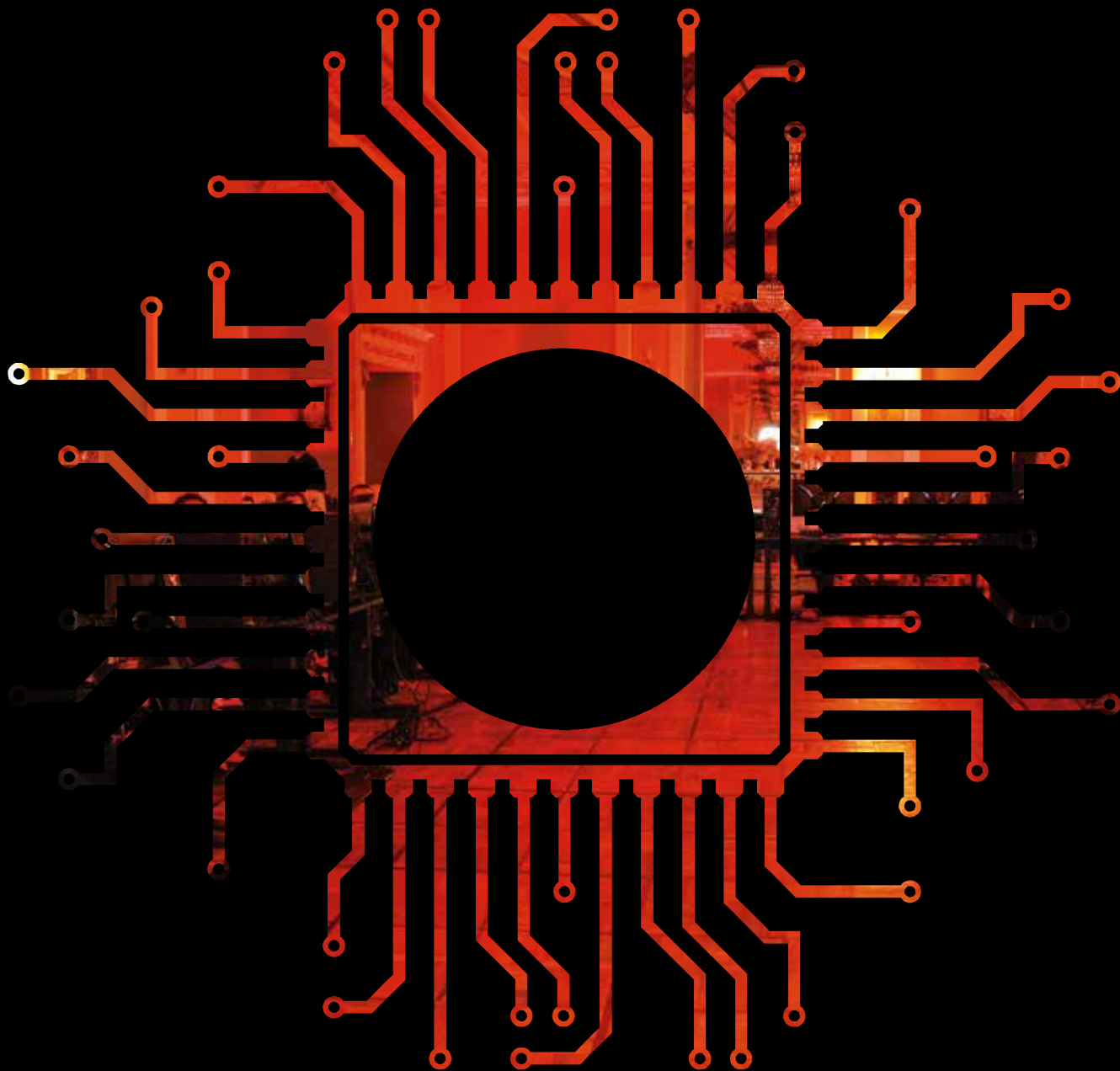


CongressTime

Время конгрессов



EventTech:
развитие технологий
в событийной индустрии





совместный проект Евразийского Ивент Форума и компании Event Rocks

EVENT-терапияTV

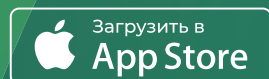
МЫ ЗНАЕМ, ЧТО ВЫ БУДЕТЕ СМОТРЕТЬ ЭТИМ ЛЕТОМ!

