодня со стороны государства мы видим все больше шагов, направленных навстречу отрасли. Относительно НКБ можно выделить два основных блока, по которым мы активно работаем вместе с коллегами из Фонда Росконгресс и ключевых отраслевых ассоциаций. Во-первых, это деятельность в составе рабочей группы по реализации мероприятий Дорожной карты развития конгрессно-выставочной отрасли, утвержденной

Правительством РФ в прошлом году. Во-вторых, как я упоминал ранее, работа в рамках Экспертного совета Комитета Госдумы по туризму, где НКБ возглавляет специализированную секцию по деловому и событийному туризму.

Зачем государству нужна событийная индустрия?

Событийная индустрия – один из драйверов развития отраслей экономики, научного потенциала страны и развития территорий, в том числе инфраструктурного потенциала. Это касается всех типов

Событийный паспорт региона – проект Национального конгресс-бюро, реализуемый в целях продвижения событийных возможностей регионов России. Задача проекта – познакомить потенциальных организаторов и участников конгрессно-выставочных мероприятий с регионом, представить все имеющиеся у него ресурсы для проведения событий. Это гид для любого организатора мероприятий со всеми необходимыми данными и контактами. Событийный паспорт состоит из нескольких разделов: краткая информация о регионе, отраслевая специализация, событийная индустрия, туристические возможности, культура, гастрономическая карта. На настоящий момент созданы Событийные паспорта шести субъектов Российской Федерации.

мероприятий, начиная от классических выставок, конгрессов и форумов, заканчивая событиями, направленными на более широкую аудиторию. И еще один важный момент. Мероприятия способствуют привлечению новых туристических потоков. Согласно данным последних исследований турпотоков, новым трендом бизнес-поездок становится совмещение работы и мини-отпуска. Популярность таких bleisure-путешествий растет на фоне спроса на внутренний туризм. В 2022 году каждая четвертая командировка была с захватом выходных дней, что в два раза больше, чем годом ранее. Одним из приоритетов мы видим развитие этого потенциала. В частности, ведем активную работу в рамках Экспертного совета Комитета Государственной Думы о закреплении понятий делового туризма, событийного туризма, промышленного туризма на законодательном уровне. Чтобы в дальнейшем

можно было работать и получать меры поддержки. Это федеральный закон о туризме, стратегия развития туризма, которая сейчас пересматривается.

Какие регионы вы бы обозначили как наиболее перспективные с точки зрения развития событийной индустрии?

Национальное конгресс-бюро в своей работе с регионами опирается на Рейтинг событийного потенциала, который ежегодно формирует ВНИЦ R&C. Для нас основные регионы – это те, которые входят в топ-30. Как правило, они осознанно выделяют для себя в качестве приоритета событийный и деловой туризм, у них есть инфраструктурные возможности, потенциал для организации различных мероприятий. Но это не значит, что мы не работаем с другими субъектами Российской Федерации, которые не вошли в лидеры Рейтинга.

За последнее время, какие регионы, которые никогда не звучали как событийные дестинации, обратились к НКБ за помощью в этом направлении?

Сегодня достаточно активно в этом направлении движется Республика Саха (Якутия). В 2022 году в рамках Восточного экономического форума мы подписали с администрацией региона соглашение о сотрудничестве. Сейчас прорабатываем план реализации соглашения. Отрадно то, что из общего перечня активностей, который предоставляет НКБ для регионов, коллеги серьезно и очень вдумчиво выбирают мероприятия, помогающие им развивать локальную событийную индустрию.

С запросом по созданию региональных конгресс-бюро к нам обращались представители Ханты-Мансийского автономного округа, Нижегородской области, Пермского края и Новосибирской области.





Со всеми этими регионами мы ведем сейчас работу.

Вы упомянули, что сейчас формируются четыре Событийных паспорта регионов. Что это за продукт и для чего он нужен?

Мы запускали этот проект для того, чтобы у регионов был принцип единого окна для потенциальных организаторов, которые рассматривают регион как место для проведения мероприятий. Он отражает всю необходимую информацию: транспортная доступность, инфраструктурные возможности, гастрономическая карта, туристический потенциал, компании-игроки и отраслевая специализация региона, чтобы максимально релевантно можно было

понимать, какие мероприятия в том или ином регионе можно проводить. Сегодня Событийный паспорт стал также инструментом для внутреннего аудита регионов по ивент направлению. Кроме того, паспорта постоянно актуализируются. Мы уже доработали и обновили документы для Свердловской области и Камчатского края. Сейчас работа идет с Краснодарским краем.

А как выстраивается взаимодействие между регионами? Это острая конкурентная борьба или все же сотрудничество?

Когда мы формировали стратегию Национального конгресс-бюро, то учитывали, что, в отличие от других стран, мы можем продвигать

не только Россию как дестинацию для проведения мероприятий, а все ее регионы по отдельности, так как каждый из них обладает уникальными особенностями. Это наше конкурентное преимущество. Ни в одной стране мира нет такого разнообразия возможностей. И регионы также это поддерживают. Один из примеров – появление метабрендов регионов или взаимные программы продвижения.

Эта идея легла в основу создания Съезда региональных конгресс-бюро, который мы впервые провели в январе этого года. Пандемия коронавируса и геополитическая обстановка подтолкнули регионы к тому, чтобы объединиться. Это касается в первую очередь деятельности,

которую ведут региональные конгресс-бюро и структуры, выполняющие аналогичные функции в регионах. Съезд стал одним из инструментов для такого объединения и сотрудничества. Его инициаторами выступили также Уральское конгресс-бюро и Конгрессно-выставочное бюро Санкт-Петербурга.

Почему мы выбрали формат съезда? В рамках мероприятия у нас прошло много активностей. На пленарной сессии присутствовали представители действующих конгресс-бюро в России. Кроме того, мы пригласили Конгресс-бюро Азербайджана, Конгресс-бюро Астаны для того, чтобы они могли поделиться своим опытом. Участниками Съезда стали и те регионы, которые только рассматривают создание конгресс-бюро. Еще одна важная задача, которую должно было решить наше мероприятие, – это довести до федеральных и региональных органов власти понимание значимости и важности таких институтов, как конгресс-бюро, показать их работу, продемонстрировать, что сегодня это тот инструмент, который позволяет продвигать и развивать как отдельные территории, так и страну в целом. С учетом разворота на Восток и необходимости выхода на новые рынки – очень актуально.

Как НКБ оценивает результаты Съезда?

Событийная индустрия – один из драйверов развития отраслей экономики, научного потенциала страны и развития территорий, в том числе инфраструктурного потенциала.

По итогам работы Съезда мы подписали резолюцию, в которой оразили основные моменты для работы конгресс-бюро в России. Опыт работы НКБ за последние пять лет в качестве российского отраслевого института развития был признан положительным. На базе опыта Москвы и Санкт-Петербурга отмечено, что необходимо продолжать работу по развитию грантовой поддержки, системы субвенции для мероприятий и в целом систематизацию поддержки отрасли. На базе отраслевого комитета НКБ по маркетингу тер-

риторий было принято решение организовывать тесное взаимодействие данных структур с отраслевыми ассоциациями в целях продвижения регионов на рынках событийного и делового туризма и привлечения в регионы важных научных мероприятий. Еще одним важным шагом по итогам Съезда стало решение проработать ключевые показатели эффективности деятельности конгресс-бюро в регионах. В качестве пилотного проекта была определена Свердловская область, которая уже разработала и начала внедрять собственную методологию оценки эффективности мероприятий для регионов.

С коллегами мы договорились проводить Съезд на постоянной основе и делать его ротируемым по регионам. Следующее мероприятие пройдет в 2024 году.

Какой тренд будет определять развитие событийной индустрии в ближайшее время?

Наша индустрия всегда играла роль мягкой силы. Эта функция будет только усиливаться в современных экономических и политических условиях. Недаром по итогам многих межправительственных встреч и переговоров мероприятия и их значимость все чаще упоминаются для дальнейшего развития сотрудничества. ■

БЛИЦ-ИНТЕРВЬЮ

Вы в событийной индустрии почти 20 лет. Какое самое необычное и запоминающееся мероприятие, на котором вам удалось побывать?

Я не могу выделить какое-то одно, потому что для меня каждое мероприятие уникально. Каждый раз это новизна, широкий круг общения и определенный драйв.

Какие три региона стоят в вашем рабочем календаре до конца года?

Их гораздо больше! Среди них и Санкт-Петербург, и Новосибирск, и Владивосток, и Нижний Новгород, и Благовещенск. Из иностранных дестинаций – Тегеран и Минск.

Какими тремя компетенциями должен обладать ивент-менеджер будущего?

Я абсолютно уверен, что ивент-менеджер – это действительно круто. Он должен обла-

дать, с одной стороны, выносливостью и терпением, потому что организация мероприятий – это определенного рода марафон. С другой стороны, нужно уметь работать быстро, иметь навык многозадачности, эмоциональной устойчивости. При этом надо работать над собой, быть командным игроком, потому что в одиночку сегодня очень сложно проводить мероприятия. И конечно, нацеленность на результат.

ОЛЕСЯ ШУМКОВА: «МОЕ ХОББИ СТАЛО ПРОФЕССИЕЙ»



ФОТО:

архив волонтерского объединения «СВОИ»

Каждое мероприятие – это командная работа, важной частью которой давно стали волонтеры. Без их помощи не обойтись как на крупных форумах, так и на небольших конференциях. Кто эти люди? Какова их зона ответственности, и почему им нравится работать безвозмездно, обозревателю журнала CongressTime Ирине Пришедко рассказала доброволец с четырнадцатилетним стажем, руководитель волонтерского объединения «СВОИ» Олеся Шумкова.

Олеся, как вы оказались в волонтерском движении?

Это случилось в 2009 году, когда я поступила в Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья имени П. Ф. Лесгафта. В начале учебы старшекурсники нам рассказали о добровольческом движении. И сразу мне захотелось стать волонтером, потому что я люблю помогать людям. Так я выбрала свой дальнейший путь. И не прогадала.

Теперь я индивидуальный предприниматель и на коммерческой основе, провожу отбор, готовлю и координирую волонтеров для мероприятий. Название нашей общественной организации «СВОИ» – это аббревиатура, которая расшифровывается как «Союз волонтеров, объединенных идеями». Основные направления нашей деятельности: социальное и событийное волонтерство в Москве, Санкт-Петербурге, Ленинградской области.

Можно сказать, что мое хобби стало профессией. И что немаловажно, эта работа приносит удовольствие. Кстати, мои специальности тесно связаны с моей деятельностью. По первому высшему образованию я специалист по социально-культурному сервису и туризму, по второму – экономист-менеджер.

Вы сразу занялись событийным волонтерством?

Опыт у меня разнообразен, но мероприятия преобладают. С них все и началось: так как я училась в спортивном вузе, то в качестве волонтера посещала много соревнований университетского и городского масштаба. Первое мое мероприятие – детский турнир по футболу. Были соревнования по волейболу, баскетболу, а также выставки типа «Я выбираю спорт» в «Ленэкспо». В это время я состояла в Национальном движении волонтеров имени П. Ф. Лесгафта, а потом его возглавила. Позднее стала одним из создателей молодежного движения «Добровольцы Петербурга», которое по-прежнему существует. Тогда я много работала на конференциях, форумах, различных выставках и ярмарках.

Мне захотелось стать волонтером, потому что я люблю помогать людям.

А что особенно запомнилось из крупных мероприятий?

Всемирная летняя универсиада в Казани и Всемирные игры боевых искусств в Санкт-Петербурге в 2013 году. Конечно, зимние Олимпийские

игры-2014 в Сочи. Мечтала попасть на чемпионат мира по футболу, который проходил в России в 2018 году, но тогда я только родила ребенка. Меня приглашали туда куратором волонтеров, но это грандиозное событие пришлось пропустить.

Одно из любимых мероприятий – фестиваль St. Petersburg Harley Days. В течение пяти лет я там работала. К сожалению, из-за санкций это байкшоу больше не проводится. В 2020 году мы помогали на Петербургском международном инновационном форуме. В 2023 году исполнилось пять лет, как я и моя команда сотрудничаем с организаторами Евразийского Ивент Форума (EFEA). Кроме того, мы работаем с администрацией Санкт-Петербурга, ивент-агентствами, концертными площадками, а также с организаторами спортивных и культурно-массовых мероприятий.

В чем заключается работа волонтера на событиях?

Мы работаем с людьми. Волонтер – лицо мероприятия, потому что находится на виду, встречает и провожает участников, готов прийти на помощь в любом месте на площадке. Добровольцы задействованы на регистрации гостей, выдаче пакетов участникам, навигации. Они проверяют билеты и бейджи, помогают в залах, расставляют на столах бутылки с водой, подают микрофоны, загружают презентации спикеров и прочее. Решают и организационные задачи, на-

пример, по формированию пакетов участников. Функционал примерно одинаковый для всех мероприятий. Но есть ограничения: волонтер не может заниматься уборкой помещений, допускается лишь собрать и выбросить небольшой мусор. Добровольцы не выполняют тяжелую физическую работу и ничего не продают.

Какими качествами и навыками должен обладать волонтер?

Волонтер – это человек, который помогает окружающим в решении проблем, отвечает на вопросы, актуальные для них в настоящий момент. Он должен быть коммуникабельным, так как даже на позиции «Навигация» или «Подать микрофон» он находится в социуме. Нельзя бояться людей, надо всегда быть открытым и стрессоустойчивым. Поощряется согласованная инициатива. Еще нужны: этичность, аккуратность, ответственность и энергичность. Почти все мероприятия начинаются очень рано, поэтому человек должен сразу правильно оценивать свои силы и возможности.

Кроме того, все ребята учатся или получили разные специальности. Это учитывается при распределении зон ответственности. Например, студент из технического вуза, скорее всего, сможет помогать ИТ-специалистам, а не только выполнять какие-то простые поручения.

Какие мероприятия даются сложнее?

Крупные. Чем масштабнее событие, тем больше зона ответственности и внимания к волонтерам. Надо быть включенным в процесс, ничего не упустить. Например, на многих мероприятиях с участием первых лиц государства всегда строгий отбор волонтеров службой безопасности.

Как строится ваша работа в качестве координатора волонтеров?

Сначала находим мероприятие, связываемся с организаторами, с которыми работали ранее, или ищем их

контакты в сети. Затем объявляем набор волонтеров на конкретный проект через группу во «ВКонтакте». Рассказываем о мероприятии, задачах, бонусах. Желающие заполняют электронную форму о себе, где в том числе указывают сведения о наличии или отсутствии опыта. Для организаторов услуги по координации помогают снять многие вопросы. Мы сами представляем всех на площадке, подменяем ребят на обеды, следим, чтобы на нужном месте всегда был помощник.

В нашем деле заменить человека никакими технологиями не получится. Люди хотят общаться с людьми.

А насколько для добровольцев важен опыт?

Если на событие требуется небольшое количество волонтеров, мы выберем опытного человека. Когда квоты большие, мероприятие крупное, то с удовольствием даем возможность попробовать амплу добровольца новым ребятам. Так они получают опыт, знания, многие потом устраиваются на работу к организаторам мероприятий.

Чем вам нравится эта работа?

Я люблю общаться с людьми, находиться в центре событий. Когда ты еще попадешь на универсиаду или Олимпиаду? Побываешь за кулисами и увидишь всю эту кухню? Ты настолько наполняешься и заряжаешься всем тем, что происходит вокруг, что недосып, усталость, неудобные туфли становятся не важны. Ты ока-

зываешься на невероятном подъеме. Получаемый в этот момент адреналин лучше любого кофе.

Наверное, это и есть награда за волонтерский труд?

Да, сильные впечатления и интересный опыт – наша зарплата. Еще волонтеры получают благодарственные письма, которые нельзя недооценивать. Мой личный пример: сначала я училась на платном отделении университета, но именно благодарности способствовали моему переводу на бюджет. Это был приз конкурса «Студент года», который я выиграла. А победила потому, что я занималась волонтерством и предоставила на конкурс документы.

Какие еще могут быть бонусы?

Некоторых ребят сразу после мероприятий берут на постоянную работу в штат организаторы события. Кому-то делают предложения спонсоры и экспоненты. Другие таким способом проходят учебную практику в вузе или получают дополнительные баллы при поступлении. Для этого проще всего создать профиль на сайте dobro.ru, отметить в нем часы занятости на каждом мероприятии, оценки и предоставить распечатки с этой информацией в приемную комиссию. Добровольцами могут быть не только студенты, но и школьники восьмого класса.

Волонтеры также часто получают сувенирную продукцию, пакеты участников. На международных мероприятиях, например, в Казани и Сочи, оплачивались перелет и проживание. Желающих было, конечно, много, и отбор был жесткий.

Как изменилась работа волонтеров за последние годы? Смогут ли в будущем заменить эту деятельность ИИ и прочие технологии?

Работаем, как и раньше, но с определенной динамикой. Пик добровольческого движения был в 2013–2014 годах. Затем интерес к волонтерству подогрел чемпионат мира по футболу в России. Во время пандемии коронавируса было

затишье, но сейчас снова все активизировались.

Я считаю, что в нашем деле заменить человека никакими технологиями не получится. Люди хотят общаться с людьми. Даже сейчас предлагаются цифровые решения с различной навигацией, но при этом большинство организаторов не отказываются от людей на площадке.

Какие необычные случаи, запросы от участников были в вашей практике?

Часто интересуются, где можно купить сувениры, найти хороший клуб, даже просят провести экскурсию по городу. Особенно иностранцы. Но все в рамках приличий.

А неприятные ситуации бывают?

Всегда, независимо от уровня мероприятия, есть человек с плохим настроением. Я это так называю. Нам

могут жаловаться на качество еды, выступления спикеров, сливают свой негатив. Тут важно деликатно выйти из ситуации. Вежливо объяснить, что человека услышали, поняли, принести извинения за доставленные неудобства, сказать: «Обязательно передам ваши комментарии организатору». Главное, выслушать, поработать немножко психологом.

Что бы вы посоветовали организаторам мероприятий? Как наладить эффективное взаимодействие с волонтерами и не совершать типичных ошибок?

Организаторам надо больше уважать, ценить и правильно позиционировать волонтеров. Многие воспринимают добровольцев как бесплатный временный персонал, которому можно навязать любую работу. Недавно столкнулась с неприятной ситуацией: администрация одного театра попросила ребят помочь с переездом. Было заявлено, что никакой тяжелой физической

работы не будет, но в итоге волонтеры стали грузчиками. Им пообещали за это билеты на спектакли, но обманули.