ПРОГРАММА ПЕРЕДАЧ

3–21 июля 2023

- | | |
|--|--|
| 03.07 Новостное обозрение «Вокруг событий». Выпуск № 1
Ведущая – Александра Юркова
«Однако, дорого»
с Александром Корчагиным | 12.07 EVENT-ПЕРЕДЕЛКА
Ведущий – Павел Куделин |
| 04.07 EVENT. Инструкция по применению. Через тернии к звездам. Как получить грант на мероприятие?
Ведущая – Дарья Островская | 13.07 EVENT. Инструкция по применению. Ивент в законе
Ведущая – Дарья Островская |
| 05.07 EVENT-ШЕФ. Кулинарное шоу
с Павлом Куделиным
и Игорем Лютенко | 14.07 Игровое шоу «Комплименты»
Ведущий – Евгений Геллер |
| 06.07 ТОП-ЧАРТ EVENT-ТЕРАПИИ
Ведущая – Екатерина Коляда | 17.07 Специальный репортаж. Экспозекскурсия по ПМЭФ
Ведущая – Александра Юркова
с Геннадием Шаталовым |
| 07.07 Игра в ассоциации
Ведущая – Дарья Островская | 18.07 Очевидное-невероятное. TRIBUTE
с Русланом Демьяненко
и Дарьей Островской |
| 10.07 Новостное обозрение «Вокруг событий». Выпуск № 2
Ведущая – Александра Юркова
«Однако, вопросы»
со Славой Ходько | 19.07 EVENT-ГЕОГРАФИЯ
с Антоном Вазимовым
и Александрой Юрковой |
| 11.07 А может, в гости? Нескучный ивент-разговор
Ведущая – Дарья Островская | 20.07 Тренды EventTech. Что нас ждет в ближайшее время?
Ведущий – Роман Крученик |
| | 21.07 «Фильм о фильме» Эксклюзив |

Смотрите в мобильном приложении EFEA:



Официальная студия:



EVENT-ТЕРАПИЯ – совместный онлайн-проект Евразийского Ивент Форума и компании Event Rocks, созданный в 2020 году и направленный на объединение участников событийной индустрии.

Журнал CongressTime № 2 (23) 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) 320-96-93
E-mail: info@congresstime.ru
www.congresstime.ru

Экспертный совет

Председатель экспертного совета
Максим Фатеев,
вице-президент ТПП РФ

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

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

Сагид Заремкулов,
директор Национального конгресс-бюро

Дарья Островская,
генеральный директор ВНИЦ R&C

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

Александр Стуглев,
председатель правления,
директор Фонда Росконгресс

Главный редактор
Дарья Островская

Шеф-редактор
Людмила Ревошина

Руководитель объединенной
редакции ВНИЦ R&C
Александра Юркова

Выпускающий редактор
Константин Збаровский

Аналитика и тексты
Евгения Кузнецова
Каролина Петрова
Ольга Петряева
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) 320-96-89

Фотографии

Фонд Росконгресс, photogepica.ru

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.

Специальный проект
«Санкт-Петербург: 320 лет территории событий»
реализован на средства гранта Санкт-Петербурга

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

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

Распространяется бесплатно
Тираж номера 1500 экземпляров
Дата выхода: 30 июня 2023 года

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

3 СЛОВО РЕДАКТОРА

5 КОНТЕКСТ



19 ИСТОРИЯ С ОБЛОЖКИ



61 ЛИЦОМ К ЛИЦУ



77 КОНГРЕССЫ КАК БИЗНЕС



99 РЕГИОНЫ



108 СПЕЦПРОЕКТ



145 EVENT-LIVE.RU



151 ПОСТСКРИПТУМ





ВЫСТАВОЧНЫЙ
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЦЕНТР
(ВНИЦ R&C)



**ПРОФЕССИОНАЛЬНО
ОБ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ**

ИССЛЕДОВАНИЯ | КОНСАЛТИНГ | СОБЫТИЯ | СМИ

www.rnc-consult.ru

В конце 2022 года по приглашению Агентства инноваций города Москвы я принимала участие в бизнес-завтраке «Стартап-кафе: EventTech». Организаторы собрали на одной площадке представителей ивент-агентств, организаторов мероприятий, разработчиков ИТ-продуктов для событийной индустрии и инвесторов. Участники обсудили особенности российского рынка EventTech, потребности отрасли и возможности для инвестиций. В ходе дискуссии выяснилось, что российский сегмент технологий для мероприятий развивается очень активно. Постоянно появляются новые продукты и игроки. При этом многие выразили мнение, что локальных компаний до сих пор относительно немного, но их предложения уже могут быть конкурентными на мировом событийном рынке.

Так родилась идея истории с обложки для летнего номера

CongressTime

CongressTime. На страницах журнала мы с помощью наших партнеров и приглашенных экспертов попытались разобраться, что же такое EventTech, описать структуру этого рынка и понять, какие компании работают на нем в России. Кстати, материалы стартап-кафе и полезная аналитика от Агентства инноваций города Москвы также представлены в номере.