Довольно часто организаторы мероприятий задерживают волонтеров без особой надобности, не кормят. Я очень уважаю тех организаторов, которые готовы предоставлять питание, причем разнообразное. Ведь кто-то из ребят не ест мясо, у кого-то может быть диета. Это учесть совсем не сложно. К примеру, на Международной выставке спортивной индустрии «Мода в мире спорта» мы сами заказывали питание, исходя из наших потребностей. Для этого организаторы выделили бюджет. И нам хорошо, и у организатора хлопот меньше. В мае 2023 года мы вновь будем с удовольствием помогать этой выставке в Москве. Проблем обычно не бывает. Если хорошо проговорить круг обязанностей заранее, то любое событие пройдет без сюрпризов, в комфортной для всех сторон обстановке. ■



2011

**ЭФФЕКТНО
И ЭФФЕКТИВНО**

строим
выставочные
стенды

www.4vida.ru





СТРАТЕГИИ

70 Маркетинг международных мероприятий. Евразийский опыт

74 «Казань Экспо»: курс на устойчивое развитие

ЗА И ПРОТИВ

78 Желания и возможности. Как работать с заказчиками мероприятий

КОНСУЛЬТАЦИЯ

84 Правила безопасного проведения мероприятия

88 Как стать звездой. Театральные экзерсисы для спикеров

НЕКОНГРЕСС

90 Фестивали с исторической точностью

КОНГРЕССЫ КАК БИЗНЕС



МАРКЕТИНГ МЕЖДУНАРОДНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ. ЕВРАЗИЙСКИЙ ОПЫТ

АВТОР:

Лариса Белоусова,
руководитель Управления конференций
информационного агентства России
ТАСС

ФОТО:

архив мероприятий Фонда Росконгресс,
Razetip – Фотобанк Фотодженика,
silkroad-samarkand.com

Почему в современных реалиях крупные экономические форумы и большие профессиональные конференции являются едва ли не единственными каналами связи, позволяющими представителям мирового сообщества общаться между собой напрямую? Какие задачи ставят перед собой организаторы деловых событий и как меняются алгоритмы подготовки? Об этом на сессии «Маркетинг международных мероприятий. Евразийский опыт», состоявшейся на XII Евразийском Ивент Форуме (EFEA), рассказали руководители международных проектов. Партнером дискуссии выступило Национальное конгресс-бюро.

СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА В ЭПОХУ ПЕРЕМЕН

Организация международных форумов – одно из наиболее эффективных решений, направленных на коммуникацию в современных реалиях. Универсальным инструментом взаимодействия в рамках таких мероприятий становится личное общение. «У каждого организатора свой ответ на вопрос: «Зачем ты проводишь мероприятие?». После четкого ответа на него строится структура проекта и формулируются задачи, которые он должен выполнять, – рассказывает заместитель директора Фонда Росконгресс Армен Хачатрян. – Если речь идет о больших мероприятиях, таких как Петербургский международный экономический форум или Восточный экономический форум, задачи ставятся на уровне страны. Одна из основных – пригласить людей, которым есть что нам сказать. У нас тоже имеется много чего, чему мы можем научить других, есть истории, которыми сильна Россия».

В не самое простое с точки зрения международного общения время, подобного рода мероприятия, по сути, являются единственным каналом, который позволяет людям говорить между собой напрямую. К сожалению, медиаресурсы, которыми мы привыкли пользоваться, сейчас достаточно ангажированы и зачастую транслируют не то, что является объективной реальностью. «Только в общении друг с другом бизнес, политические деятели, эксперты и журналисты могут действительно понять, что нужно и что чувствует другая сторона. Собственно, от этого мы и стараемся отталкиваться», – подчеркивает эксперт.

АУДИТОРИЯ. ВЕЛИЧИНА ПОСТОЯННАЯ VS ИЗМЕНЧИВАЯ

С мнением Армена Хачатряна согласен Дмитрий Михайлов, генеральный директор АНО «На-

циональный выставочный оператор» – оператор участия России в ЭКСПО-2020. «У каждого мероприятия свои цели и оно формирует вокруг себя целевую аудиторию, – поясняет он. – Но что делать, если аудитория – величина непостоянная и изменчивая? Проявлять изобретательность, не сильно надеяться на аншлаг и делать акцент на экспозиционную составляющую».

Стоит отметить, что ЭКСПО-2020 стала рекордсменом по числу посетителей, участвующих в мероприятии непосредственно на площадке. Из-за пандемии коронавируса она состоялась в 2021 году. Всемирная выставка впервые проходила на Ближнем Востоке в Дубае и стала одним из крупнейших международных событий после карантина. ЭКСПО-2020 собрала 192 страны-участницы. Павильон России вошел в тройку самых посещаемых площадок выставки и являлся одним из лидеров по охвату в социальных сетях.

«Основных факторов успеха было два, – рассказывает Дмитрий Михайлов. – Во-первых, визуальный эффект. Организаторы хотели привлечь внимание к человеку. Дистанцироваться от технологий, искусственного интеллекта, но обратит внимание на то, что все это и многое другое возможно благодаря человеческому разуму и его творческому потенциалу, который еще во многом не изучен. Усилиями большой творческой команды был создан эффектный экспонат – мозг высотой семь метров с мультимедийным шоу, благодаря которому наш павильон стал архитектурной доминантой ЭКСПО. Во-вторых, мы сделали его максимально проходимым. Это очень важно на такой площадке, как ЭКСПО. Так, чтобы попасть на другие экспозиции, нужно было больше часа стоять в очереди. У нас, благодаря хорошо продуманной логистике, такого не было, что стало дополнительным фактором привлечения посетителей. Ну и, конечно, пави-

льон был наполнен разнообразной программой с интерактивными форматами».

ДВОЙНАЯ ПОЛЬЗА

Грамотно продуманные выставочные комплексы проектируются таким образом, чтобы после завершения экспозиций их можно было использовать для преобразования облика принимающего города и обогащения его туристической инфраструктуры. Именно так произошло в Самарканде, где новая деловая площадка, открытая в середине 2022 года, стала действенным инструментом для увеличения турпотока.

Характерен пример конгресс-центра Silk Road Samarkand в Узбекистане. В 2022 году здесь проходил саммит Шанхайской организации сотрудничества (ШОС). «Событие получило огромный резонанс во всем мире. Мы принимали глав 14 государств», – говорит о масштабах мероприятия управляющий директор конгресс-центра Silk Road Samarkand Азат Амиров.

Учитывая непростую международную ситуацию и разделение стран на дружественные и недружественные, здесь делают акцент на статусе нейтральной межгосударственной площадки, которую предоставляют для проведения мероприятий высокого уровня. Значительно развитая сопутствующая инфраструктура и культурные достопримечательности Узбекистана способствуют привлечению туристов. «В 2022 году количество авиарейсов в Самарканд увеличилось и рост продолжается», – констатирует Азат Амиров. Кстати, самаркандский конгресс-центр – тот редкий случай, когда продвижение мероприятий, проходящих на площадке, не особенно нуждается в ресурсе социальных сетей из-за высокого официального уровня участников. «СМИ очень хорошо распространяют всю необходимую информацию», – отмечает Азат Амиров.



АУДИТОРИЯ СТАНОВИТСЯ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ

Деловое и событийное сообщество Индии также нацелено на проведение международных мероприятий. «У нас проходит большое количество различных событий разного уровня, – отмечает генеральный директор группы компаний Mice Affairs Media Group Сачин Маноча. – Например, одно из последних связано с индустрией путешествий, затем будут реализованы крупные проекты, объединяющие страны Юго-Восточной Азии. Очень много различных мероприятий автопрома и других секторов экономики».

По словам Сачина Маночи, один из важных трендов сегодня – возвращение аудитории, которую отрасль потеряла из-за пандемии коронавируса. При этом значительно увеличивается количество участников из разных стран, в том числе представителей российских компаний и организаций.

Одним из самых продуктивных форматов генеральный директор группы компаний Mice Affairs Media Group Сачин Маноча считает гибридные мероприятия. «Сочетание онлайн с офлайном очень помогает. Таким образом мы собираем гигантские аудитории и обсуждаем наиболее важные темы», – поясняет эксперт.

Все участники дискуссии отметили значимость профессионального экспертного мнения при подготовке программы. «За годы работы у нас сформировался огромный пул экспертов по абсолютно разным направлениям, – говорит Армен Хачатрян. – В период начала формирования программы мы получаем бешеное количество предложений. В результате у меня на столе лежит, наверное, килограмм семь бумаги. И это все предложения, которые надо прочитать и обработать. Затем мы эту историю систематизируем и пропускаем через тот самый экспертный пул».

КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ – СТИМУЛ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

В Таиланде для привлечения проектов и аудитории в первую очередь используют достоинства имеющихся в стране площадок и необычную культурную составляющую. «У нас огромный потенциал для организации и проведения международных мероприятий, которым успешно пользуются представители мирового бизнеса, – рассказывает управляющий директор компании Maximice Management Панитан Вонгкред. – В особенности это касается индустрии гостеприимства и возможности размещения гостей из разных стран. Конечно, особенно мы рады гостям из России. К их услугам множество выставочных комплексов, конгресс-центров, специальных площадок для проведения спортивных и выездных мероприятий, отвечающих самым разным целям и задачам».

Формула успеха мероприятий Бакинского конгресс-центра состоит из пяти пунктов. «В первую очередь это участие в международных выставках, что дает возможность встретить лидеров деловой индустрии, а также показать свой бренд, – поясняет менеджер Бакинского конгресс-центра Лейла Махмудова. – Во-вторых, сотрудничество с профильными международными ассоциациями. В-третьих, партнерство с ключевыми государственными органами в области заявок на проведение международных мероприятий. В-четвертых, взаимодействие с коммуникационными агентствами. На пятом, но не на последнем месте – продвижение через социальные сети. В наше время соцсети являются неотъемлемой частью образа бренда, для его развития необходимо правильно обозначать целевую аудиторию, грамотно подбирать и оформлять контент».

ТРЕНДЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ ДЕЛОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

По итогам дискуссии на XII Евразийском Ивент Форуме (EFEA) можно выделить следующие тренды и инструменты проведения международных деловых меропри-

ятий, характерных для событийного рынка.

1. Горизонты планирования событий сокращаются, пулы профильных сообществ и экспертов обновляются быстрее, чем раньше. Прежде чем начать подготовку к мероприятию, следует ответить на вопрос: «Зачем его делать?». Четко обозначенные задачи помогут сформировать архитектуру проекта и ответить на запросы его целевой аудитории.
2. Мощным инструментом привлечения аудитории сегодня являются неформальные каналы – в дополнение к надежному и проверенному временем сарафанному радио отлично работают социальные сети и авторитетное мнение медийных персон.
3. Активно возвращаются участники, потерянные отраслью из-за пандемии. Несмотря на непростую ситуацию в мире, организаторы отмечают увеличение числа иностранных участников и гостей деловых мероприятий. Но аудитория становится более искушенной и применяет повышенные требования к выступающим, экспертам и контенту событий.

4. Если целевая аудитория – величина непостоянная и изменчивая, следует делать акцент на антураж и визуальную составляющую. Привлекательность и удобство площадки – мощный инструмент для привлечения зрителей, в том числе в международном масштабе.
5. В борьбе за аудиторию организаторы чаще проводят мероприятия на необычных площадках: возможность посмотреть новые места и познакомиться с новой культурой становятся дополнительным стимулом для участников.
6. Если мероприятие продумано и реализовано правильно, оно становится ядром формирования сообществ, местом возникновения и распространения новых идей, обмена лучшими практиками, своеобразной территорией развития, в том числе и территорией саморазвития.
7. Продуманные выставочные и деловые события работают не только на заявленные цели проектов, но имеют и отсроченную выгоду – преображают облик принимающего города, региона, страны и обогащают его туристическую инфраструктуру. ■





«КАЗАНЬ ЭКСПО»: КУРС НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ

АВТОР:

Игорь Астафьев,
первый заместитель генерального
директора АНО «Казань Экспо»

ФОТО:

АНО «Казань Экспо»

В 2023 году Международный выставочный центр «Казань Экспо» отмечает юбилей. В течение пяти лет со дня открытия комплекс ведет активную работу по внедрению устойчивых практик. С каждым годом компания совершенствует подходы к управлению энергоресурсоэффективностью, с особым вниманием относится к обращению с отходами, содействует развитию циркулярной экономики. В ближайшие пять лет МВЦ «Казань Экспо» намерен стать центром компетенций по внедрению передовых решений и практик устойчивого развития в событийной индустрии.

АКТУАЛЬНЫЙ ТРЕНД

В России формируется законодательная база, национальные стандарты и рейтинги в области устойчивого развития общества. Это, несомненно, ориентирует корпоративный сектор на внедрение ответственной деловой практики. Преобразование бизнес-процессов с учетом возрастающей роли социальной ответственности, внедрение подходов к осознанному управлению экономическими и экологическими факторами становится нормой для компаний в различных отраслях.

В событийной индустрии это является не только источником гармоничного развития бизнеса, но и обеспечивает соответствие требований организаторов, партнеров, посетителей и гостей мероприятий принципам устойчивого развития. Наша отрасль представляет собой сложную сеть заинтересованных сторон, включающую конгрессно-выставочные площадки, организаторов, экспонентов, посетителей, а также многочисленные компании поставщиков услуг. Решение проблем выбросов углерода среди участников индустрии встреч и смежных отраслей, задействованных в организации мероприятий, является комплексной и достаточно трудной задачей. Многие элементы событий, например, такие как транспорт, логистика, проживание в гостиницах, не находятся под непосредственным контролем организаторов. Распространение практики устойчивого развития является ключевой задачей, которая может быть реализована лишь объединив усилия всех заинтересованных сторон.

При организации и проведении мероприятий, помимо нашей сферы, прямо или косвенно задействованы более 30 смежных отраслей, именно поэтому событийная индустрия призвана сыграть значимую роль в решении задачи адаптации современной экономики и общества к вызовам времени.

ВНЕДРЕНИЕ ПРИНЦИПОВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Подходы АНО «Казань Экспо» в области внедрения принципов устойчивого развития сформированы с учетом национальных и международных стратегических программ и совершенствуются на основе анализа лучших мировых практик. Деятельность Международного выставочного центра «Казань Экспо» согласуется с принципами реализации Целей

Курс АНО «Казань Экспо» в векторе устойчивого развития, сформированный с учетом национальных и международных стратегических программ, совершенствуется на основе анализа лучших мировых практик.

устойчивого развития, которые мотивируют мировое сообщество на объединение усилий по решению экономических, социальных и экологических проблем человечества для улучшения благосостояния и защиты планеты.

Еще в начале строительства МВЦ «Казань Экспо» на основе изученного опыта ведущих мировых выставочных центров по сооружению и оборудованию зданий подобного типа было внедрено большое количество устойчивых инициатив. Выставочный центр в Казани был построен в 2018 году с целью проведения 45-го мирового чемпионата по професси-

ональному мастерству по стандартам WorldSkills. В соответствии со «Стратегическим планом развития МВЦ «Казань Экспо» на период 2025–2030 гг.» сегодня ведется планомерная работа по внедрению в деятельность компании передовых решений и подходов в области устойчивого развития. Все реализуемые инициативы в области экологии объединены разработанным брендом #EcoExpo, который носит яркий просветительский характер и призван привлечь широкую общественность к вопросам защиты окружающей среды. В 2021 году было принято решение о подписании обязательства по достижению нулевого выброса в сфере организации мероприятий Net Zero Carbon Events, которое является совместным проектом Всемирной ассоциации выставочной индустрии UFI, Международной ассоциации конгрессов и конференций ICCA и Международной ассоциации конгресс-центров AIPC. Подписание документа предполагает достижение нулевого выброса к 2050 году и сокращение выбросов глобальных парниковых газов на 50% к 2030 году. Шаги по достижению целей, изложенных в Net Zero Carbon Events, освещены в дорожной карте, которая в том числе ориентирует нас на реализацию дальнейших действий в рамках повестки экологического, социального и корпоративного управления – ESG.

В 2022 году в результате пересмотра политики энергоресурсосбережения и выбора наиболее эффективных подходов к управлению и рациональному использованию ресурсов нам удалось сократить объем энергопотребления по сравнению с 2021 годом, при том, что количество проведенных мероприятий увеличилось практически в два раза. В 2022 году МВЦ «Казань Экспо» стал площадкой проведения таких масштабных событий, как Международный экономический саммит «Россия – Исламский мир: KazanSummit» (с 2023 года – Международный экономический форум «Россия – Исламский мир: KazanForum»), Международная агропромышленная выставка «АГРОВОЛГА–2022», Татарстанский нефтегазохимический



форум и Международная выставка TatOilExpo-2022, Международный форум Kazan Digital Week, тестовые соревнования для подготовки «Игр Будущего» – «Фиджитал игры», II Международный строительный чемпионат, Международная специализированная выставка-форум «Дорога-2022» и других мероприятий. Кроме того, календарь 2022 года пополнился и новыми концертными проектами. На площадке МВЦ «Казань Экспо» прошли выступления поп-певицы Zivert, сольный концерт исполнителя MOT, юбилейное шоу Аниты Цой «Пятый океан» и другие концерты. Проведя более 100 мероприятий регионального, федерального и международного уровней, мы с уверенностью можем сказать, что тематика устойчивого развития все чаще появляется в деловой повестке форумов и выставок.

В течение 2022 года для повышения осведомленности заинтересованных сторон о вопросах устойчивого развития и возможностях площадки

нами были разработаны и распространены следующие документы:

- чек-лист для организаторов, в котором отражены практические рекомендации по организации устойчивых мероприятий;
- памятка по устойчивому развитию для подрядных организаций, которая была не только распространена, но и зафиксирована в качестве дополнительного соглашения к договорам с компаниями-подрядчиками;
- памятка по устойчивому развитию для посетителей, благодаря которой гости МВЦ «Казань Экспо» могут ознакомиться с возможностями площадки и позаботиться о более экологичном пребывании на мероприятиях.

В течение 2022 года рабочей группой велась работа по систематизации и учету ключевых показателей для формирования ESG-отчета, а также осуществлялись контроль и реализация мероприятий, запланированных в дорожной карте.