Еще в этом выпуске CongressTime мы презентуем наш новый спецпроект, посвященный 320-летию Санкт-Петербурга. В мае 2023 года город ярко отметил юбилей. Проект реализован на средства гранта Санкт-Петербурга. Кроме этого, мы подготовили много новой информации о событийной индустрии, а также интервью с интересными людьми нашей отрасли, опубликовали размышления экспертов и взгляды на перспективы развития. Приятного чтения!

Дарья Островская,
главный редактор



Торгово-
промышленная
палата
Российской
Федерации

В интересах бизнеса, во благо России!



75 %
членской базы ТПП РФ
составляет малый и
средний бизнес

ТПП РФ сегодня:



более **52** тысяч организаций



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



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



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



www.tpprf.ru



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

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

в **81** стране мира

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



28–29 июня 2023
Москва, Россия

IDEAS-FORUM.RU



9–14 июля 2023
Москва, Россия

FUTURE-FORUM.TECH



27–28 июля 2023
Санкт-Петербург, Россия

SUMMITAFRICA.RU



10–13 сентября 2023
Владивосток, Россия

FORUMVOSTOK.RU



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

RUSAFETYWEEK.COM



29–30 сентября 2023
Горно-Алтайск, Россия

ROSKONGRESS.ORG



11–13 октября 2023
Москва, Россия

RUSENERGYWEEK.COM



2–3 ноября 2023
Самарканд, Узбекистан

FORUMVERONA.COM



Ноябрь 2023
Москва, Россия

WINEFORUM.INFO



28–30 ноября 2023
Федеральная территория «Сириус», Россия

KONGRESS.NAUKA.RF



май 2024
Санкт-Петербург, Россия

FORUMKAVKAZ.ORG



май 2024
Санкт-Петербург, Россия

LEGALFORUM.INFO



май 2024
Казань, Россия

KAZANFORUM.RU



июнь 2024
Москва, Россия

RUSTRAVELFORUM.COM



июнь 2024
Санкт-Петербург, Россия

FORUMSPB.COM

на русском языке
t.me/Roscongress

на английском языке
t.me/RoscongressDirect

на испанском языке
t.me/RoscongressEsp

на арабском языке
t.me/RoscongressArabic

Реклама

Информационно-аналитическая система Фонда Росконгресс: ROSKONGRESS.ORG



6 КОНТРИБЬЮТОРЫ

10 ЭТО ВАЖНО

ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ

- 12** Экономика впечатлений как механизм межрегиональной кооперации

КОНТЕКСТ

В ЦИФРАХ

- 14** Событийный рынок Российской Федерации. Итоги 2022 года

МНЕНИЕ

- 16** Неочевидные направления для делового туризма
- 17** Москва выражает поддержку деловому туризму грантами



Олег Бегляров, совладелец и коммерческий директор группы компаний «Демлинк». Двадцать пять лет занимается корпоративным обслуживанием в сфере деловых поездок и мероприятий. Принимал непосредственное участие в организации и проведении различных отраслевых конференций и выставок. Его работа отмечена благодарностью Федерального агентства по туризму Российской Федерации за значительный вклад в развитие отрасли.

Елена Боровая, генеральный директор компании Corporate Travel. Предприятие более 20 лет работает в сферах событийной индустрии и делового туризма, организует корпоративные мероприятия в Российской Федерации и за рубежом. Среди клиентов компании Corporate Travel – «Р-Фарм», «Данон и Нутриция», «Биннофарм Групп», «Фарм-Синтез», КРКА, «Промомед», «Все-Инструменты» и другие. В числе крупных мероприятий, в рамках которых были реализованы различные проекты, такие как CEO Summit APEC, Первый Восточный экономический форум, форум «Россия – страна возможностей», Форум молодых политологов «Дигория», просветительский марафон «Новое знание» и другие.



Эмма Васильева, куратор профиля бакалавриата «Ивент-дизайн. Театр и перформанс» Школы дизайна НИУ ВШЭ, дизайнер костюма. Автор и куратор культурных проектов, член Союза дизайнеров России. Эмма Васильева занимается проблемами сохранения и развития авторского дизайна в сфере моды и театра, актуализацией межкультурного опыта и диалога в разных видах искусства, сохранением и передачей материальной и социальной памяти в молодежную среду. Имеет большой опыт проекторной работы в регионах и городах, таких как Тюмень, Омск, Новосибирск, Салехард, Нижневартовск, Красноярск, Тула и других.

Виктор Горбачев, генеральный директор Ассоциации «Аэропорт» гражданской авиации. Окончил Московский инженерно-экономический институт и Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации имени Главного маршала авиации А. А. Новикова. До 1985 года работал инженером – заместителем начальника управления Министерства автомобильного транспорта РСФСР. С 1985 по 1991 год был заместителем начальника Управления развития аэропортов Министерства гражданской авиации СССР. С 1997 года по настоящее время – генеральный директор Ассоциации «Аэропорт» гражданской авиации. Является членом координационных советов Министерства транспорта России по законодательству, развитию малого и среднего предпринимательства. Член экспертных советов при Госдуме и Совете Федерации России.



Вера Зарицкая, директор многофункционального комплекса «Горный» и Академического центра «Горный». Более 15 лет работает в индустрии туризма. Принимает непосредственное участие в приеме и размещении гостей, организации и проведении различных мероприятий, проходящих на площадке МФК «Горный». В числе наиболее значимых событий – XVIII Международный конгресс по обогащению угля при поддержке Российского научного фонда, VI Форум будущих лидеров Мирового нефтяного совета, XXI Менделеевский съезд по общей и прикладной химии, V Международная выставка и конференция по освоению ресурсов нефти и газа Российской Арктики и континентального шельфа стран СНГ.

Александр Корчагин, директор компании StagePro. Опыт в шоу-бизнесе и техническом оснащении мероприятий – 25 лет. В 2007 году создал компанию StagePro, которая стала одной из крупных сценических компаний на Северо-Западе России. В настоящее время StagePro Event Solutions оказывает полный комплекс услуг по организации и техническому обеспечению событий. Среди проектов, в которых компания принимала участие в качестве подрядчика: парад ВМФ, праздник выпускников «Алые паруса», чемпионат мира по футболу FIFA 2018, Петербургский международный экономический форум, Петербургский международный юридический форум, VK Fest, Stereoleto и другие. В 2019 году Александр Корчагин создал образовательный лекторий Event-SREDA.



Роман Крученик, коммерческий директор компании «Ивентишес», платформа Event Rocks. Более десяти лет отвечал за развитие направления MICE & Business Travel в отельном бизнесе. С 2018 года занимает должность коммерческого директора в компании «Ивентишес», разработавшей цифровые решения для мероприятий и корпоративного обучения под брендами Event Rocks и Talent Rocks.

Сергей Макеенков, заместитель генерального директора по вопросам взаимодействия с органами государственной власти IRONSTAR. Развивал фестиваль спорта IRONSTAR со дня его основания, за это время количество участников выросло с 1000 до 17 500 человек. Занимал должности спортивного, операционного директора и директора Департамента по связям с государственными органами. Лектор обучающих программ Ассоциации студенческих спортивных клубов АССК.PRO. Участник соревнований: Парижский марафон, Московский марафон, триатлон в городе Отепя в Эстонии, ультрамарафон на 50 км «Дубна – Дмитров».



Анастасия Неведова, руководитель направления «Ивент-дизайн. Театр. Перформанс» Школы дизайна НИУ ВШЭ. Художник театра и кино, главный художник «Электротeatра Станиславский» в Москве. Создала новое направление в Школе дизайна НИУ ВШЭ «Ивент-дизайн. Театр. Перформанс». Разрабатывает сценографию и костюмы к драматическим, балетным и оперным постановкам в России и за рубежом, главный эксперт чемпионата ArtMasterc. Продюсирует фестивали в регионах, основной целью которых является продвижение новых идей в области перформативных практик, поиск актуальных форм диалога между жителями регионов, молодыми художниками и зрителями. Дважды лауреат театральной премии «Золотая маска».

Анастасия Попова, заместитель генерального директора по отраслевому и международному взаимодействию Проектного офиса по развитию туризма и гостеприимства Москвы. Работала в компании «Академсервис» менеджером отдела специальных проектов. Занималась международной деятельностью в баскетбольном клубе «Химки». С 2013 по 2018 год руководила проектами Конгрессно-выставочного бюро города Москвы. В 2019 году начала работать в Проектном офисе по развитию туризма и гостеприимства Москвы, где прошла путь от руководителя международных проектов до заместителя генерального директора по отраслевому и международному взаимодействию.





Алла Фомина, заместитель генерального директора компании KASSIR.RU. Опыт работы в индустрии с 2009 года. Организовала и провела более 5000 мероприятий на ведущих площадках России. Например, на сценах Большого и Мариинского театров и многих других. Организовала более 20 деловых конференций для профессиональных участников индустрии развлечений и продажи билетов.

Слава Ходько, советник по методическому обеспечению конгрессно-выставочной деятельности Фонда Росконгресс. Является профессионалом в области высшего образования и организации научных исследований, инновационной, инвестиционной деятельности и поддержки предпринимательства, маркетинга территорий, в том числе международного сотрудничества и продвижения, включая конгрессно-выставочную деятельность. Участвовал в руководстве программными и организационными комитетами крупнейших конференций и выставок в области инновационной деятельности, туризма, малого бизнеса и привлечения инвестиций.