В ЧИСЛЕ ПЕРВОПРОХОДЦЕВ В ОБЛАСТИ ПУБЛИКАЦИИ ESG-ОТЧЕТА

Начало 2023 года было ознаменовано выпуском первого отчета АНО «Казань Экспо» в области устойчивого развития, подготовленного по результатам деятельности за 2022 год. Данный документ раскрывает информацию о реализованных мероприятиях в области экологии, энергоресурсоэффективности, социальной политики, корпоративного управления, а также отражает вклад МВЦ «Казань Экспо» в достижение углеродной нейтральности, развитие экономики региона. Отчет резюмирует результаты деятельности в этих направлениях за прошедший год, а также отражает будущие планы по развитию принятого курса. В частности, в разделах документа представлена информация о компании, раскрыт ее вклад в достижение Целей устойчивого развития, обозначены существенные темы. Экологические результаты деятельности предприятия отражают количествен-

ную и качественную информацию о потреблении ресурсов, управлении отходами, повышении энергоресурсоэффективности.

Раскрыты результаты содействия развитию циркулярной экономики. Так, в 2022 году в рамках Казанского чемпионата по дрифту UGOL DRIFT совместно с партнером по развитию экологических практик – компанией АНО «Экологично» – были организованы акции по сбору автомобильных покрышек участников мероприятия для дальнейшей переработки. Собранные шины общей массой 4,3 т были переданы на специализированный завод для безопасной переработки в крошку и дальнейшего использования этого материала.

В целях минимизации негативного влияния мероприятий на окружающую среду компания ведет работу по сбору и утилизации биджей. Как правило, они изготавливаются из ламинированного картона, что, с одной стороны, обеспечивает его привлекательность, а с другой создает трудности для дальнейшей переработки. В Республике Татарстан не так много компаний, предоставляющих услуги по переработке подобных материалов. Тем не менее, в результате детального изучения рынка был найден надежный подрядчик. В результате в 2022 году удалось сдать на переработку 135 кг биджей. Кроме того, на площадке для дальнейшей утилизации и переработки ведется сбор батареек, пластиковых крышек, макулатуры, полиэтилена.

Раздел ESG-отчета о социальной ответственности раскрывает принципы взаимодействия с персоналом, в том числе подходы к обеспечению достойных условий труда, поддержание и развитие корпоративной культуры, принципы взаимодействия с местным сообществом. В соответствии с уставом АНО «Казань Экспо» является социально-ориентированной некоммерческой организацией, одно из основных направлений деятельности которой – поддержка и реализация социально значимых проектов

Республики Татарстан и Российской Федерации. Продолжая традицию, в 2022 году в рамках «EXPO DOG 2022. Весенний кубок Кинологической Федерации Республики Татарстан», Национальных выставок собак ранга САС Чемпион РКФ «Осенний кубок КФРТ 2022» и «Золотой Зилант-2022» совместно с Министерством труда, занятости и социальной защиты Республики Татарстан были организованы коррекционно-развивающие программы по методике канистерапии для детей с особенностями ментального развития. Организовав на своей площадке уже несколько сеансов канистерапии, мы помним, как изначально лишь небольшое количество семей были готовы принять участие в данной инициативе. Однако сейчас отмечаем повышенный интерес семей с детьми с особенностями развития к этому проекту. Для многих детей собаки становятся друзьями. Осознавая значимость и общественную роль данной практики, мы нацелены на развитие этого направления.

Особое место в социальной политике нашей компании занимает забота о сотрудниках. Несомненно, принцип непрерывного обучения является ключом к развитию гибкой, многофункциональной, высококвалифицированной команды специ-

алистов. В 2022 году наши сотрудники успешно прошли обучение по программам повышения квалификации. Кроме того, в АНО «Казань Экспо» действует программа взаимного обучения (peer-to-peer – англ. от человека к человеку), заключающаяся в обмене опытом, знаниями и информацией между специалистами разных отделов.

ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ

ESG-отчет также раскрывает информацию о совершенствовании деятельности компании. Наша цель – в течение ближайших пяти лет стать центром компетенций по внедрению передовых решений и практик устойчивого развития в событийной индустрии. Компания будет продолжать следовать намеченному курсу в этой области, стремиться к повышению уровня публикуемой отчетности, а также дальнейшему развитию внутрифирменных ESG-стандартов и реализации соответствующих мероприятий. Основным драйвером внедрения ESG-инициатив для нас, несомненно, является непрерывный поиск новых идей и проектов. Мы рады сотрудничеству в этом направлении и готовы к реализации совместных инициатив. □





ЖЕЛАНИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ. КАК РАБОТАТЬ С ЗАКАЗЧИКАМИ МЕРОПРИЯТИЙ

ФОТО:

архив мероприятий Евразийского
Ивент Форума (EFEA)

Переориентация на региональные рынки заставляет организаторов мероприятий внимательно относиться к требованиям заказчиков и качеству предоставляемых услуг. Какие уроки извлекли участники рынка из опыта работы в 2022 году? Как сегодня выстроить доверительную систему отношений между заинтересованными сторонами? Какие цели будут приоритетными при проведении мероприятий в будущем? На эти и другие вопросы ответили участники сессии «Новые вызовы в работе с заказчиками мероприятий», состоявшейся в рамках деловой программы XII Евразийского Ивент Форума (EFEA). Дискуссию провел основатель и управляющий партнер сообщества TOP Moderator Руслан Бондаренко.

Руслан Бондаренко: Каким был 2022 год для событийной индустрии и для каждого из вас с точки зрения профессиональной деятельности? Какими видят отношения между собой организаторы мероприятия и заказчики, от чего зависит, останутся ли участники довольны партнерством?



Ирина Карнаухова,
генеральный директор компании
«Демлинк Атлас»

Сначала следует отметить, что наша компания – «руки» клиентов, которые помогают решать бизнес-задачи. Мы идем за их бизнесом. Начало 2022 года было очень активным. А с весны все вопросы, связанные с реструктуризациями, ребрендингом, построением новых логистических цепочек, оказали существенное влияние на запланированные мероприятия. Мы занимались переносами дат и бюджетов, сменой форматов мероприятий, переподписанием договоров с поставщиками и клиентами. Осенью наша деятельность была достаточно активной. В итоге 2022-й закончили на уровне 2019 года, даже улучшив некоторые показатели.

Из наболевшего – вопросы оплат. Ни для кого не секрет, что постоплата, плотно вошедшая в нашу жизнь, сейчас уже не приемлема. В сложные времена, еще когда была пандемия коронавируса, наши клиенты пошли нам навстречу, поменили сроки и условия оплаты, за что мы им очень признательны. Теперь мы стараемся разработать единую стратегию оплаты услуг на рынке, и это в общих интересах.

Такое оздоровление. Стоит сказать также и о логистике. Сегодня транспортные расходы могут составлять 60–70% от выделенного на мероприятие бюджета. Поэтому, чем четче сформулировано техническое задание клиента, тем больше вероятность получения оптимального предложения. Мы учитываем также географию поездок, специфику работы компании, корпоративные традиции, основную цель мероприятия.

Руслан Бондаренко: Что же происходит с корпоративными мероприятиями в России? Какие тренды событийной индустрии сегодня на первом плане?



Артём Дрыгант, основатель
агентства Ve Brand People

Наша компания в основном организует мероприятия в регионах. В 2022 году стала очевидна большая разница между тем, что происходит в Москве и за ее пределами. Для нас год оказался гораздо лучше, чем 2021-й. В общем и целом последние три года были интересными для нашей индустрии. Сначала росла популярность онлайн-форматов, потом случился отскок, и появился дефицит персонала. В 2022 году преобладали гибридные мероприятия. По итогам года можно сделать вывод, что рынок становится более стабильным, предсказуемым. И это очень радует.

Сегодня 80% наших проектов создаются для сотрудников компаний-заказчиков. Но 2022 год стал тревожным для персонала. Большинство запросов было сконцен-

трировано на задаче: успокоить сотрудников, доказав им, что лучшего островка надежности, чем компания, где они работают, не найти. Здесь помогал правильно поданный контент и честная открытая коммуникация с вовлечением первых лиц компании.

Среди принципов, которыми мы руководствуемся, есть партнерство. В 2022 году появилось много возможностей для новых механизмов сотрудничества с клиентами и исполнителями. Сейчас мы стремимся продолжать партнерство в том же темпе. Событие не начинается и не заканчивается в рамках одной коммуникации с брендом или клиентом.



Сергей Чернышевский,
генеральный директор компании
«СТО Конгресс»

Мы работаем на медицинском рынке. Ежегодно проводим примерно 200 мероприятий. Продолжаем соблюдать тренды, заложенные в предыдущих годах и, кроме того, хорошо показали себя на онлайн-мероприятиях. В августе уже хотелось живого общения, но потом опять случился локдаун. Учитывая, что 2022 год добавил нам драйва и испытаний, все же для нас он характеризуется проявлением навыков соблюдения баланса между онлайн- и офлайн-форматом и соблюдением сметы. Однако в 2022 году наши спонсоры затихли и не знали, чего ожидать от завтрашнего дня.

Были предприняты даже попытки сокращения команды, но позднее

все нормализовалось, учитывая, что 2022 год стал для нас постоянными качелями. Также мы стали расширяться во всех смыслах реализации нашей деятельности.

Наши клиенты – медицинские ассоциации, в первую очередь – люди. Это похоже на игру кубик Рубика: потребности едины, а методы их реализации различны.

Руслан Бондаренко: Какие задачи решали заказчики, посредством каких форматов и что для них актуально на данный момент? Что бы они хотели получить в 2023 году?



Олег Банарцев, координатор
Всероссийского союза пациентов

В 2022 году мы надеялись на окончание пандемии коронавируса, которая загнала нас в глубокий онлайн. Мы бережем здоровье наших пациентов. Нам приходилось организовывать мероприятия на спонсорские средства, вследствие чего возникла некая турбулентность. На нашем счету два очных мероприятия, а остальные события прошли в гибридном формате или онлайн. Общее количество встреч выросло, так как проблемы никуда не делись. Кроме того, появились также и новые мероприятия. С учетом того, что бюджет онлайн-событий отличается от офлайн, мы старались реализовывать все свои планы.

Возросла значимость контента. История с пандемией в совокупности с онлайн и гибридным форматом показала все происходящее,

как под микроскопом. Подготовка контента и спикера выходит сегодня на первый план. Зум-эффект предъявляет им особые требования, а для минимизации репутационных рисков необходимы надежные подрядчики.



Мария Завозова, начальник
центра имиджевых
и корпоративных мероприятий
департамента коммуникаций
и маркетинга Газпромбанка

В 2020 году мы оказались заперты по домам. С течением времени стали осмысливать возможности онлайн: музыкальные проекты, кинопоказы и прочее. В 2020 году провели 50 крупных событий такого формата. В 2021 году организовали более 100 событий, а в 2022 году – почти 200 мероприятий.

Относительно форматов статистика позволяет отметить следующее: 2020 год – преобладание онлайн, 2021 год – расцвет гибридных мероприятий, а в 2022 году такие события составили только треть. Разумеется, преобладали деловые мероприятия. Сегодня задача номер один – развитие цифровых платформ для мероприятий различных форматов. Также мы традиционно участвуем в имиджевых мероприятиях гибридного формата.

Руслан Бондаренко: Помимо общих для всех проблем, есть задачи, присущие определенной нише или сегменту. Какие особенности существуют в вашем секторе рынка? Что помогает решать задачи?



Таясия Селедкова, директор
по маркетингу и коммуникациям,
компания «Русатом Изоплит»

Наше предприятие не является масштабным игроком рынка. Строительный рынок обладает своей спецификой – именно он является отражением происходящего вокруг. Нам приходилось подстраиваться и работать над новыми платформами, событиями и быстро адаптироваться под происходящее вокруг. Также стоит отметить, что каждое мероприятие было проработано до мельчайших деталей.

В основном задачи связаны с сохранением бизнеса и увеличением прибыли. Наша компания проводит обучающие мероприятия в игровом формате. Помогая нашим клиентам улучшить их бизнес, мы в то же время расширяем и свой. В 2022 году на нашем счету много мероприятий в формате выживания. Руководители крупных компаний принимали участие в трехдневных экстремальных играх в лесах.



Татьяна Агашкина, руководитель
направления событийного
менеджмента МТС

Для нас 2022 год начался с грандиозного планирования участия в раз-

ного рода публичных мероприятий. С февраля планы существенно поменялись, но, тем не менее, партнерства не отменились. Однако пришлось пересмотреть свою активность. Деятельность стала направленной в большей мере на участия в мероприятиях бизнес-повестки. В целом год был динамичным: эксперты компании МТС участвовали более чем в 300 мероприятиях, крупных и небольших. Некоторые события были с новой повесткой, так как в компании появились или расширились направления бизнеса для экосистемы МТС.

Наша цель – выполнение и реализация стратегических бизнес-задач компании, в том числе с помощью событий. В 2022 году мы старались избегать крупных форматов мероприятий и точно участвовали в событиях, где были наши потенциальные заказчики или ключевые партнеры.

Руслан Бондаренко: Какие факторы будут ключевыми в 2023 году?

Артём Дрыгант: В 2023 году нужно поддерживать и развивать постоян-

ное стратегическое сотрудничество. Не надо менять корабль, если настиг шторм. А трудности можно и нужно преодолевать вместе через коммуникацию, не экспериментировать с заменами.

Сергей Чернышевский: Обучение, общение и вдохновение – три базовые потребности, которые удовлетворяют мероприятия. Мы постоянно учимся, поэтому обучение должно быть непрерывным, а контент структурным. Мы идем вслед за запросами наших клиентов и путешествуем по миру. В 2023 году нужны баланс и постоянное движение вперед. Россия – страна большая, надо осваивать.

Олег Банарцев: Что хотелось бы видеть в 2023 году? Во-первых, открытость во взаимоотношениях в совокупности с взаимопониманием происходящего вокруг и пониманием рисков. Во-вторых, слаженность команды, что также очень важно, особенно в совокупности с умением перекрывать узкие места. В-третьих, ответственность на всех этапах: подготовка, реализация мероприятия, постпродакшен.

Мария Завозова: Думаю, что в 2023 году появятся новые технологические решения и идеи, специалисты смогут работать за рамками технического задания, сотрудничество будет мобильным и лояльным, а диалог – открытым.

Таисия Селедкова: Сегодня всем нам необходимы качества, которые требуются для развития в постоянно меняющихся условиях. Например, такие, как правильное отношение к деньгам и смете, компетенции и их развитие, гибкость ума и подходов для понимания ситуации.

Татьяна Агашкина: В 2023 году наша компания видит три ключевых направления деятельности: расширение партнерства, углубление сотрудничества и новые качественные интеграции.

Ирина Карнаухова: Хочу всем пожелать, чтобы каждый в 2023 году нашел такого поставщика, с которым можно построить свой храм бизнеса. ■

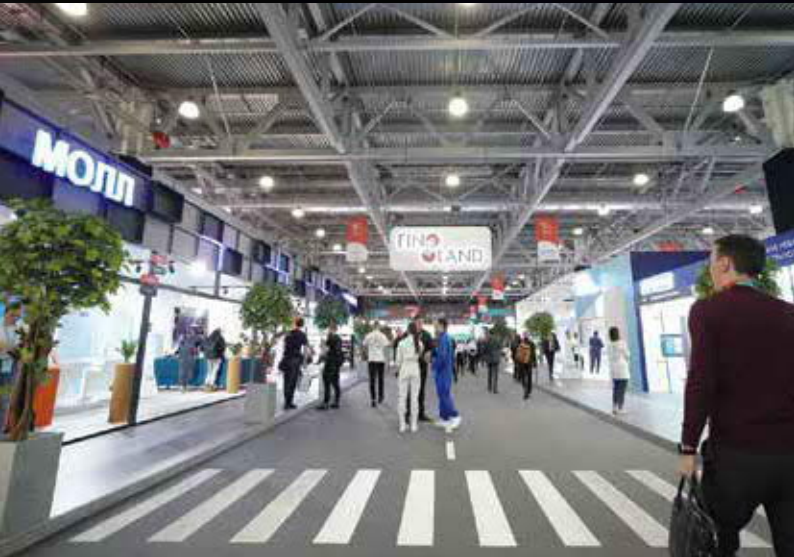




Форум инновационных финансовых технологий FINOPOLIS 2021/22

Российский финтех по-прежнему опережает общемировой уровень

РЕКЛАМА



9–11 ноября 2022 года в МВЦ «Крокус Экспо» состоялась Форум инновационных финансовых технологий FINOPOLIS 2021/22 Банка России. Аудитория форума превысила 4000 человек, что в 2,5 раза больше прогнозируемой явки. Статья посвящена причинам успеха форума.



В рамках подготовки к предстоящему форуму заказчик впервые расширил число участников тендера на выбор оператора, включив в него не только профильные компании, специализирующиеся на протокольных и отраслевых событиях, но и креативные event-агентства. Одним из ключевых критериев выбора оператора форума стала именно креативная концепция, а победителем тендера была признана event-компания MAXIMICE.

Деловая программа FINOPOLIS 2021/22 состояла из четырех пленарных и тридцати трех секционных сессий с участием первых лиц российской финансовой индустрии и около двухсот экспертов из ведущих финансовых

и технологических корпораций, органов государственной власти, IT-компаний и финтех-стартапов.

Выставочное пространство было реализовано в соответствии с выбранной заказчиком креативной концепцией FINOLAND.

FINOLAND – это модель российского города, буквально пронизанного уже внедренными или готовящимися о внедрению финтех-сервисами ведущих российских компаний. Каждый «житель» FINOLAND мог протестировать финтех-продукты в реальной городской среде. Финтех-город стал большим единым стендом для нескольких десятков российских компаний и учреждений, сервисы которых

бесшовно взаимодействовали друг с другом. Благодаря креативной идее FINOLAND, партнерами форума стали не только профильные финансовые и технологические компании, но и представители нефтяной, телекоммуникационной, медицинской и других индустрий. Эффект уникального выставочного пространства был усилен с помощью применения технологий дополненной реальности, искусственного интеллекта и биометрической идентификации.

В рамках FINOPOLIS 2021/22 были также организованы традиционные молодежная и спортивная программы.

Гости форума отметили особую позитивную атмосферу, комфортную среду для обмена новостями и идеями, актуальную деловую программу, высокий организационный и технологический уровень события, а также прогрессивные инструменты презентации сервисов и продуктов, в том числе в креативном пространстве FINOLAND.

В рамках подготовки FINOPOLIS 2023 Банк России поставил перед MAXIMICE задачу креативного развития концепции FINOLAND с целью увеличения объема представленных решений и расширения географии экспонентов.

MAXIMICE
POWER TO CHANGE

Комплексная организация конгрессов и форумов

- Креативная концепция
- Продвижение и PR
- Сайт и SMM
- Продажи
- Работа со спонсорами
- Аккредитация
- Выбор площадки
- Застройка пространств
- Деловая программа
- Экспопро пространство
- Логистика гостей
- Работа с волонтерами
- Сувенирная продукция
- Брендинг
- Спортивная программа
- Развлекательная программа
- Мобильное приложение

ПРАВИЛА БЕЗОПАСНОГО ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЯ



АВТОР:

Дмитрий Белоблоцкий,
генеральный директор
группы компаний «ГАЛС»

ФОТО:

архив мероприятий группы компаний
«ГАЛС»

Сегодня обеспечение безопасности мероприятий в России и мире – одна из главных задач организаторов событий. В настоящее время возрос уровень террористических угроз, повышен уровень социальной напряженности, увеличилось число лиц, заинтересованных в различного рода провокациях. Какие функции должны выполнять охранные организации на площадке события? Какие документы обязательно нужно оформить? Как правильно обеспечить безопасность мероприятия?

РЫНОК БЕЗОПАСНОСТИ МЕРОПРИЯТИЙ

Организаторы мероприятий не должны забывать о безопасности и халатно к ней относиться. Стоит помнить, что в Уголовном кодексе России есть статья 238 «Оказание услуг, не отвечающих требованиям безопасности жизни или здоровья потребителей», которая подразумевает наказание до 10 лет лишения свободы. К сожалению, сегодня не существует единой законодательной базы, регламентирующей правила, стандарты и требования к безопасности культурно-массовых мероприятий. Система отдельных положений и нормативов различных ведомств настолько обширна, что самостоятельно разобраться в ней очень непросто. Решить задачу вам помогут охранные предприятия. Однако в настоящее время на рынке таких услуг ситуация сложная. Многие слаженные профессиональные команды распались, специалисты стали уходить в другие сферы или перешли в другие компании, не обладающие необходимыми компетенциями. Кроме того, за последние десять лет цены на услуги безопасности в событийной индустрии практически не менялись. Рынок находился в стагнации, что привело к отсутствию роста и инноваций. Охранные организации не имели возможности покупать более совершенное оборудование, современную технику и внедрять новые технологии.

Последние десятилетия были относительно спокойными, и это приве-

ло к тому, что выросло поколение сотрудников силовых структур, которые не знают и не понимают, что делать в случаях новых угроз. Особенно это заметно в регионах. В частности, специалисты нашей компании столкнулись с ситуацией, когда безопасность подавляющего большинства мероприятий, проводимых в Санкт-Петербурге, осуществляется номинально. На бумаге она есть, а вот по готовности реагировать в нестандартных ситуациях коэффициент полезного действия сотрудников безопасности в лучшем случае составит процентов пятьдесят.

Однако кризис в отрасли дал возможность компаниям пересмотреть свою стратегию и найти новые возможности. Охранные организации стали создавать новые проекты, иначе смотреть на специалиста по безопасности культурно-массовых мероприятий. Сегодня важно не количество сотрудников в компании, а повышение эффективности специалистов и качества оказываемых услуг, в том числе совершенствуя техническую базу.

РИСКИ ОРГАНИЗАТОРОВ СОБЫТИЙ

Безопасность – это не только сотрудник охраны, присутствующий на вашем мероприятии, а обширный комплекс задач, которые надо просчитать, скомплектовать, распределить, организовать и контролировать. Сегодня органи-

заторам мероприятий приходится пользоваться услугами специалистов, не имеющих должного уровня подготовки. Поэтому документы, необходимые для согласования и проведения мероприятия, готовятся некачественно или не в полном объеме, что влечет за собой юридические и финансовые риски.

Вы должны заранее продумывать дату и место проведения мероприятия, расположение служб обеспечения, количество машин скорой помощи, их специализацию и класс, расчеты логистических потоков граждан, анализ прилегающей территории, транспортную логистику, соблюдения правил организации дорожного движения, параллельные мероприятия и прочее. Все это должно разрабатываться совместно со службой безопасности и согласовываться в соответствующих ведомствах исполнительных органов государственной власти. Ошибки в произведенных расчетах, в постановке дорожных знаков, в оформлении документов могут привести к штрафным санкциям организатора до миллиона рублей или к отмене мероприятия. Риски могут возникнуть и из-за неправильно оформленных схем зоны проведения мероприятия, ограничивающей ответственность и полномочия организатора.

Следует помнить, что вы также несете ответственность за выбор недобросовестных подрядчиков и их действия. Необходимо грамотно

ТРЕБОВАНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Публичные мероприятия. События, организуемые в общественно-политических целях. Регулируются Федеральным законом от 19.06.2004 № 54-ФЗ «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях».

Спортивно-массовые мероприятия. Основные требования содержатся в Федеральном законе

«О физической культуре и спорте в Российской Федерации» от 04.12.2007 № 329-ФЗ и Постановлении Правительства РФ от 18 апреля 2014 г. № 353 «Об утверждении Правил обеспечения безопасности при проведении официальных спортивных соревнований». На уровне местного законодательства могут устанавливаться дополнительные требования.

Культурно-массовые мероприятия. На федеральном уровне не регулируются. Требования устанавливают органы местного самоуправления. Например, в Санкт-Петербурге регулируются Приказом губернатора Санкт-Петербурга от 02.04.1999 № 28-п «О рассмотрении уведомлений о проведении в Санкт-Петербурге культурно-массовых и спортивных мероприятий вне предназначенных для этого мест».

подходить к выбору партнеров и контрагентов и оформлению договорных отношений с ними. Это поможет разделить, а в некоторых случаях и полностью переложить ответственность на их плечи в случае несоблюдения законов или чрезвычайных ситуаций.

ВЫБИРАЕМ ОХРАННУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ

Всегда внимательно проверяйте компанию, с которой ведете переговоры. Даже если вы уже работали с кем-то ранее, все могло измениться. Уточняйте, каким штатом они располагают сегодня, и как обстоят их финансовые дела. Может оказаться так, что вместо вложения полученных от вас средств в обеспечение безопасности мероприятия, деньги уйдут на погашение задолженностей, а вам достанется пара сотрудников с устаревшим специальным оборудованием. Не верьте на слово. Проверяйте профессиональный опыт специалистов. Запросите справку, на каких проектах работала компания, профиль проведенных мероприятий. Уточните статус, в котором предприятие и сотрудники в них участвовали. Многие указывают в портфолио крупные мероприятия, но есть вероятность, что на самом деле это была подработка по охране парковки.

Уточните, какие именно задачи выполняла компания. После прояснения предыдущих моментов попросите показать вам документы, которые они разрабатывали: планы, схемы, расстановка личного состава по зонам ответственности, табель постов, оперативный журнал и прочее. Сравните подходы различных компаний, в том числе из разного ценового диапазона, и сделайте выводы. Также полезно уточнить, в какой одежде, форме планируется обеспечивать безопасность мероприятия. Запросите фото с предыдущих проектов.

Сегодня на рынке немного охранных организаций, специализирующихся на обеспечении безопасности культурно-массовых мероприятиях. Мы

часто сталкивались с ситуацией, когда крутые охранники бизнес-центров просто не понимали, что нужно делать на мероприятиях, потому что функционал и задачи по безопасности здесь отличаются от тех, с которыми они сталкивались ранее. Поэтому рекомендуем работать с компаниями, специализирующимися на безопасности культурно-массовых мероприятий. Тут есть своя специфика задач и услуг.

Наличие собственной технической базы также будет являться значительным преимуществом. Сотрудники точно будут знать, что делать со специальным оборудованием, как его правильно использовать, чтобы получить максимальный результат.

Для организации безопасного и качественного мероприятия соблюдение требований нормативных документов является обязательным, но зачастую не достаточным условием. Большой пласт задач, например, организация аккредитации или логистики потоков, на данный момент не регламентирован на уровне законодательства. Обращение к опыту коллег, консультации с местными органами самоуправления и силовыми ведомствами и привлечение в команду профильных специалистов помогут предусмотреть наибольшее количество рисков и провести мероприятие на высоком уровне.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ СОБЫТИЙ

Подготовьте грамотное техническое задание для службы безопасности, в котором максимально подробно опишите задачи.

1. Рассчитайте возможные риски на территории мероприятия и прилегающей территории.
2. Подготовьте комплект документов для исполнительных органов государственной власти с учетом особенностей мероприятия. Например, если его планируется провести на воде или у водоема, потребуется согласование Государственной инспекции по маломерным судам, МЧС, при-

влечение поисково-спасательных служб.

3. Определите и закрепите зоны ответственности за конкретными людьми. Работайте с профессионалами. За чужие ошибки расплачиваться придется вам. Проведите предварительную дефектацию объекта, территории мероприятия с фотовидеофиксацией особенностей, повреждений, нарушений до и после мероприятия. Составьте акт осмотра и фиксации в составе комиссии «Организатор – Представитель площадки – Служба безопасности». Это станет вашей страховкой от возможных претензий по необоснованному ущербу после мероприятия.
4. Обеспечьте себе надежную систему связи с ключевыми службами, например, специально выделенную радиосвязь. Это позволит избежать появления в эфире посторонних или потери связи при перегрузке сотовой сети.
5. При планировании технической застройки учтите все требования МЧС – пути эвакуации, дополнительные средства пожаротушения и прочее. Возможно, это увеличит бюджет, но позволит избежать закрытия мероприятия и снизит риски возникновения нестандартных ситуаций.
6. Соберите весь комплект договоров, сертификатов, расчетно-технических паспортов на временные конструкции и храните эту папку на площадке. Выделите отдельного человека, ответственного за комплект документов и не задействованного в ключевых элементах мероприятия. В случае проверки это позволит вам не прекращать подготовку и проведение мероприятия и сэкономит вам время.
7. Выделите отдельного человека, который совместно со службой безопасности будет принимать решения в спорных, конфликтных, критических ситуациях. Это должен быть профессионал, имеющий полномочия принимать непростые решения, вплоть до приостановки или полного прекращения мероприятия.

8. Помните, что мероприятие не заканчивается с последними аккордами. На демонстраже происходит больше нештатных ситуаций и увеличивается количество травм, а финальная некачественная уборка помещений может существенно подпортить вам имидж и привести к штрафным санкциям.
9. Мероприятие считается завершенным, когда подготовлены все отчеты, оформлены закрывающие документы и произведены финансовые выплаты. Всегда уточняйте, не было ли обращений в полицию с вашего мероприятия, а если были, ответственный по безопасности должен продолжить работу и решить проблему.
10. Грамотно оформляйте и проверяйте все документы и отслеживайте подписи должным образом – это вопрос вашей юридической защищенности. Помните о временном факторе. Многие согласования имеют свои сроки подачи заявок и документов. Вы можете не успеть все оформить, если вспомните о чем-то в последний

момент, так как документы иногда приходится дополнять и переделывать.

ВАЖНЫЕ ПРАВИЛА

Организовывая массовое мероприятие, в первую очередь необходимо изучить нормативно-правовую базу. Такая деятельность регулируется как на федеральном уровне, так и на уровне местного самоуправления, в связи с чем требования к организации в разных регионах могут отличаться. В зависимости от формы планируемого мероприятия, требования и порядок его организации устанавливаются разными документами.

Например, проводя мероприятие в Санкт-Петербурге, следует удостовериться, не нарушаете ли вы Закон Санкт-Петербурга «Об административных правонарушениях в Санкт-Петербурге». Планируя застройку, следует учитывать требования постановления Правительства РФ от 16.09.2020 № 1479 «Об утверждении Правил противопожарного

режима в Российской Федерации», формируя культурную программу и информационную повестку, обратите внимание на Федеральный закон от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и рассмотрите необходимость заключения договора с Российским авторским сообществом. Убедитесь, что подобранные подрядчики соответствуют порученным работам (безопасность, пиротехника, медицинская помощь и пр.) согласно Федеральному закону от 04.05.2011 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности».

Если вы проводите мероприятия в других субъектах Российской Федерации, обратите внимание, что в 2023 году в некоторых регионах действуют особые режимы безопасности. Это не вносит изменения в порядок организации культурных и спортивных массовых мероприятий, однако по решению властей могут быть введены ограничения или полный запрет на их проведение. ■

ТРЕБОВАНИЯ К БЕЗОПАСНОСТИ МЕСТ ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ

Места для массовых мероприятий. Как правило, это стационарные объекты: стадионы, концертные залы, театры и прочее. Требования к организации их безопасности установлены Федеральным законом «О противодействии терроризму» от 06.03.2006 № 35-ФЗ, постановлением Правительства РФ от 11.02.2017 № 176 «Об утверждении требований к антитеррористической защищенности объектов (территорий) в сфере культуры и формы паспорта безопасности этих объектов (территорий)», постановлением Правительства РФ от 25.03.2015 № 272 «Об утверждении требований к антитеррористической защищенности мест массового пребывания людей и объектов (территорий), подлежащих обязательной охране полицией, и форм паспортов безопасности таких мест и объектов (территорий)» и поста-

новлением Правительства РФ от 6 марта 2015 г. № 202 «Об утверждении требований к антитеррористической защищенности объектов спорта и формы паспорта безопасности объектов спорта». Наличие паспорта безопасности объекта является обязательным условием для проведения мероприятия вне зависимости от его формы, обязанность по его разработке лежит на собственнике. Для проведения спортивного мероприятия требуется план безопасности, разработать и согласовать который должен организатор или собственник. Местное законодательство может обязывать собственника или организатора уведомлять исполнительные органы власти о мероприятии.

Места, расположенные на территории или вблизи объектов культурного наследия. В таком

случае действует Федеральный закон от 25.06.2002 № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации».

Места, не предназначенные, временно используемые для проведения мероприятия. К этой категории относятся городские площади, участки улично-дорожной сети, парки. На федеральном уровне закреплена обязанность организатора спортивно-массового мероприятия разработать план безопасности мероприятия, однако для культурно-массовых событий общих требований нет. Следует обратить внимание на распоряжения местных органов самоуправления и приказы глав регионов.



КАК СТАТЬ ЗВЕЗДОЙ. ТЕАТРАЛЬНЫЕ ЭКЗЕРСИСЫ ДЛЯ СПИКЕРОВ

АВТОРЫ:

Кристоф Брейк,
профессор, преподаватель курса
«Медиатехнологии и менеджмент»
Университета прикладных наук для
малого и среднего бизнеса (ФНМ)
Ольга Зубикова,
координатор исследований цифрового
образования

ФОТО:

THENOVA

Главные действующие лица на деловом мероприятии – спикеры. У выступающих ответственные и сложные задачи: заинтересовать слушателей, правильно донести до них информацию и удержать внимание аудитории. У спикеров много общего с игрой актеров, поэтому для них полезны театральные практики. В немецком Университете прикладных наук для малого и среднего бизнеса (ФНМ) разработали специальный курс для тех, кто готовится к публичному выступлению.

ГОВОРИМ ПРАВИЛЬНО

Университет прикладных наук для малого и среднего бизнеса оказывает услуги по обучению специалистов местных и региональных

компаний. Чтобы сохранять тесные партнерские связи с немецкими предприятиями, менеджеры по обучению и наставники ФНМ непрерывно исследуют возможности профессионального развития.

Совместно с проектом THENOVA была разработана программа обучения ораторскому мастерству с использованием театральных практик. Она была подготовлена с учетом выводов, полученных после исследования, проведенного на основе результатов индивидуальных и групповых интервью с представителями 20 малых и средних предприятий.

Тренинг на основе театральных практик в рамках пилотной серии семинаров на базе университета ГНМ прошли 48 сотрудников немецких малых и средних предприятий из разных сфер деятельности, в том числе таких, как образовательные учреждения, поставщики промышленных услуг, производители кухонной мебели, поставщики электрооборудования, социальные предприятия. Среди участников были представители самых разных профессий, например, разработчики продукции, менеджеры в области финансов, информационно-коммуникационных технологий, а также штатные корпоративные тренеры. Длительность каждого курса подготовки составляла четыре часа, обучение проводилось в очном формате.

ПРЕОДОЛЕНИЕ СТРАХА СЦЕНЫ

Куда девать мои руки? Куда пропала моя главная мысль? Мой голос дрожит? Каждый, кому необходимо публично выступить и убедительно представить аудитории себя, идеи, проекты, компанию, наверняка испытывал неприятное чувство страха перед аудиторией.

Тренинг «Преодоление страха сцены» был разработан для предложения стратегий эффективных публичных выступлений. После занятий обучающиеся должны были научиться: определять и распознавать признаки страха сцены, понимать и применять стратегии его преодоления, в том числе успокаивать дыхание и голос, уверенно выступать и целенаправленно использовать жесты, мимику, визу-

альный контакт, положение тела и внешность, отрабатывать начало и окончание выступления и быть готовым к любой сложной ситуации. В структуру курса вошли следующие элементы:

- физические упражнения для самопознания;
- тренировки голоса и артикуляции;
- импровизация;
- критический разбор, предоставленные обратной связи и обсуждение;
- определение персональных выводов для обобщения и подтверждения.

ПОЛЕЗНЫЕ УРОКИ

Примеры упражнений, основанных на театральных практиках, которые обучающиеся выполняли на занятиях тренинга «Преодоление страха сцены».

Диафрагмальное дыхание. Упражнение тренирует осознанное дыхание и развивает умение дышать с напряжением диафрагмы. Оно позволяет успокоиться. Вместе с тренером участники выполняют процедуры осознанного вдыхания воздуха животом. Сначала они кладут руки на живот и наблюдают его подъем и опускание при вдыхании воздуха, ощущают, как их дыхание успокаивается. Каждый участник выполняет 4–8 циклов в своем темпе.

Зевок. Упражнение разогревает голос, расслабляет и успокаивает речевой аппарат, чтобы достичь состояния, благоприятного для выступления. Участники встают с мест и вслед за тренером громко и протяжно зевают, совершая все сопутствующие действия, например, потягивание, движения челюстью, вызывая звуки, издаваемые при зевании.

Бутерброд. Упражнение разогревает голос и играет роль своеобразного массажа для голоса. Участники представляют, будто прямо сейчас едят очень вкусный бутерброд. Рекомендуются активно жевать и издавать звуки, чтобы выразить удовольствие от еды.

П-Т-К. Упражнение предназначено для тренировки голоса и четкой артикуляции. Участники помещают руки в зону диафрагмы и четко и быстро произносят подряд звуки «П», «Т» и «К». При выполнении упражнения им нужно напрягать диафрагму и осознанно ощущать, как она работает.