Денис Шведов, заместитель исполнительного директора по цифровым проектам Фонда содействия развитию научно-технологической сферы Новосибирской области. Обладает пятнадцатилетним опытом организации локальных и международных научных, научно-популярных и деловых мероприятий. С 2022 года присоединился к команде международного форума технологического развития «Технопром», в которой приоритетно занимается поиском, созданием и внедрением цифровых решений, позволяющих повысить эффективность подготовки мероприятий и сделать участие в них комфортным и результативным.

Валентин Шумовский, основатель и управляющий партнер Центра перспективной компетентности лидеров и команд «Коммуниканомика». Автор и разработчик управленческой технологии с аналогичным названием. Модератор лидеров изменений с 2017 года: сконструировал и провел более 50 сессий групповой работы для управленческих, трансформационных и технологических команд. В 2012–2016 годах работал в индустрии деловых событий. Был директором Петербургского международного газового форума, а затем руководителем направления энергетических и промышленных мероприятий компании «ЭкспоФорум-Интернэшнл». С 2016 года эксперт хакатонов и конкурсов проектов. Бизнес-трекер, тренер трекеров университетских программ развития научно-технологического предпринимательства. В 2017–2021 годах – координатор Программы инновационного развития авиакомпании «Россия», участник российского Клуба директоров по науке и инновациям.





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

члена

в том числе:

- 59 организаторов выставок
- 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



САММИТ БРИКС СОСТОИТСЯ В КАЗАНИ

В 2024 году Россия примет председательство в международном объединении БРИКС (Бразилия, Россия, Индия, Китай и ЮАР). Главное мероприятие – встреча глав государств – пройдет в Казани. Город официально утвержден столицей председательства России в организации. Здесь будет продолжен системный диалог с международным сообществом в лице государств пятерки и дружественных стран-партнеров. Всего планируется провести более 100 мероприятий различных форматов.



ПМЭФ-2023 ПОКАЗАЛ РОСТ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ В РОССИИ

В Санкт-Петербурге состоялся XXVI Петербургский международный экономический форум (ПМЭФ). Событие продемонстрировало рост международной деловой активности. По данным Фонда Росконгресс, показатели участия и интерес к ПМЭФ вышли на доковидный уровень. За четыре дня в его мероприятиях в реальном и виртуальном форматах приняли участие более 17 000 делегатов из 130 стран. На ПМЭФ подписано более 900 соглашений на общую сумму 3 трлн 860 млрд рублей. В рамках деловой программы на отраслевых и тематических площадках состоялось свыше 200 мероприятий.



ОПУБЛИКОВАН РЕЙТИНГ КОНГРЕССНЫХ ДЕСТИНАЦИЙ

Международная ассоциация конгрессов и конференций ICSSA возобновила публикацию своего рейтинга дестинаций для проведения международных ротируемых мероприятий. В 2022 году его возглавила Вена, где состоялись 162 конгресса. В топ-5 также вошли Лиссабон, Париж, Барселона и Прага. В рейтинге городов Азиатско-Тихоокеанского региона лидирует Сингапур, принявший 101 конгресс. Среди стран на первом месте выступают США, где состоялось 690 международных ротируемых мероприятий, за ними следуют Испания, Италия, Германия и Франция.

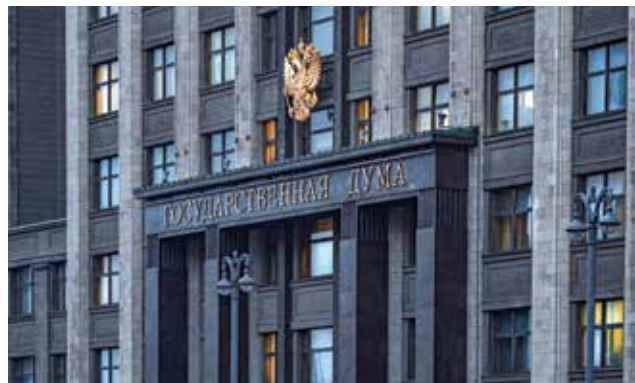
САМЫЕ ВЛИЯТЕЛЬНЫЕ ЛЮДИ СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ РОССИИ

В рамках форума MICE Excellence Rehab, который прошел в Москве, состоялась торжественная церемония награждения лидеров рейтинга «Самые влиятельные люди в MICE 2022». По итогам голосования в него вошли постоянные авторы журнала CongressTime: президент Российского союза выставок и ярмарок, генеральный директор компании «ЭкспоФорум-Интернэшнл» Сергей Воронков и председатель правления ФРОС Region PR, основатель Национальной премии в области событийного туризма Russian Event Awards Геннадий Шагалов.



КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ УЗАКОНЯЮТ

Госдума Российской Федерации приняла в первом чтении законопроект «О внесении изменений в статьи 3 и 13 Федерального закона «О промышленной политике в Российской Федерации». Документ определяет правовые основы конгрессно-выставочной деятельности. Помимо закрепления понятия «конгрессно-выставочные мероприятия» на законодательном уровне, предлагается установить возможность их господдержки, что позволит более эффективно продвигать отечественную продукцию на международные рынки.



КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТИМУЛИРУЕТ РАЗВИТИЕ БАШКОРТОСТАНА

В 2022 году в Башкирии проведено порядка 60 масштабных мероприятий всероссийского и международного уровней. Об этом заявил премьер-министр правительства Республики Башкортостан Андрей Назаров, подводя событийные итоги прошлого года. По его словам, активная конгрессно-выставочная деятельность позволяет поддерживать загруженность отелей, стимулирует развитие туризма и региона в целом. Только на площадке Всероссийского инвестиционного сабантуя за последние четыре года подписано 85 соглашений на сумму более 200 млрд рублей.



ПОДВЕДЕНЫ ИТОГИ РЕЙТИНГА TOP-COMM 2023

Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России (АКМР) объявила результаты итогов X Всероссийского рейтинга директоров и департаментов по корпоративным коммуникациям и корпоративным отношениям TOP-COMM. Он является отражением индустрии и ситуации на рынке. Отличие TOP-COMM от других рейтингов состоит в том, что участник сам набирает баллы, отвечая на вопросы анкеты, затрагивающей ключевые аспекты деятельности. Основу рейтинга составляют данные о компаниях и профессиональной деятельности за предыдущий год. Итоги опубликованы на сайте corpmedia.ru.



ОПУБЛИКОВАНА СТАТИСТИКА МЕРОПРИЯТИЙ В СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Агентство по привлечению инвестиций Свердловской области провело опрос площадок на тему организации деловых мероприятий. Статистический отчет показал, что за указанный период в регионе прошло 281 деловое событие на 22 площадках. Самым активным месяцем оказался ноябрь, популярным форматом – конференция. Лидирующие позиции среди тем мероприятий заняли индустрия развлечений, культура и бизнес. Более 50% событий проводилось впервые.

Источники: forums.spb.com, invest-in-ural.ru, event-live.ru

ЭКОНОМИКА ВПЕЧАТЛЕНИЙ КАК МЕХАНИЗМ МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЙ КООПЕРАЦИИ



АВТОР:

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

Вопрос эффективного использования конгрессно-выставочных мероприятий в качестве инструмента продвижения отечественных товаров и механизма кооперации производителей особенно актуален в свете событий последних лет. Сегодня производители столкнулись с разрывами поставок и технологических цепочек, сужением рынков сбыта, необходимостью поиска новых надежных партнеров и покупателей, поиском механизмов повышения конкурентоспособности отечественного промышленного производства. И наиболее ценным в решение этих проблем представляется вклад конгрессно-выставочной отрасли.

Участие в специализированных выставках, несомненно, увеличивает шанс на приобретение контрактов с региональными и зарубежными производителями товаров и услуг, а также на заключение соглашений с поставщиками и производителями необходимого оборудования. Во многом этому способствует фактор выставки – встреча на нейтральной территории производителя, поставщика и потребителя, когда каждый предприниматель находится в равных условиях.

Привлекая огромное количество специалистов разных сфер экономики, конгрессно-выставочные мероприятия по праву заслуживают статус важнейшего

инструмента торговой, инвестиционной, промышленной и внешнеэкономической политики страны. Сегодня идет разговор о более глубоком понятии событийной индустрии, которое включает в себя термин «экономика впечатлений».

Следуя тенденции, профессиональные деловые мероприятия меняются. Все чаще масштабные выставки и конгрессы проводятся как зрелищные шоу, на которых не только демонстрируются в действии производимые товары, но и присутствуют элементы развлечения, культурного ознакомления с регионом проведения события. Полагаю, что в условиях конкуренции тезис о том, что бизнес будет вынужден следовать за ценностью впечатлений, правильный, так как меняется восприятие товара и его ценность для потребителя.

Если от впечатлений вернуться в более рациональную среду, то перспективным в области стимулирования межрегиональной кооперации представляется применение механизма субконтракта. В этой сфере интересен опыт выставок Экспоцентра, где на постоянной основе при содействии системы торгово-промышленных палат организуются не только презентационные секции, но и биржи субконтракта для участников и посетителей. Значимым проектом в этой сфере стал I Национальный форум промышленной кооперации и системного инжиниринга, который состоялся в рамках Международной выставки «Металлообработка-2023». Мероприятие было организовано Торгово-промышленной палатой Российской Федерации совместно с ТПП Санкт-Петербурга, Владимирской, Ярославской, Ростовской, Тульской, Томской, Орловской, Самарской и других областей.