Хлоп. Упражнение предназначено для тренировки четкой артикуляции с напряжением мышц тела и опорой на диафрагму. Участники встают с мест и представляют, будто держат в руке мяч. Им нужно поднять руку и бросать его, чтобы он отскакивал от пола. Так они должны напрячь диафрагму и говорить: «Хлоп». Далее участники могут бросать воображаемые мячи друг другу.

Печатная машинка. Упражнение предназначено для тренировки ответов на фразы предыдущего выступающего, а также помогает отойти от собственных идей и адаптировать их к тому, что уже сказано. Участники встают в круг и друг за другом говорят какое-нибудь слово или добавляют любое к предыдущему. Цель – совместно составить связное, осмысленное предложение. Участник, заканчивающий предложение, говорит: «Точка». Предложения составляются одно за другим без пауз.

РЕЗУЛЬТАТ ОБУЧЕНИЯ

По окончании курса тренер оценил выполнение упражнений и обучение в целом. В начале курса, несмотря на волнение и страх сцены, все участники без колебаний представлялись друг другу. Были усвоены и отработаны практические рекомендации по преодолению страха сцены. Также все участники сделали спонтанные выступления. Важно отметить, что любой тренинг только формирует стимулы. Участники могут по собственному усмотрению использовать их в своей ежедневной работе и постепенно преодолевать страх сцены. ■



ФЕСТИВАЛИ С ИСТОРИЧЕСКОЙ ТОЧНОСТЬЮ

АВТОР:

Сергей Мостовой,
председатель Владимирской
региональной общественной
организации патриотического
воспитания граждан
«Наследники Победы»

ФОТО:

архив автора

В начале июня во Владимирской области состоится третий межрегиональный фестиваль «Ковровский гарнизон». Город Ковров, который не имеет отношения к ткачеству, а назван так по княжеской фамилии землевладельца, богат традициями и историей. Здесь испокон веков занимались военным делом, крепили оборону страны. Ковров – город воинской славы, удостоенный этого звания за доблестный труд жителей и создание оружия Победы. Сегодня он стал популярным местом встреч историков, реконструкторов и туристов на интерактивных фестивалях.

НАСЛЕДНИКИ ПОБЕД

Город Ковров Владимирской области расположен между Москвой и Нижним Новгородом. Здесь размещена прославленная мотострелковая учебная дивизия. В городе жил и работал конструктор стрелкового оружия Василий Дегтярев – создатель ручных и станковых пулеметов, противотанкового ружья. В центре города Василию Дегтяреву установлен памятник, а его именем названы улица, Государственная технологическая академия, Энергомеханический колледж, Дворец культуры и одно из крупных промышленных предприятий региона. Сейчас на Заводе имени В. А. Дегтярева по-прежнему выпускают оружие и специальное оборудование. Военная специализация Коврова привлекла внимание любителей истории, которые решили проводить в городе фестивали исторической реконструкции. Первое мероприятие состоялось в 2017 году. Затем команда проекта организовала пять масштабных массовых мероприятий. Все фестивали получили восторженные отзывы участников и зрителей.

В 2021 году по инициативе общественной организации «Наследники Победы» при поддержке администрации города и Ковровской государственной технологической академии имени В. А. Дегтярева был проведен первый фестиваль «Ковров послевоенный». Он состоялся 5 июня 2021 года, а в сентябре темой мероприятия стали 1980-е. В январе 2022 года прошел фестиваль

«Ковров зимний», в июне – «Ковров. Сороковые», а в августе – «Ковровская деревня».

Особенность фестивалей заключается в том, что действие, разворачивающееся на глазах у зрителей, построено как спектакль или фильм в историческом районе города. Все интерактивные площадки и постановочные сцены с участием реконструкторов воссоздают события с исторической точностью. При этом после показа сюжетов зрители могут буквально переместиться во времени, принять участие в ма-

стер-классах, ознакомиться с техникой и предметами быта.

КОВРОВ ЗИМНИЙ

На площадке фестиваля «Ковров зимний» участники реконструкции воссоздали городской двор середины 1970-х со снежной горкой и самодельными хоккейными воротами. В центре зимнего парка у бюста Ленина прогуливались женщины с колясками и санками. Бойкий гость с юга продавал гвоздики из картонной коробки. За порядком



сидели наряд милиции и дружинники. Маленькие дети катались с горки, мальчишки постарше играли в хоккей. Голосистая женщина продавала горячие пирожки и леденцы на палочке. Дама в бигуди развешивала белье и одновременно воспитывала мужа, который выбивал ковер. Вокруг площадки ездили несколько модных автомобилей семидесятых. Гарнизонный патруль проверял документы у военнослужащих. В какой-то момент на площадке появился генерал, прибывший в Ковров с инспекцией. Тем временем восторженные поклонники ждали у Дворца культуры знаменитую артистку. Бравый прапорщик в сопровождении родственников встречал из родильного отделения молодую жену с новорожденным. На площадке фестиваля нашлось место и рыбаку, который бурил лед в поисках рыбного места, и группе лыжников, расположившейся у костра с ароматным чаем. По улицам курсировал городской автобус, в котором приезжали новые участники реконструкции. Из колонок звучали песни первой половины 1970-х, все присутствующие – и участники, и

зрители – с удовольствием пританцовывали под знаковые мотивы.

КОВРОВ. СОРОКОВЫЕ

Продолжительность фестиваля «Ковров. Сороковые» шесть часов. Участники реконструкции показали многочисленным гостям довоенный город Ковров, времен Великой Отечественной и события после Победы.

В начале улицы были полны народа. Мирный летний день. Хозяйки спешили на рынок, приценивались к товарам. Открыты двери в кабинет зубного врача: несмотря на неприятную процедуру, здесь всегда есть пациенты. На открытой площадке ресторана сновали официантки, обслуживая клиентов. Под звуки оркестра недалеко прогуливались пары. За всем происходящим внимательно наблюдали милиционеры. Работы им хватает. На рынке то и дело орудут карманники, постоянно внимания заслуживает и воровская «малина» мошенников всех мастей:

карточные шулеры, квартирные воры, скупщики краденного.

Прошел слух, что скоро по радио будут передавать какое-то важное сообщение. Но пока ничто не предвещало беды. И вдруг из громкоговорителя раздаётся: «Граждане и гражданки! Сегодня, в четыре часа утра без объявления войны...». Все застыли в молчании, вслушиваясь в слова. Вмиг поменялось все вокруг. Не видно светлых и нарядных платьев, не звучат смех и веселые разговоры. Первые добровольцы записались на фронт, погрузились в полуторку и уехали из города. На военное положение перешел завод, к испытанию приготовили противотанковые ружья. Для защиты города от налета вражеской авиации оборудовали зенитную точку. Повсюду ощущалось дыхание военного времени. Там, где еще недавно стояли школьные парты, развернулся военный госпиталь для раненых. В ресторане больше не звучала музыка – здесь выдавали продукты по карточкам. В ателье шили полушубки и рукавицы для фронта. Из репродуктора периодически



звучали сводки Совинформбюро о том, что Красная армия в трудных и кровопролитных боях освободила города и села. Наконец, прозвучало долгожданное сообщение о подписании капитуляции. «Победа!» – было слышно повсюду радостные голоса. Вернулись с фронта солдаты, их встретили друзья и родные. Мирная жизнь возродилась в Коврове.

КОВРОВСКАЯ ДЕРЕВНЯ

Продолжительность реконструкции пять часов. На берегу речки Нерехты у села Крутово перед зрителями представили картины деревенской жизни начала XX века. Участники изобразили события периода 1900-х, Первой мировой войны и 1917 года. Гости фестиваля увидели российскую деревню, какой она была сто лет назад. Крестьяне пасли коз, стригли овец в специально построенных загонах. Помещики и мещане города Коврова, проезжие кушцы, военнотружущие местного гарнизона тоже были заняты своими повседневными делами. На деревенской ярмарке шумно и весело: здесь торговцы предлагали товары, участники и гости катались на больших деревянных качелях. У реки Нерехта построили купальню и там было много желающих окунуться. В барской усадьбе гости могли посмотреть на обновки, попробовать любимые блюда хозяев дома.

МАШИНА ВРЕМЕНИ В ДЕЙСТВИИ

В июне 2023 года участники и гости фестиваля в Коврове, как на машине времени, на два дня перенесутся в город



1960–1970-х годов. На большой сцене выступают вокально-инструментальные ансамбли с репертуаром тех лет. Гости фестиваля смогут попробовать различные национальные блюда, сфотографироваться в костюмах 1970-х, посетить выставку оружия и военной техники гарнизона, приобрести сувениры.

Город Ковров вновь привлечет внимание любителей событийного туризма. Участниками фестиваля под открытым небом станут реконструкторы и коллекционеры Москвы, Владимира, Воронежа, Нижнего Новгорода, Иванова и Липецка. Гостиницы, рестораны и кафе Коврова готовятся принять путешественников. В дни проведения фестиваля, кроме основных мероприятий, участники и гости смогут посетить Ковровский историко-мемориальный музей, прогуляться по усадьбе рода Тане-

евых в Маринино, побывать в «Усадьбе двух генералов» Леванидовых-Юкичевых в Павловском, с пользой провести время в интерактивном музее сельского быта в Крутово, увидеть коллекцию мототехники Николая Тубаева.

Опыт проведения фестивалей, организованных Владимирской региональной общественной организации патриотического воспитания граждан «Наследники Победы», показал, что масштабные мероприятия с насыщенной программой привлекли в Ковров значительное количество туристов. В 2022 году события посетили 12 тысяч человек. У города появились новые источники дохода и стимулы для развития туризма и инфраструктуры. Поэтому в течение 2023 года в Коврове планируется провести четыре двухдневных фестиваля исторической реконструкции. ■

ФЕСТИВАЛИ В КОВРОВЕ В ЦИФРАХ

3

фестивалей исторической реконструкции

32

мероприятия прошли в рамках фестивалей

12 000

человек посетили события

4,7 млн рублей

поступили в бюджет города от проведения фестивалей

Источник: Общественная организации патриотического воспитания граждан «Наследники Победы», 2022 г.



ВЫСТАВОЧНЫЙ
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЦЕНТР
(ВНИЦ R&C)



ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОБ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ

ИССЛЕДОВАНИЯ | КОНСАЛТИНГ | СОБЫТИЯ | СМИ



КОНСАЛТИНГ И МАРКЕТИНГ

- Исследования и аналитика
- Региональный маркетинг
- Управление выставочно-конгрессными площадками



ОТРАСЛЕВЫЕ РЕСУРСЫ

- Информационные порталы
- Собственные СМИ
- Собственные мероприятия



КОНТЕНТ-ЦЕНТР

- Разработка маркетинговых концепций и медиастратегий
- Разработка программ мероприятий
- Разработка контента событий (концепции, содержание выступлений, презентаций)



ОБУЧЕНИЕ

- Подготовка спикеров и участников мероприятий
- Индивидуальное и групповое обучение специалистов ивент индустрии

РЕЙТИНГ СОБЫТИЙНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ^{®©}

ЧТО ОЦЕНИВАЕТСЯ:

Базируется на изучении шести групп показателей, оказывающих наиболее существенное влияние на развитие региональных рынков событийной индустрии:

- наличие специализированной инфраструктуры и материально-технической базы;
- наличие программы продвижения региона как туристической дестинации на внутреннем и внешнем рынках;
- наличие утвержденной политики развития конгрессно-выставочного потенциала региона;
- опыт привлечения и проведения значимых событий высокого уровня;
- туристическая привлекательность и транспортная доступность дестинации;
- состояние событийного туризма в регионе.



Ознакомиться с Рейтингом событийного потенциала регионов^{®©} России 2022



ДЛЯ ЧЕГО:

Рейтинги, подготовленные ВНИЦ R&C, являются инструментом оценки и ранжирования, который помогает представителям власти оценить рассматриваемую сферу деятельности и эффективней управлять своими ресурсами, мероприятиями или сегментами отрасли, получая таким образом увеличение инвестиционного потока в регион.

www.rnc-consult.ru



РЕГИОНЫ

ФОКУС

- 96** Событийный потенциал регионов России
- 100** Креативный потенциал регионов России
- 102** Внерейтинговый показатель устойчивого развития гостиничной инфраструктуры регионов России
- 104** Владимирская область. Уникальная земля с многовековой историей



СОБЫТИЙНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНОВ РОССИИ

ПО МАТЕРИАЛАМ



ВЫСТАВОЧНЫЙ
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЦЕНТР
(ВНИЦ R&C)

ФОТО:

Laures – Фотобанк Фотодженика

Мировые события 2022 года привели к перестройке направлений движения всех отраслей российской экономики и имеют долгосрочные последствия. Событийная индустрия, зеркально отражающая социально-экономические реалии, также столкнулась с необходимостью поиска путей и механизмов адаптации к новым условиям. Итоги 2022 года отрасли представлены в девятом ежегодном Рейтинге событийного потенциала регионов[®] России Выставочного научно-исследовательского центра (ВНИЦ) R&C.*

МЕТОДИКА РЕЙТИНГА

Основная цель составления Рейтинга событийного потенциала регионов[®] заключается в определении ключевых факторов, влияющих на развитие субъектов Российской Федерации как событийных дестинаций, оценке уровня их развития и степени интеграции в социально-экономическую сферу каждой территории.

В исходный пул Рейтинга включены 89 регионов России и города, которые являются их административными центрами. Данные по территориям, вошедшим в состав страны в 2022 году, пока не учитываются в текущем расчете, но собираются и обрабатываются. Информация по этим областям будет добавлена в исследование при подготовке следующего Рейтинга. Традиционно в тандемах, обусловленных общностью

социально-экономического развития, рассматриваются Москва и Московская область, Санкт-Петербург и Ленинградская область, Республика Крым и Севастополь. При этом результаты Москвы и Московской области, как регионов, обладающих большими ресурсными возможностями, не учитываются в итоговом распределении мест.

В 2022 году в дополнение к Рейтингу событийного потенциала регионов® России были рассчитаны внерейтинговые показатели: креативного потенциала и устойчивого развития конгресс-отелей. Данные двух дополнительных исследований характеризуют степень развития смежных отраслей, оказывающих косвенное влияние на событийную индустрию регионов, но не учитываются в основном Рейтинге.

ОДНА ПОЗИЦИЯ ДЛЯ ДВОИХ

Санкт-Петербург стабильно занимает в Рейтинге событийного потенциала регионов® первое место. Свердловская область и Республика Татарстан сравнялись по количеству баллов и вместе заняли вторую позицию. Свердловская область удержалась в лидерах за счет событийной инфраструктуры и активных действий региональных властей, направленных на разработку и реализацию стратегии развития отрасли и мер ее поддержки. Республика Татарстан улучшила свои результаты на одну позицию. Успех региона обусловлен активными мерами по удержанию и привлечению мероприятий, а также усилиями, направленными на продвижение региона как туристической дестинации на внутреннем и внешнем рынках.

На третье место поднялся Краснодарский край, набравший максимальные баллы за развитие инфраструктуры, увеличение количества конгресс-отелей и объема номерного фонда средств размещения, а также улучшивший транспортную доступность. Аэропорт в Сочи стал крупнейшим на юге России по количеству обслуживаемых международных маршрутов.

Калининградская область, занявшая четвертое место, возвратилась

в первую десятку. В 2021 году регион покидал топ-10, переместившись на 12-ю строчку Рейтинга. В 2022 году он впервые вошел в пятерку лидеров. Это произошло потому, что в Калининградской области принята новая программа продвижения региона на российском и международном рынках в рамках госпрограммы «Туризм», благодаря которой в 2022 году анклав принял участие в ряде крупных туристических выставок.

В 2022 году в топ-5 вошла Республика Башкортостан. Регион занял пятое место, так как следует новой политике в сфере событийной индустрии. В 2022 году была принята стратегия развития туризма в Республике Башкортостан на период до 2035 года. Регион получил максимальные баллы по многим показателям, в том числе за транспортную доступность, наличие конгресс-бюро, субвенций, членов профессиональных ассоциаций, призовые места Национальной премии Russian Event Awards и Всероссийского конкурса «Туристический сувенир».

Нижегородская область выбыла из пятерки лидеров, перешла на шестую строчку, потеряв две позиции. Приморский край второй год подряд удерживает седьмое место. Мурманская область заняла восьмую позицию. Она в числе лидеров по продвижению региона как дестинации: имеет три официальных бренда, продвигается на мероприятиях в России и за рубежом, в частности, была представлена на туристической выставке ЕМТТ в Турции. Девятое место в Рейтинге на протяжении последних четырех лет занимает Самарская область. Красноярский край потерял две позиции и замкнул топ-10. У региона есть успешный опыт проведения крупных международных событий, но слабая политика по продвижению территории.

ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ

В целом, несмотря на влияние стрессовых социально-экономических факторов, регионы, вошедшие в топ-20, сохранили положительную динамику развития. Двенадцать

субъектов Российской Федерации из двадцати одного улучшили результаты в сравнении с 2021 годом, еще пять сохранили свои места, и только четыре сместились на одну-две позиции вниз. Их перемещение было вызвано не столько ухудшением собственных показателей, сколько динамичным ростом более активных регионов. Все лидеры показали, что способны гибко управлять собственным потенциалом и адаптировать его к изменяющимся внешним факторам.

Результаты проведенного исследования позволяют утверждать, что по многим показателям отрасль смогла избежать отрицательной динамики. Рынок внутренних деловых мероприятий начал восстанавливаться, крупные федеральные и региональные события вернулись на площадки, транспортное сообщение в большинстве регионов восстановилось, и потоки внутренних туристов стали возвращаться к допандемийному уровню. Отраслевая инфраструктура сохранилась практически в полном объеме. Номерной фонд гостиниц, несмотря на уход международных операторов и заморозку ряда проектов, сократил темпы роста почти втрое от прогнозируемых показателей, но удержал положительные результаты. При этом существенно уменьшилось количество крупных международных мероприятий, проведение которых предполагалось в 2022-м и до 2024 года. Горизонт планирования событий также сократился практически вдвое: информация о них в период 2024–2026 годов в большинстве случаев требует дополнительного подтверждения. В 2022 году сформировался ключевой тренд отрасли – переориентация международных мероприятий на рынки дружественных стран и развитие внутреннего рынка. В этой связи очень важным становится фактор активности и вовлеченности администрации регионов в управление событийными процессами и трансформацией деловой активности. ■

Рейтинг событийного потенциала регионов® России – зарегистрированный товарный знак, принадлежащий Выставочному научно-исследовательскому центру (ВНИИ) R&C. Методика Рейтинга является объектом авторского права ВНИИ R&C.

РЕЙТИНГ СОБЫТИЙНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ® РОССИИ*

Регион	Место									
	2022	Динамика	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Санкт-Петербург	1		1	1	1	1	1	1	1	
Свердловская область	2		2	2	2	2	2	2	2	2
Республика Татарстан		▲	3	3	3	3	4	5	5	4
Краснодарский край	3	▲	5	7	7	5	7	4	4	3
Калининградская область	4	▲	12	6	6	11	8	16	20	
Республика Башкортостан	5	▲	6	5	5	6	6	8	11	7
Нижегородская область	6	▼	4	11	11	7	5	7	8	
Приморский край	7		7	10	10	18	10	6	6	
Мурманская область	8	▲	10	14	14	17	9	12	13	
Самарская область	9		9	9	9	8	16	18	18	12
Красноярский край	10	▼	8	8	8	10	21	17	15	
Пермский край	11	▲	17	35	35	37	18	19	16	8
Кемеровская область	12	▼	11	17	17	23	27	48	37	
Республика Крым	13	▲	18	34	34	26	49			
Иркутская область	14	▲	21	19	12	12	15	17	8	9
Владимирская область	15		15	20	20	25	30			
Тюменская область	16	▼	14	25	25	21	13	20	21	13
Новосибирская область	17	▲	34	24	13	14	14	9	-	7
Челябинская область	18	▲	26	12	15	20	10	12	-	
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	19	▲	24	30	29	28				
Новгородская область	20	▲	35	21	16	24	24	23		21
Архангельская область	21	▼	20	22	22	22	23			
Белгородская область	22	▲	38	32	24	35			8	15
Ростовская область	23	▼	13	15	15	9	15	11	7	5
Республика Карелия	24	▼	23	40	43	39				
Кировская область	25	▲	30	52	52	45	32	35		
Волгоградская область	26	▲	28	16	20	19		33		
Омская область	27	▼	19	26	26	27	32	20	26	
Алтайский край	28	▲	41	54	54	43	42	42		
Тверская область	29	▲	31	51	71	57			20	19
Республика Мордовия	30	▼	25	31	31	46				
Хабаровский край	31	▲	49	23	14	11				
Ставропольский край	32	▼	16	33	33	36	37			13
Ярославская область	33	▲	36	18	32	31	9	10	6	12
Воронежская область	34	▲	45	29	28	29	13	14	8	24
Камчатский край	35	▼	22	13	19	17				
Рязанская область	36	▲	47	37	38	47	27	25		18
Республика Дагестан	37	▲	48	48	61	76				
Забайкальский край	38	▼	32	39	35	36				
Тульская область	39	▼	29	41	40	40	31	39	18	23
Оренбургская область	40	▲	43	38	30	38	41	48	21	
Республика Бурятия	41	▲	52	43	33	25				
Калужская область	42	▲	67	42	53	48	35	41		21

Регион	Место									
	2022	Динамика	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Ульяновская область	43	▼	27	46	42	33	32	22		
Саратовская область	44	▼	33	27	34	22	44	47		
Республика Удмуртия	45	▼	42	45	58	34	40	28	-	
Республика Саха (Якутия)	46	▲	57	28	39	26				
Липецкая область	47	▲	50	67	56	58	36	29	16	
Орловская область	48	▼	40	57	46	74				
Томская область	49	▼	46	36	41	50	23	21		
Астраханская область	50	▲	55	44	45	44	26	27	13	19
Вологодская область	51	▼	37	53	51	65	25	30		
Пензенская область	52	▼	51	70	64	67	37	40		24
Республика Тыва	53	▲	62	62	50	60				
Республика Марий Эл	54	▲	73	60	62	61				
Амурская область	55	▲	65	55	70	41				
Сахалинская область	56	▲	63	72	60	42	47	38	19	26
Ивановская область	57	▲	68	56	57	66				
Республика Алтай	58	▼	54	58	74	68				
Тамбовская область	59	▲	60	68	63	73	38	36		
Республика Калмыкия	60	▲	69	66	69	80				
Псковская область	61		61	63	49	51				
Чувашская Республика	62	▼	44	65	58	71				
Республика Коми	63	▼	39	49	44	52	50	49		26
Курганская область	64	▼	59	73	72	56				
Костромская область	65	▼	56	61	65	59				
Чеченская Республика	66	▼	64	50	47	54	45	44		
Кабардино-Балкарская Республика	67	▲	74	64	48	70				
Ямало-Ненецкий автономный округ	68	▼	53	69	66	78				
Смоленская область	69	▼	66	75	67	69				
Республика Северная Осетия – Алания	70	▼	58	46	55	62				30
Республика Хакасия	71	▼	70	74	68	75				
Республика Адыгея	72	▼	71	59	76	72				
Курская область	73	▼	72	76	77	64				
Магаданская область	74	▲	77	71	73	55				
Брянская область	75	▲	78	80	77	77				26
Чукотский автономный округ	76	▲	79	77	79	81				
Ненецкий автономный округ	77	▼	75	82	82	63				
Республика Ингушетия	78	▲	81	81	80	82				
Еврейская автономная область	79	▲	80	79	75	53				
Карачаево-Черкесская Республика	80	▼	76	78	81	79				

*Рейтинг событийного потенциала регионов® России – зарегистрированный товарный знак, принадлежащий Выставочному научно-исследовательскому центру (ВНИЦ) R&C.

Методика Рейтинга является объектом авторского права ВНИЦ R&C.

Источник: ВНИЦ R&C

КРЕАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНОВ РОССИИ

ПО МАТЕРИАЛАМ

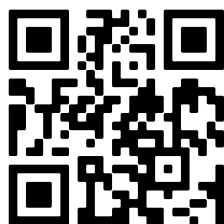


ВЫСТАВОЧНЫЙ
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЦЕНТР
(ВНИЦ R&C)

ФОТО:

sevcableport.ru

*Внерейтинговый показатель
креативного потенциала
регионов России*



Выставочный научно-исследовательский центр (ВНИЦ) R&C и Институт развития креативных индустрий факультета креативных индустрий НИУ ВШЭ составили Внерейтинговый показатель креативного потенциала регионов России.

В настоящем исследовании предложен собственный подход к определению и анализу основных факторов, влияющих на развитие креативных процессов, а также систему их оценки в контексте развития событийного потенциала регионов.

МЕТОДИКА ВНЕРЕЙТИНГОВОГО ПОКАЗАТЕЛЯ

Основная цель исследования заключается в определении ключевых факторов формирования креативной среды, оценке степени их влияния на уровень социально-экономического развития территорий и роли в становлении креативного потенциала регионов России.

В исходный пул для оценки включены 89 регионов России и города,

которые являются их административными центрами. Ввиду сложной геополитической ситуации в четырех регионах, вошедших в состав страны в 2022 году, их данные обрабатываются, но не участвуют в текущем расчете. Результаты этих областей будут добавлены в общий расчет, как только ситуация позволит проводить равноценное сравнение их показателей с показателями регионов России. Традиционно в тандемах, обусловленных общностью социально-экономического развития, рассматриваются Москва и Московская область,

Санкт-Петербург и Ленинградская область, Республика Крым и Севастополь. При этом результаты Москвы и Московской области, обладающих большими ресурсными возможностями, не учитываются в итоговом распределении мест.

В настоящем исследовании оценивается потенциал 81 региона по 14 ключевым показателям, объединенных в четыре тематических блока: «Инфраструктура креативных индустрий», «Политика региона в области креативных индустрий», «Опыт проведения профильных мероприятий» и «Туристическая привлекательность».

ТВОРЧЕСКИЕ РЕГИОНЫ РОССИИ

Результаты проведенного исследования позволили выделить регионы, обладающие устойчивым потенциалом развития креативных индустрий. В их числе Санкт-Петербург, Республика Татарстан, Нижегородская, Самарская и Свердловская области, Республика Крым, Свердловская область, Краснодарский край, Республика Саха (Якутия) и Башкирия. Вместе с Москвой и Московской областью они формируют основной объем вклада креативных индустрий в экономику России. В ряде

регионов, составляющих первую двадцатку Рейтинга, – Мурманской области, Приморском и Хабаровском крае, Ивановской, Томской, Ростовской, Новгородской и Тульской областях, Карачаево-Черкессии, Чувашии и Ханты-Мансийском автономном округе – есть предпосылки роста креативного потенциала. Для их развития необходимы меры административной поддержки и институционального регулирования, направленные на укрепление существующих центров притяжения творческих инициатив, креативных личностей, малого и среднего бизнеса, стимулирование экспорта товаров и услуг. Проведенное исследование показало, что регионы и города России крайне неравномерно включены в процесс развития креативных индустрий.

Лидером по креативному потенциалу стал Санкт-Петербург. Здесь развита инфраструктура креативных индустрий, принимаются меры административной поддержки. По показателям, оценивающим туристическую привлекательность и опыт проведения профильных мероприятий, Санкт-Петербург существенно превосходит достижения других российских регионов. Республика Татарстан, занявшая второе место, демонстрирует высокие результаты в сфере

креативного туризма. Нижегородская область обеспечила себе третье место за счет опыта проведения профильных мероприятий. Сложившимися центрами развития креативных индустрий показали себя Самарская область и Республика Крым, вошедшие в топ-5 за счет показателей, характеризующих уровень административной поддержки, туристическую привлекательность и опыт проведения профильных мероприятий.

Одним из лидеров по уровню развития инфраструктуры креативных индустрий является Свердловская область. Развитие креативных кластеров активно поддерживается администрацией региона, институтами развития и предпринимательским сообществом. В результате реновации и перезапуска промышленных объектов в области сформировано несколько креативных коллабораций, обладающих высоким экономическим потенциалом.

В числе лидеров следует отметить Краснодарский край, Республику Саха (Якутию) и Башкирию, занявших седьмое, восьмое и девятое места. Их можно назвать устойчивыми центрами формирования креативных индустрий, наиболее полно реализующих свой потенциал развития ■

ТОП-20 ВНЕРЕЙТИНГОВОГО ПОКАЗАТЕЛЯ КРЕАТИВНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ РОССИИ

Регион	Место	Регион	Место
Санкт-Петербург	1	Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	11
Республика Татарстан	2	Приморский край	12
Нижегородская область	3	Ивановская область	13
Самарская область	4	Томская область	14
Республика Крым и Севастополь	5	Карачаево-Черкесская Республика	15
Свердловская область	6	Хабаровский край	16
Краснодарский край	7	Чувашская Республика – Чувашия	17
Республика Саха (Якутия)	8	Новгородская область	18
Республика Башкортостан	9	Ростовская область	19
Мурманская область	10	Тульская область	20

Источник: ВНИЦ R&C

ВНЕРЕЙТИНГОВЫЙ ПОКАЗАТЕЛЬ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНОВ РОССИИ



ПО МАТЕРИАЛАМ



ВЫСТАВОЧНЫЙ
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЦЕНТР
(ВНИЦ R&C)

ФОТО:

[radissonhotels.com](https://www.radissonhotels.com)

На XII Евразийском Ивент Форуме (EFEA) был представлен Внерейтинговый показатель устойчивого развития гостиничной инфраструктуры регионов, подготовленный в рамках работы по формированию ежегодного Рейтинга событийного потенциала регионов[®] России. Показатель составлен на основе совместного исследования Научно-исследовательского института устойчивого развития в строительстве (НИИУРС) и Выставочного научно-исследовательского центра (ВНИЦ) R&C.*

МЕТОДИКА РАСЧЕТА

Устойчивое развитие – это комплекс мер, направленных на удовлетворение текущих потребностей человека при сохранении окружающей среды и ресурсов, без ущерба для будущих поколений. Распространение данных принципов затрагивает все сферы жизни общества, в том числе событийную отрасль и связанную с ней инфраструктуру.

Внерейтинговый показатель устойчивого развития гостиничной инфраструктуры регионов России сформирован на основе интегрального показателя, который представляет собой сумму баллов, полученных всеми оцениваемыми конгресс-отелями в субъекте Российской Федерации. В выборку включены отели всех российских регионов. Ввиду сложной геополитической ситуации в четырех регионах, вошедших в состав нашей страны в 2022 году, их данные обрабатываются, но не участвуют в текущем расчете. Результаты этих областей будут в него добавлены, как только ситуация позволит проводить равноценное сравнение их показателей с показателями остальных регионов. Данные Москвы учитываются при расчете показателя, но не участвуют в итоговом ранжировании как относящиеся к региону с наибольшим событийным потенциалом.

В основу методики оценки отелей легли критерии устойчивого разви-

тия стандарта GREEN ZOOM «Практические рекомендации по снижению энергоемкости и повышению экологичности объектов туристской индустрии». Данный стандарт был адаптирован к гостиничной инфраструктуре.

Для устойчивого развития большинство гостиниц в России реализуют программы, в которые включены такие решения, как наличие пешеходной доступности остановок общественного транспорта, не менее трех пространств, функциональных зон внутри помещений, такого же количества социально-бытовых сервисов или объектов, автомобильных парковок, индивидуального регулирования климатических систем в номерах, а также обеспечение комфортного пребывания посетителей в конференц-залах.

РЕЗУЛЬТАТЫ ВНЕРЕЙТИНГОВОГО ПОКАЗАТЕЛЯ

Первое место в рейтинге занимает Краснодарский край. Он стал лидером благодаря конгресс-отелям Сочи, Новороссийска, Геленджика. Гостиницы Radisson Blu Resort & Congress Centre и Radisson Collection Paradise Resort & Spa набрали по 24 балла из 32 максимально возможных. Второе и третье места занима-

ют Санкт-Петербург и Республика Татарстан – регионы с традиционно развитой событийной и туристической инфраструктурой. Четвертое место у Ставропольского края. На территории региона находится ряд конгресс-отелей, получивших максимальное количество баллов среди всех средств размещения. Эти объекты при ранжировании отелей получили первые места.

Итоговые оценки показали, что регионы предприняли ряд действий на пути устойчивого развития отрасли, но многое еще необходимо сделать. Надо постоянно совершенствоваться в достижении целей, внедрять новые технологии в управление инфраструктурой, ресурсосбережением, а также в обеспечении комфорта туристов. Таким образом, результаты оценки могут быть использованы для дальнейшего наращивания потенциала регионов в сфере устойчивого развития, представления своих особенностей более открыто потенциальным гостям. Методика оценки уровня устойчивого развития гостиничной инфраструктуры призвана стать основой для анализа и оценки их деятельности, совершенствования политики регионов в сфере событийной индустрии и устойчивого развития. ■

*Рейтинг событийного потенциала регионов® России – зарегистрированный товарный знак, принадлежащий Выставочному научно-исследовательскому центру (ВНИЦ) R&C. Методика Рейтинга является объектом авторского права ВНИЦ R&C.

ТОП-20 ВНЕРЕЙТИНГОВОГО ПОКАЗАТЕЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНОВ РОССИИ*

Регион	Место	Регион	Место
Краснодарский край	1	Ярославская область	11
Санкт-Петербург	2	Приморский край	12
Республика Татарстан	3	Новосибирская область	13
Ставропольский край	4	Челябинская область	14
Республика Крым	5	Иркутская область	15
Калининградская область	6	Волгоградская область	16
Свердловская область	7	Республика Башкортостан	17
Самарская область	8	Тюменская область	18
Ростовская область	9	Пермский край	19
Нижегородская область	10	Тверская область	20

* Москва как столичный регион, обладающий крупными ресурсными возможностями, имеет наибольший результат по внерейтинговому показателю устойчивого развития гостиничной инфраструктуры. Данные Москвы рассчитываются, но не учитываются в итоговом распределении мест.

Источник: ВНИЦ R&C



ВЛАДИМИРСКАЯ ОБЛАСТЬ. УНИКАЛЬНАЯ ЗЕМЛЯ С МНОГОВЕКОВОЙ ИСТОРИЕЙ



ПО МАТЕРИАЛАМ

Туристского информационного центра
Владимирской области



В 2024 году во Владимирской области отметят юбилей Суздаля. Древнему городу, сохранившему до наших дней неповторимый образ, исполнится 1000 лет. По этому случаю в регионе облагораживают инфраструктуру, разрабатывают новые туристические программы и планируют проведение различных мероприятий. Владимирская земля с тысячелетней историей готова принять путешественников и участников деловых событий. Регион привлекает гостей своей богатой историей, культурными памятниками и манит русской природой.



ВСЕМИРНОЕ НАСЛЕДИЕ

От Москвы и Нижнего Новгорода до Владимира рукой подать: в главный город области можно за полтора часа добраться. Авиасообщения, к сожалению, с этим регионом нет, поэтому путешественникам рекомендуют воспользоваться услугами железной дороги, автобуса или автомобилем. Из Москвы до Владимира удобно доехать на регулярной электричке «Ласточка», время в пути составит не более двух часов.

Почти 60 лет назад регион стал одним из самых посещаемых туристических мест страны. Журналист газеты «Советская культура», приехав по заданию редакции во Владимир и Суздаль, придумал маршрут по городам центральной России – Золотое кольцо. С тех пор Владимирская область –

один из главных туристических регионов. На территории расположены многочисленные памятники российской истории, религии и культуры. Восемь архитектурных объектов области внесены в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Кроме знаменитых Золотых ворот, Успенского и Дмитриевского соборов, в регионе можно увидеть княжескую резиденцию в Боголюбово, церковь Покрова на Нерли, музейный комплекс «Кремль» с Богородице-Рождественским собором, Спасо-Евфимиев монастырь в Суздале и церковь Бориса и Глеба в Кидекше.

Также Владимирская земля славится своей природой: лесами, полями, реками и чистым воздухом. В Гусь-Хрустальном районе расположен крупнейший природоохранный объект, национальный парк Мещера – популярное место для любителей охоты и

рыбалки, походов на байдарках, лыжах, велосипедных и пеших прогулок. Популярен активный отдых на реках северо-запада области: Киржаче, Пекше и Колокше, а также на озерах парка «Кшчара». На различных судах можно отправиться в путешествие по Оке и Клязьме.

Гурманов во Владимирской области угостят блюдами из дичи и местными напитками. Медовуха из Суздаля – один из символов региона. Ее можно отведать во многих ресторанах и кафе, приобрести в магазинах. Традиционный русский напиток в Суздале готовят по особым рецептам, добавляя хрен, мяту или лимон. А местные парфюмеры создали аромат города с запахом медовухи, свежих огурцов и ноток сена. В Муроме туристам настоятельно рекомендуют попробовать легендарный калач.

НОВЫЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ

По данным платформы «МТС Аналитика», в 2022 году Владимирскую область посетили 1,7 млн человек. Количество туристов в регионе растет. По сравнению с показателями предыдущего года число гостей области увеличилось на 100 тысяч человек. Основными факторами роста туристического потока эксперты считают ограничения выезда за границу, развитие внутреннего туризма и интерес к истории России, белокаменному зодчеству, традициям.

Сегодня во Владимирской области путешественникам предлагаются различные туристические маршруты. Например, в регионе можно проехать по маршруту «Былинный путь». Проект насыщен различными активностями, чтобы вовлечь туристов в историю и культуру городов Муром и Гороховец. «Былинный путь» основан на одном из элементов культурного кода России – сказаниях о богатыре Илье Муромце. Проект получил статус национального туристического маршрута. Гости региона не только знакомятся с историей городов, посещают достопримечательности и местные музеи, но и могут продегустировать адаптированные блюда древнерусской кухни, принять участие в мастер-классе по изготовлению муромских калачей. В перспективе маршрут должен стать «Былинным поясом», в который будут дополнительно включены города Владимир, Гусь-Хрустальный и Мстера.

В регионе активно развиваются новые направления индустрии путешествий: детский, образовательный и промышленный туризм. Во Владимирской области работают 1068 крупных и средних предприятий, которые потенциально интересны для посещения. Например, на Гусевском хрустальном заводе имени Акима Мальцова ежедневно, кроме выходных, проводятся организованные экскурсии. На предприятии гости могут посетить образцовую кладовую, где представлены работы художников разных поколений.

В настоящее время ситуация в туристической отрасли изменилась. На смену массовому групповому туризму

пришел индивидуальный, семейный, в том числе инклюзивный. Эти направления также активно развиваются в Владимирской области, что способствует росту турпотока.

В 2024 году в регионе ожидается значительное увеличение числа путешественников и гостей, так как Суздаль объявлен Новогодней столицей России и отметит свой тысячелетний юбилей.

НАВСТРЕЧУ ТЫСЯЧЕЛЕТИЮ

Суздаль – уникальное место для туристов, интересующихся историей и древней архитектурой. Это один из православных паломнических центров. Здесь расположены Александровский, Покровский, Васильевский, Ризоположенский монастыри, переданные Русской православной церкви. Суздаль – город-музей под открытым небом, что привлекает туристов как из всех уголков России, так и из разных стран.

Сегодня регион готовится к празднованию 1000-летия Суздаля. Правительством Владимирской области, администрациями Суздаля и Суздальского района совместно с федеральными органами власти ведется поэтапная работа по выполнению дорожной карты, поставленных поручений организационного комитета и Правительства Российской Федерации. Тысячелетие Суздаля будет отмечаться в стране в течение года.

В городе ремонтируются дорожные и уличные сети, обустраиваются парковки, организуется благоустройство его исторической части, ведется реконструкция объектов жилищно-коммунального хозяйства, строится школа, реставрируются объекты культурного наследия.

Для удобства туристов 10 февраля 2023 года была запущена программа мультимодальных перевозок до города Суздаля, в рамках которой действует система единого билета «поезд + автобус». Расписание транспорта составляется с максимально удобной стыковкой между рейсами – сокращением времени, расстояния и количества пересадок.

ГОРОДА ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ, ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ ДЛЯ ТУРИЗМА И МЕРОПРИЯТИЙ

АЛЕКСАНДРОВ расположен на северо-западе Владимирской области. Александровская слобода была резиденцией царя Ивана Грозного и в течение семнадцати лет выполняла функции столицы государства. Здесь находится уникальный музей Ивана Грозного.

ВЛАДИМИР – главный город области, богатый архитектурными памятниками, включенными в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО, а также необычными музеями.

ГОРОХОВЕЦ – крупный торговый центр XVI века. В городе сохранились уникальные памятники гражданской архитектуры.

ГУСЬ-ХРУСТАЛЬНЫЙ прославился благодаря своим стекловым мануфактурам. Здесь можно увидеть, как изготавливается знаменитый хрусталь, а также посетить национальный парк «Мещера».

КИРЖАЧ – небольшой город, где находятся Музей меди и латуни «Дом аргунов», деревянный пешеходный Типографский мост – самый длинный в России, Музей ледниковых камней.

МУРОМ – один из древнейших городов России, основанный в 862 году. Знаменит своим былинами, калачами и красивым мостом через реку Оку.

СУЗДАЛЬ был основан в 1024 году и являлся одним из центров духовной жизни Руси. Сегодня это город-музей под открытым небом, который сохранился в первозданном виде.

ПУТЕШЕСТВЕННИКИ В ЦЕНТРЕ ВНИМАНИЯ

В 2018 году по инициативе администрации региона был создан Туристский информационный центр Владимирской области. В его задачи входит развитие и популяризация внутреннего и въездного туризма. Он расположен в исторической части Владимира в здании торговых рядов и непосредственной близости от основных достопримечательностей столицы региона. Обратившись в Туристский информационный центр, можно получить всю необходимую информацию о городах области, поезде к туристическим объектам, расположении различных заведений и мест, рекомендованных к посещению. Желающие могут получить бесплатные карты, схемы, путеводители и другую информационную полиграфическую продукцию, а также заказать индивидуальные экскурсии.

В 2022 году в Туристском информационном центре была открыта площадка с VR-зоной. Теперь у посетителей есть возможность бесплатно посмотреть ролики о городах Владимирской области в формате 3D. Также офис оснащен интерактивной картой, информационными терминалами, цифровыми панелями и экраном, на котором демонстрируются видеоролики о туристическом потенциале региона.

Туристский информационный центр проводит различные бесплатные мероприятия. В частности, в 2022 году реализовано два социальных проекта: фестиваль для детей «Сильные духом» и акция для семей мобилизованных граждан «Покровская сказка».

На площадке Туристского информационного центра состоялись «Дни малых городов Владимирской области». В рамках мероприятия прошли разнообразные мастер-классы. Представители городов региона продемонстрировали туристический потенциал территорий, предложили гостям гастрономическую и сувенирную продукцию. В 2023 году «Дни малых городов Владимирской области» пройдут во второй раз.

В 2022 году Туристский информационный центр Владимирской области орга-

низовал более 40 мероприятий в сфере туризма. Для туроператоров Санкт-Петербурга, Московской, Тульской, Владимирской, Нижегородской областей были организованы информационные туры для знакомства с новыми объектами, мероприятиями и маршрутами региона. Совместно с Владимиро-Суздальским музеем-заповедником организовано обучение 14 частных гидов для получения профессионального образования в сфере туризма по направлению «Экскурсоведение».

Представители Туристского информационного центра Владимирской области, компаний и организаций региона ежегодно принимают участие в международных отраслевых выставках «Интурмаркет», «Отдых», МГТТ и Российском туристическом форуме «Путешествуй!». В экспозициях проводятся презентации туристического и событийного потенциала области. Участие в таких мероприятиях способствует обмену деловыми контактами и опытом с профессионалами туристической индустрии, увеличению туристических поездок в регион.

В ПОМОЩЬ ТУРИЗМУ И СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ

В 2021 году администрацией Владимирской области была принята программа «Развитие туризма во Владимирской области» на 2021–2025 годы. В 2022 году в рамках ее реализации поддержано три проекта по созданию модульных некапитальных средств размещения – кемпингов и автокемпингов. Общий объем инвестиций составил более 59 млн рублей, в том числе областной грант на сумму 25,65 млн рублей.

Для привлечения внимания к богатому культурному наследию и сохранению традиций края, развития мест традиционного бытования народных художественных промыслов, повышения туристической привлекательности с 2019 года на постоянной основе проводится межрегиональное праздничное мероприятие «День ремесленника». В программу события входят выставка-ярмарка предприятий народных

художественных промыслов и ремесленников, мастер-классы, концерты. В рамках деловой программы обсуждаются актуальные вопросы отрасли, определяются задачи и дальнейшие пути развития.

В 2021 году 19 предприятиям народных художественных промыслов оказана региональная поддержка по участию в федеральных выставках в Москве на сумму 2,1 млн рублей. В 2022 году 14 компаний получили на эти цели 1,71 млн рублей.

Развитие туристической отрасли – одна из точек роста экономики Владимирской области. Как отмечают эксперты, сейчас необходимо совершенствование законодательства, мер поддержки в данной сфере. В регионе есть предложения по организации новых туристических маршрутов, совершенствованию законодательства, аккредитации, сертификации, подготовке кадров. В области принято решение о развитии сети кемпингов, идею планируется реализовать в ближайшее время.

В 2023 году в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» Владимирской области будет предоставлена субсидия из федерального бюджета в размере 485,7 млн рублей на софинансирование расходных обязательств, связанных с поощрением муниципальных образований для господдержки региональных программ по проектированию туристского кода центра городов – на реализацию проектов в Суздале и Муроме.

ДЕЛОВОЙ ПОДХОД

Места для проведения конгрессов и выставок в регионе сосредоточены во Владимире и Суздале. Мероприятия различных форматов можно провести в регионе на таких площадках, как «Экспоцентр Торгово-промышленной палаты Владимирской области», «Суздаль-Арена», Музейный центр «Палаты», Туристский информационный центр Владимирской области, Центр пропаганды изобразительного искусства, Культурно-выставочный центр Государственного Владимиро-Суз-



дальского музея-заповедника, а также туркомплекс «Доброград» в Ковровском районе. Во Владимире и Суздале участники деловых мероприятий готовы принять отели и гостиничные комплексы: «Николаевский посад», «Суздаль», «Пушкарская слобода», «Горячие ключи», «Владимир», «Вознесенская слобода», «АМАКС Золотое кольцо», «Орион», «Князь Владимир», «Русская деревня», «Жемчужина Золотого кольца», «Вознесенская слобода», «Велес» и другие. Сегодня на территории Владимирской области продолжается строительство отелей и других средств размещения. Особое внимание уделяется развитию комплексов для активного туризма – глэмпингов, в частности, в Судогодском, Суздальском, Камешковском районах. Такие комфортные гостиницы на природе также могут принимать участников и гостей деловых мероприятий, различных событий и спортивных соревнований.

В декабре в регионе ежегодно проводится Владимирский инвестиционный конгресс. Это деловое событие определяет ключевые точки развития экономики региона и способствует взаимодействию участников рынка. В 2022 году Туристский информационный центр Владимирской области совместно с Владимиро-Суздальским музеем-заповедником представил площадку «Гостиная-библиотека», на которой участники конгресса могли познакомиться с достопримечательностями области, узнать полезную информацию о районах региона с помощью специального видеоролика и VR-очков.

ФЕСТИВАЛИ И ПРАЗДНИКИ

В районах Владимирской области проходят знаковые тематические мероприятия, например, «Праздник леса» в Судогде, «Звук металла» в Кольчугино, «Ефросиньевская ярмарка» в Суздале.

В 2023 году во Владимирской области состоится финал IX Всероссийского фестиваля-конкурса «Диво России – Золотой бренд». Также в Гороховце пройдет традиционный фестиваль «Макушка лета», который ежегодно организуется на берегу Клязьмы. В Муроме состоится ежегодное мероприятие «День семьи, любви и верности». В Суздале пройдет «Фестиваль уличных театров» и «Праздник огурца», а в Вязниках – «Фатьяновский праздник поэзии и песни».

Инфраструктура региона позволяет проводить туристско-спортивные мероприятия различных уровней как местные, так и всероссийские, международные соревнования. Ежегодно в области проходит гонка «Лыжня России». В июле 2023 года в Суздале состоятся международные забеги RZD Golden Ring Ultra Trail 100, в которых примут участие более 5100 спортсменов из разных стран мира. □

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



ВЫСТАВОЧНЫЙ
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЦЕНТР
(ВНИЦ R&C)



EVENT-LIVE. RU

ИДЕЯ

112 Рынок шоу и технологий:
тренды года

114 Фонд вам в помощь: гранты и
субсидии для мероприятий

РЫНОК ШОУ И ТЕХНОЛОГИЙ: ТРЕНДЫ ГОДА

ПО МАТЕРИАЛАМ

Event LIVE

ДЕЛОВОЙ ПОРТАЛ ДЛЯ
ПРОФЕССИОНАЛОВ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ



ФОТО:

darknula – Фотобанк Фотодженика

Новые реалии российского шоу-бизнеса таковы, что большой концерт – это уже праздник. Публика рвется на событие, мгновенно раскупает билеты, а значит то, что делают игроки рынка, важно и нужно. Об этом рассказали участники специальной сессии XII Евразийского Ивент Форума (EFEA) – ведущие эксперты индустрии, продюсеры и режиссеры. По их мнению, рынок шоу и технологий в настоящее время трансформируется. Партнером сессии выступил лекторий Event-SREDA.

ИСТОЩЕНИЕ КОЛОДЫ ИГРОКОВ

Внешняя неблагоприятная ситуация не только сократила количество мероприятий и участников рынка, но и обозначила новые векторы развития. Это, пожалуй, главная

тенденция 2023 года. По словам основателя компании Music Media Dome Дмитрия Янковенко, сейчас наблюдается кризис в сфере букинга артистов. Во-первых, нет зарубежных звезд, появился список нежелательных исполнителей, горизонт планирования стал минимальным.

Во-вторых, повысилась востребованность артистов среднего эшелона, контент в дефиците, а конкуренция среди промоутеров значительно выросла. «Сейчас 70% артистов, которые собирали большие площадки, на территории России по разным причинам не выступают, – рассказал эксперт. – Большой концерт – уже праздник. Гости приходят на мероприятие просто потому, что оно есть. Без разницы, кто выступит. Важно, что есть тусовка, и что во время любого хорошо организованного события можно получить положительные эмоции».

МИГРАЦИЯ КАДРОВ И МЕРОПРИЯТИЙ

Этот популярный тренд отметил российский промоутер Юрий Милославский. Сегодня он занимается концертами российских звезд за рубежом. С его подачи выступления Басты, группы «Би-2», Федюка проходят в Пхукете и на Бали. «В Таиланде мы работаем с 2016 года. Сначала делали вечеринки, потом решили проводить полноценные концерты. В 2020 году на пляже организовали выступление группы «Мумий Троль». Тогда я понял, насколько необычными могут быть концерты за границей для соотечественников, – поделился опытом Юрий Милославский. – Атмосфера на таких мероприятиях не может быть плохой, ведь люди приехали отдохнуть».

Сейчас концерты отечественных звезд проводятся в Дубае, развивается новое направление – Бали. По словам промоутера, тренд на проведение мероприятий за границей сохранится.

ДОЛГОВРЕМЕННЫЕ ЦИКЛИЧНЫЕ ПРОГРАММЫ

Режиссер-постановщик и сценограф Виктор Крамер рассказал о долгосрочных и циклических программах как факторе борьбы с финансовой нестабильностью. По его словам, в настоящее время происходит пере-

стройка мышления: одноразовые проекты сменяют долгоиграющие. В центре трансформаций находится человек, который придумывает фантастические идеи и становится креатором. Менеджер эволюционирует в продюсера, переходит от функций «купи-продай» к созданию продукта.

Виктор Крамер уверен, что нужны не только мощные яркие события, но и регулярные программы: «Мы проводили фестиваль «Петровские ассамблеи» в «Газпром Арене»: декорации, свет, 1200 танцоров и порядка 60 тысяч зрителей. Но такие мероприятия есть не всегда, – отметил он. – Чтобы мы продолжали существовать, важно создавать стабильные регулярные воспроизводимые программы. Например, это могут быть шоу, которые живут в рамках одной площадки, или трансформируются в гастрольные туры».

ИНВЕСТИЦИИ В ШОУ

Финансовые вложения в программы, по словам Виктора Крамера, также являются трендом для развития регионов и событийного туризма. Например, для большого городского события создаются специальные объекты, готовятся команды – всю эту огромную материальную базу можно использовать в дальнейшем с выгодой для региона и организаторов. «Шоу-бизнес – продюсерские центры, прокатные компании не получают никакой финансовой помощи от государства, – дополнил директор компании StagePro и руководитель лектория Event-SREDA Александр Корчагин. – Игроки создают рынок сами. Хотелось бы, чтобы госструктуры относились к нам более внимательно, прислушались к рациональным предложениям и идеям по созданию долгосрочных шоу, циклических программ».

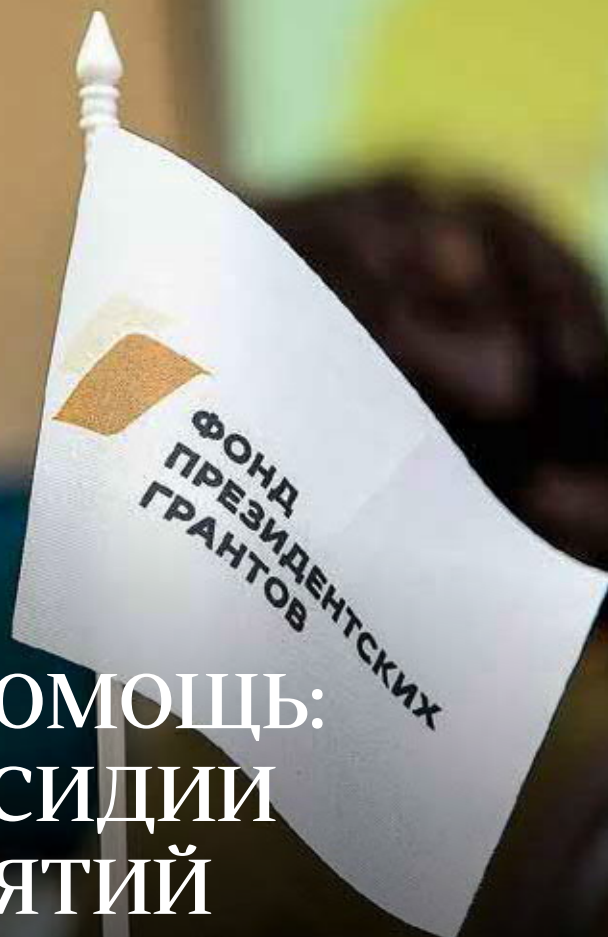
АКТУАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ

Технический директор групп «Ленинград», «Кино», «Алиса» Александр Айдакин рассказал, что по

своему опыту работы видит явный тренд на снижение зависимости от подрядчиков, повышение качества шоу за счет собственных возможностей. «Сегодня парк оборудования формировать сложно: западные производители ушли, а новые отечественные еще не появились, – пояснил эксперт. – Мы давно предлагали производителям начать делать что-то свое. Но они активизируются только сейчас, многие компании хотят попасть в различные госпрограммы. Все кому не лень начали делать колонки. Понятно, что качество такого продукта оставляет желать лучшего. Есть, конечно, уважаемые производители, такие как красноярский «Протон», но там заказы расписаны на два года вперед».