Торгово-промышленная палата Российской Федерации продолжает взаимодействовать с отраслевым сообществом и Министерством промышленности и торговли России в вопросах исполнения дорожной карты развития выставочно-ярмарочной деятельности до 2025 года. Ведется активная работа по определению поддерживающих мероприятий для субъектов отрасли, в том числе для производителей – участников российских выставок.

В этой сфере мы отстаиваем позицию Торгово-промышленной палаты Российской Федерации и Комитета ТПП РФ по выставочно-ярмарочной и конгрессной

деятельности о перераспределении средств государственного бюджета, выделяемых на поддержку участия российских компаний в зарубежных конгрессно-выставочных мероприятиях, на софинансирование участия компаний в выставках на территории России. Мы считаем, что внутренняя интеграция и кооперация – это двигатель экономических процессов, успеху которого могут содействовать промышленные и специализированные выставки.

Такая поддержка компаний простимулирует деловую активность и вызовет интерес малого и среднего бизнеса к участию в мероприятиях, позволит сконцентрировать в одном месте специалистов одной отрасли, что будет содействовать развитию новых производств, отечественной науки и технологий, способствовать привлечению инвестиций в молодые проекты.

Конгрессно-выставочные мероприятия по праву заслуживают статус важнейшего инструмента торговой, инвестиционной, промышленной и внешнеэкономической политики страны.

Немаловажную роль для нас играет деятельность по стандартизации отрасли, которая ведется в рамках Технического комитета по стандартизации «Выставочная, ярмарочная и конгрессная деятельность» (ТК 163), созданного по инициативе Торгово-промышленной палаты Российской Федерации в 2019 году. В 2023 году в Программу национальной стандартизации Росстандарта (ПНС 2023) Техническим комитетом было внесено шесть тем, включающих пересмотр и разработку проектов национальных стандартов по всем направлениям. В данный момент они разрабатываются Российским союзом выставок и ярмарок за счет средств федерального бюджета. Замечу, что все документы перед их утверждением проходят согласование с конгрессно-выставочным сообществом, мы полностью открыты для экспертного взаимодействия.

Среди разрабатываемых ГОСТов особенно хочу выделить перевод второй части международного стандарта

ISO 25639-2:2008, определяющего статистические параметры для выставочных и конгрессных мероприятий, а также проект национального стандарта «Конгрессные и выставочные онлайн-мероприятия. Общие требования», который должен вобрать в себя лучшие отечественные практики и рекомендации по проведению онлайн-событий.

Торгово-промышленная палата Российской Федерации уделяет особое внимание стандартизации конгрессно-выставочной деятельности, так как мы понимаем, что развитие нормативно-правовой системы регулирования и координации отрасли остается острым вопросом уже очень долгое время. Сегодня ведение деятельности в России в основном определяется национальными стандартами, которые применяются на принципах добровольности. Данные нормативные документы достаточно подвижны в вопросах изменения, пересмотра или отмены и не являются законодательными актами, которые бы узаконили отрасль на федеральном уровне.

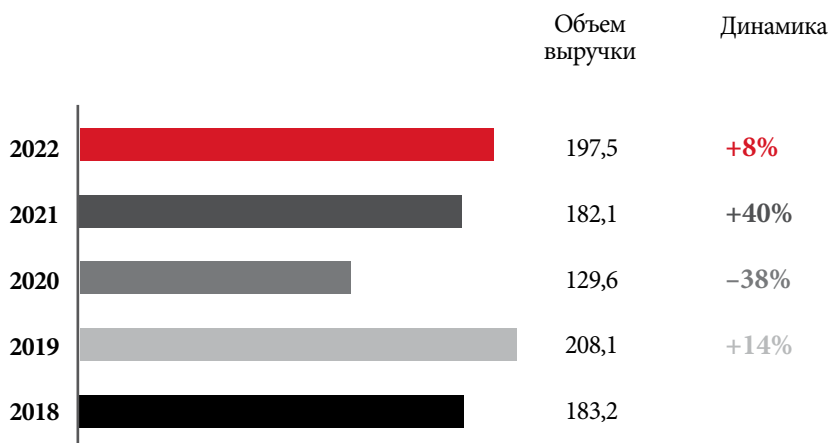
Торгово-промышленная палата Российской Федерации, Российский союз выставок и ярмарок и отраслевое сообщество ведут работу по наполнению законопроекта в рамках исполнения дорожной карты по реализации мер поддержки и стратегического развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности до 2025 года. Вопрос нормативного регулирования, который имеет более чем двадцатилетнюю историю, сейчас стоит на пороге решения как никогда остро. В октябре 2022 года мы также выразили свою позицию и направили концепцию развития законодательства в сфере выставочной и конгрессной деятельности в Министерство промышленности и торговли России.