Участники сессии отметили появление технических решений для мероприятий новых форматов. Так, по словам Дмитрия Янковенко, на площадке Music Media Dome хорошо зарекомендовали себя гибридные шоу-программы с использованием zoom-трибун для просмотра события онлайн. Например, на такой концерт Полины Гагариной было продано 24 000 билетов.

Среди других тенденций нового времени на сессии упоминались: переориентация спортивных событий на внутренний рынок, выполнение промоутерами продюсерских функций – не только букинг артистов, но и их продвижение в медиаполе, выращивание новых звезд. Подводя итоги, Александр Корчагин отметил, что суть трендов в том, что не существует таблетки успеха и ставки на черное или красное. С учетом сложившейся внешней ситуации каждый игрок отрасли находит для себя свой путь и решение. При этом общие качества для всех, кто успешен и продолжает плыть в лодке шоу-бизнеса сегодня – это насмотренность, предприимчивость, профессионализм и творчество. Эти качества необходимы для того, чтобы удержаться на плаву и достичь поставленных целей. ■



ФОНД ВАМ В ПОМОЩЬ: ГРАНТЫ И СУБСИДИИ ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ

ПО МАТЕРИАЛАМ

Event LIVE

ДЕЛОВОЙ ПОРТАЛ ДЛЯ
ПРОФЕССИОНАЛОВ ИВЕНТ-ИНДУСТРИИ



Поиск источников финансирования проектов как никогда актуален для организаторов мероприятий. Все большей популярностью пользуются гранты и субсидии государственных и частных фондов. Портал Event LIVE подготовил подборку крупных грантодателей в России, которая поможет разобраться в многообразии предложений поддержки.

КРУПНЫЕ ГОСОПЕРАТОРЫ

Гранты и субсидии в России предоставляют различные фонды и организации. Их можно разделить на две группы: государственные и частные. Первые в настоящее время пользуются особой популярностью среди соискателей, так как в условиях экономического кризиса власти увеличили финансовую поддержку бизнеса и некоммерческих организаций (НКО).

Среди государственных грантодателей самыми крупными и известными являются Фонд президентских грантов (ФПК) и Президентский фонд культурных инициатив (ПФКИ). Участвовать в их конкурсах могут

коммерческие и некоммерческие организации, а также физические лица. У ФПК среди получателей грантов указаны также государственные учреждения культуры, у ПФКИ – индивидуальные предприниматели, муниципальные предприятия, за исключением казенных учреждений.

Фонд президентских грантов – единый оператор государственной поддержки некоммерческих неправительственных организаций в России с 2017 года. Он выделяет гранты на социально значимые проекты по направлениям: охрана здоровья граждан, защита прав и свобод человека, охрана окружающей среды, культура и искусство, наука, образование, семья и другие.

Президентский фонд культурных инициатив создан в 2021 году для поддержки различных проектов в области культуры, искусства, креативных (творческих) индустрий, в том числе касающихся проведения фестивалей, премий, форумов. В тематике рассматриваемых событий – популяризация духовных ценностей.

КУЛЬТУРНЫЕ ПРОГРАММЫ

Исключительно культурные инициативы на грантовой основе финансируют Российский фонд культуры и Департамент государственной поддержки искусства и народного творчества Министерства культуры Российской Федерации.

Первый фонд, как заявлено на сайте организации, оказывает влияние на формирование государственной культурной политики. При поддержке фонда создано множество региональных музеев, проведены сотни всесоюзных и международных выставок, концертов и конкурсов.

Департамент господдержки искусства и народного творчества Минкультуа осуществляет деятельность по сохранению и развитию всех видов и жанров профессионального искусства, по обеспечению равного доступа населения к культурным благам, пропагандирует профессиональное искусство и творчество народов России за рубежом. Оба фонда рассматривают заявки на получение грантов от некоммерческих и коммерческих организаций, госучреждений культуры и физических лиц.

МОЛОДЕЖНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ

Серьезную поддержку от государства получает в настоящее время и все, что связано с молодежной политикой. Для этих целей в Федеральном агентстве по делам молодежи создано направление «Росмолодежь. Гранты». Организация оказывает грантовую поддержку НКО и физическим лицам до 35 лет по программам: развитие малых территорий, международное сотрудничество, экология, культурные мероприятия (народное творчество, музыкальное, театральное, хореографическое изобразительное, декоративно-прикладное искусство).

ЧАСТНЫЕ БЛАГОТВОРИТЕЛИ

Историю частных благотворительных фондов в России начал писать известный предприниматель, государственный и общественный деятель Владимир Потанин. В 1999 году он основал первую организацию такого типа. Благотворительный фонд Владимира Потанина создан для реализации масштабных программ в сфере образования и культуры.

Другой видный российский предприниматель и филантроп Алишер Усманов в 2006 году учредил свой фонд «Искусство, наука и спорт», который занимается поддержкой искусства и культуры, науки и образования, спорта, социальной сферы. Организация финансирует научные и просветительские мероприятия, выставки, фестивали и научно-технические олимпиады, эндаумент-фонды ведущих российских вузов, а также легендарные российские театры, музеи и художественные галереи.

Собственные благотворительные фонды, программы которых включают поддержку мероприятий, есть также у Михаила Прохорова, Олега Дерипаски, Геннадия Тимченко, Вагита Алекперова, Михаила Гучериева. Получателями, как правило, могут стать некоммерческие и коммерческие организации, а также проектные команды.

ПАРТНЕРСТВА

Примером государственно-общественного партнерства является Фонд поддержки публичной дипломатии имени А. М. Горчакова. Организация более 20 лет финансирует проекты, направленные на развитие международного сотрудничества и формирование благоприятного для России общественного, политического и делового климата за рубежом. Сюда обращаются, если планируют делать события в других странах и таким образом продвигать имидж России. Темы мероприятий могут быть различны: охрана здоровья граждан, молодежные проекты, наука и образование, сохранение исторической памяти, охрана окружающей среды, развитие общественной дипломатии и другие.

Претендовать на грантовую поддержку могут российские, иностранные, международные некоммерческие неправительственные организации и партнерства, а также общественные организации и объединения.

ФОНДЫ, ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИЕ ГРАНТЫ ОРГАНИЗАТОРАМ МЕРОПРИЯТИЙ

Благотворительный фонд Алишера Усманова «Искусство, наука и спорт»
artscienceandsport.com

Благотворительный фонд Владимира Потанина
fondpotanin.ru

Благотворительный фонд «Жить вместе»
zhitvmeste.ru

Благотворительный фонд Михаила Прохорова
prokhorovfund.ru

Департамент государственной поддержки искусства и народного творчества Министерства культуры Российской Федерации
culture.gov.ru

Президентский фонд культурных инициатив
фондкультурныхинициатив.рф

Российский фонд культуры
rcfoundation.ru

Российский фонд развития информационных технологий
rfritm.рф

Федеральное агентство по делам молодежи «Росмолодежь. Гранты»
grants.myrosmol.ru

Фонд «История Отечества»
fond.historyrussia.org

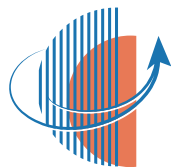
Фонд поддержки публичной дипломатии имени А. М. Горчакова
gorchakovfund.com

Фонд поддержки социальных инноваций «Вольное дело»
volnoe-delo.ru

Фонд президентских грантов
президентскиегранты.рф

Фонд региональных социальных программ «Наше будущее»
nb-fund.ru

Фонд «Русский мир»
russkiymir.ru



ПУТЕШЕСТВУЙ!

РОССИЙСКИЙ
ТУРИСТИЧЕСКИЙ
ФОРУМ

Организатор:

 **РОСКОНГРЕСС**
Пространство доверия

8-11 ИЮНЯ 2023
МОСКВА, ВДНХ



rustravelforum.com





ПОСТСКРИПТУМ

118 БИБЛИОТЕКА ВНИЦ

119 НОВИНКИ

120 ЕЖЕДНЕВНИК



История и теория медиа Илья Кирия, Анна Новикова

Издательство «Издательский дом ВШЭ», Москва, 2020 год
ISBN 978-5-7598-2116-8

Настоящий учебник – это второе, исправленное издание, в котором обозначен междисциплинарный характер медиаисследований и собрано воедино теоретическое и историческое наследие, связанное с изучением коммуникаций. Авторы показывают их значимость и роль в развитии социальных отношений, представляют обширную палитру подходов к исследованию роли медиа в общественных системах. Учебник состоит из двух частей. Первая посвящена историческим аспектам развития письменности, книгопечатания, газетного дела, кино, телевидения и обществ, вторая – обзору теорий медиа, которые объединены по группам. Каждая часть снабжена списком контрольных вопросов и заданий для проверки знаний. Учебник предназначен для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Медиакоммуникации», «Журналистика», «Реклама и связи с общественностью».



Драматургия дизайна. Как, используя приемы сторителлинга, удивлять графикой, продуктами, услугами Эллен Луптон

Издательство «Бомбора», Москва, 2022 год
ISBN 978-5-04-117626-6

Хороший дизайн воплощает даже самые странные идеи в жизнь. Однако без умения рассказывать историю он вряд ли будет запоминающимся и ярким. Драматургия в дизайне и правильное построение сюжета – уникальный, но недостаточно используемый инструмент. Книга Эллен Луптон, преподавателя с многолетним опытом работы в области графического дизайна – это учебник для творческого мышления, показывающий дизайнерам, как использовать методы сторителлинга для создания запоминающейся графики, дизайна продуктов, услуг и впечатлений. Автор исследует психологию визуального восприятия с точки зрения драматургии. Представляя десятки инструментов и концепций в живой и наглядной форме, данная книга поможет дизайнеру усилить повествовательную силу своей работы, чтобы говорить с пользователем на одном языке.



Сила сообществ. Как создавать живые комьюнити для бизнеса и не только Дарья Сталь, Евгений Резницкий

Издательство «Эксмо», Москва, 2023 год
ISBN 978-5-04-118097-3

Комьюнити-менеджмент – новый тренд развития бизнеса, один из самых мощных и в то же время недооцененных инструментов. В его ключевые задачи входит не только создание крепкого сообщества вокруг идей и проектов, но и выстраивание эмоциональных связей между брендом и аудиторией, а также поддержка деловой репутации компании в медиапространстве. В книге рассказывается, как и зачем создавать сообщества, какие инструменты нужны, чтобы системно ими управлять. Авторы издания – признанные эксперты в области индустрии менеджмента и маркетинга. Дарья Сталь – комьюнити-менеджер социальной сети для игроков Gamergam, программный директор комьюнити-бюро Comprot, преподаватель комьюнити-менеджмента на образовательных платформах «Нетология» и Skillbox. Евгений Резницкий – управляющий партнер бизнес-лаборатории NAU Lab. Он перевел и адаптировал для России популярные зарубежные модели работы с сообществами. В книге приведен опыт успешных компаний и примеры из практики авторов. Читатель может пройти увлекательный путь от азов комьюнити-менеджмента до построения стратегий коммуникации.

■ КОМНАТА ДЛЯ ЗАРЯДКИ ТЕЛЕФОНА



На II Конгрессе молодых ученых российские изобретатели представили комнату для зарядки телефонов. Благодаря новейшим технологиям, встроенным в ее стены, телефон можно было зарядить без привязки к каким-либо устройствам. Показанный на конгрессе макет можно масштабировать до размеров переговорной комнаты или квартиры. Телефон будет заряжаться без проводов и розеток в любой точке помещения. Среди других разработок, представленных на конгрессе: кроссовки с автоматической шнуровкой и вентиляции, роботы – художники и грузчики, медицинские экзоскелеты, умные ткани и прочее.

■ «ЯНДЕКС» ЗАПУСТИЛ АЛЬТЕРНАТИВУ BOOKING



Сервис «Яндекс.Путешествия» запустил мобильное приложение для поиска авиабилетов и бронирования отелей по всему миру. При выборе гостиниц пользователям предлагается отсортировать их по восьми фильтрам: рейтинг, расположение, количество звезд, наличие питания и прочее. Есть возможность искать варианты с бесплатной отменой. После бронирования отеля во вкладке «Поездки» будет доступна информация о путешествии, а также прогноз погоды и рекомендации «Яндекс.Афиши» о событиях. При поиске авиабилетов можно указать предпочитаемое время вылета и прилета, выбрать авиакомпании, аэропорты, а также количество пересадок.

■ ЦИФРОВИЗАЦИЯ ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПЛОЩАДКЕ



Усовершенствована технология планирования площадки для мероприятия. Благодаря возможности перетаскивания, 3D-просмотра, легкого изменения планов рассадки и макетов организаторы могут сэкономить время при подготовке крупномасштабных выставок и конференций. Цифровую технологию предлагают использовать для наглядности на переговорах со спонсорами, а также создавать для участников событий специальные интерактивные карты. Их можно встроить в приложение для мероприятий, чтобы гости в один клик получали полезную информацию, например, список докладчиков и время сессий.

■ МОСКВА ГЛАЗАМИ ОРГАНИЗАТОРА МЕРОПРИЯТИЙ



Новый эмоциональный променад «Москва глазами организатора мероприятий» появился на izi.Travel. Маршрут иммерсивного аудиоспектакля проложен от Большого театра до отеля «Националь» через Красную площадь и длится один час. Слушатели знакомятся с интересными фактами о Москве, площадками, на которых проводятся различные мероприятия. Также звучат невыдуманные истории о нелегкой, но очень увлекательной работе ивент-менеджера. Проект реализован MICE Excellence Forum и агентством «ПРОЭМОЦИИ».

Фото: roscongress.org, izi.travel, hol.sg, diy13@ya.ru – Фотобанк
Фотодженика

13–15 апреля,
2023 годМинск,
Беларусь

ОТДЫХ

Международная выставка туристских услуг «Отдых» – одна из крупнейших отраслевых экспозиций в Республике Беларусь. Это деловая площадка для стран, регионов и туристических компаний со всего мира, которые представляют продукты и услуги на белорусском рынке. За три выставочных дня свой туристический потенциал, новые программы и предложения продемонстрируют более ста экспонентов: туроператоры, гостиницы, санатории, усадьбы, медицинские и спа-центры, загородные оздоровительные комплексы, пансионаты, а также страховые и транспортные компании. tourexpo.by

22–24 мая,
2023 годЭр-Рияд,
Саудовская АравияRIYADH
TRAVEL FAIR

В выставке Riyadh Travel Fair принимают участие ведущие туристические компании Саудовской Аравии и других стран. Им предоставляется возможность презентовать свои услуги, предложить инвестиционные возможности в Королевстве Саудовская Аравия и государствах Персидского залива ведущим международным туристическим и инвестиционным компаниям, а также обменяться опытом в области продвижения и маркетинга турпродуктов и услуг. В экспозиции ежегодно принимают участие ведущие игроки рынка из более 30 стран. riyadhtravel.net

8–11 июня,
2023 годМосква,
Россия

ПУТЕШЕСТВУЙ!

Российский туристический форум «Путешествуй!» – это мероприятие инновационного формата, объединяющее на своей платформе представителей государства и бизнеса для делового общения, обсуждения актуальных вопросов отрасли, инвестиционного климата в сфере туризма. Мероприятие посещают более 50 000 специалистов B2B и B2C. Организатором Российского туристического форума «Путешествуй!» выступает Фонд Росконгресс, соорганизатор – ВДНХ. Форум проходит при поддержке Русского географического общества и Ассоциации туроператоров. rustravelforum.com

19–21 апреля,
2023 годАлматы,
Казахстан

KITF

Казахстанская международная выставка «Туризм и путешествия» (KITF) проводится с 2001 года. Экспозиция является одной из самых крупных профессиональных площадок отрасли в Центральной Азии и главным событием индустрии Казахстана. Выставка KITF отмечена знаком Всемирной ассоциации выставочной индустрии UFI и соответствует международным стандартам. За 20 лет проведения в ней приняли участие компании и организации из 63 стран. В 2022 году на ней было представлено более 200 предприятий туристической отрасли. kitf.kz

2–4 июня,
2023 годШэньчжэнь,
Китай

SITE CHINA

Международная туристическая выставка в Шэньчжэне SITE China является одной из крупнейших профессиональных площадок в Китае. Она успешно помогает налаживать связи представителям отечественных и зарубежных туристических компаний, организаций, учреждений, а также смежных отраслей, связанных с индустрией путешествий. Выставка SITE China проводится с 2014 года. За время работы она стала важной и надежной платформой для деловых переговоров между предприятиями мировой индустрии туризма. Выставку в Шэньчжэне ежегодно посещают 52 000 человек. szite.com.cn

15–18 июня,
2023 годГонконг,
Китай

ITE HONG KONG

Международная туристическая выставка в Гонконге ITE Hong Kong проводится более 30 лет. Сегодня это мероприятие организуется при поддержке Министерства культуры и туризма Китая, Совета по туризму Гонконга и отраслевых ассоциаций. С 2006 года ITE Hong Kong объединяет на своей площадке два события: ITE (Leisure) и ITE MICE, которые полностью интегрированы в событие. В международной туристической выставке в Гонконге ежегодно принимают участие более 500 экспонентов и свыше 10 000 специалистов туристической отрасли. Мероприятие посещают 30 000 человек. itehk.com

Для публикации использована информация официальных сайтов мероприятий по состоянию на 28 марта 2023 г.

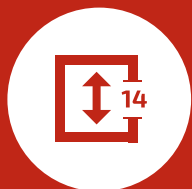


ПетроКонгресс

КОНГРЕССНЫЙ ЦЕНТР



Место, где рождаются идеи



14 трансформируемых
конференц-залов



Вместимость от 5
до 450 человек



Wi-Fi до 100
Мбит/с.



Оборудование для
видеоконференций
и вебинаров



Соблюдение
экологических норм



Выделенная зона
для кейтеринга



Организация мероприятия
под ключ



5 минут
от метро



www.petrocongress.ru

Санкт-Петербург, Лодейнопольская, 5
(5 минут от ст. м. «Чкаловская»)

Тел. +7 (812) 335-89-00



AST
TELECOM

НАДЕЖНОЕ ПАРТНЕРСТВО