При разработке документов Торгово-промышленная палата Российской Федерации руководствуется правилом, что основной задачей законопроекта должна быть поддержка участников выставочно-ярмарочной деятельности и развитие конгрессно-выставочной инфраструктуры в регионах. Вопрос регулирования отрасли и установки дополнительных рамок для ее игроков – на повестке дня не стоит. Мы были одними из инициаторов и разработчиков законопроекта, поэтому поддержали внесение изменений в Федеральный закон «О промышленной политике в Российской Федерации», согласно которым на федеральном уровне вводится понятие «конгрессно-выставочное мероприятие». Сейчас проект проходит рассмотрения в Государственной Думе Российской Федерации. Считаю, что принятие документа может стать первым шагом к официальному закреплению отрасли. Хотел бы поблагодарить наших основных партнеров – Министерство промышленности и торговли Российской Федерации и Российский союз выставок и ярмарок. ■

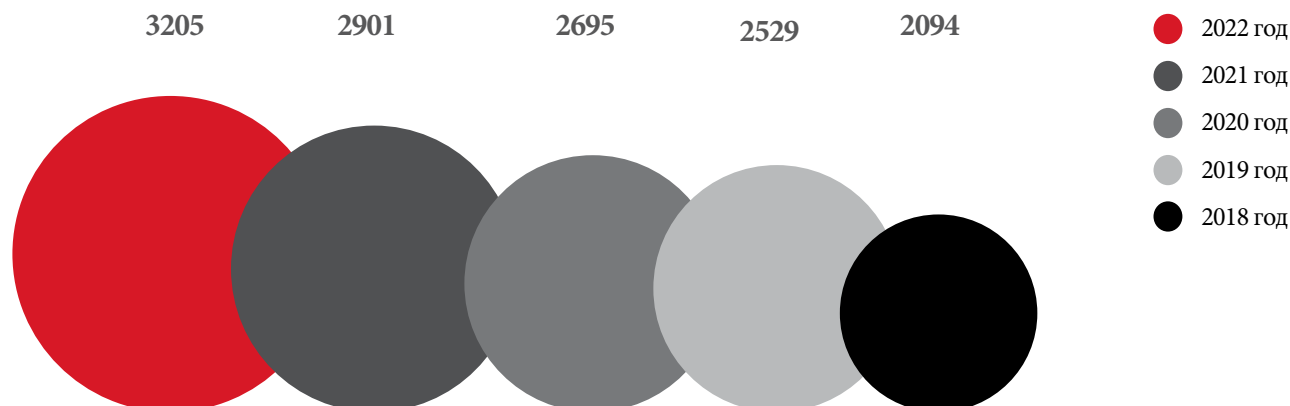
СОБЫТИЙНЫЙ РЫНОК РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ. ИТОГИ 2022 ГОДА

Выставочный научно-исследовательский центр (ВНИЦ) R&C представил актуальную информацию о событийном рынке России по итогам 2022 года. В исследовании рассматриваются данные с 2018 года. Материал подготовлен ВНИЦ R&C на основе официальной финансовой отчетности действующих компаний событийной индустрии, зарегистрированных по коду ОКВЭД 82.30.

ДИНАМИКА СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ РОССИИ ПО ОБЩЕМУ ОБЪЕМУ ВЫРУЧКИ КОМПАНИЙ В 2018–2022 ГОДАХ, МЛРД РУБЛЕЙ

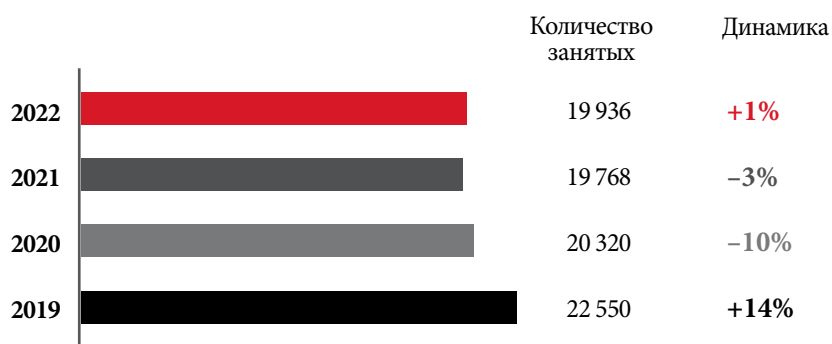


ИЗМЕНЕНИЕ КОЛИЧЕСТВА КОМПАНИЙ СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ В 2018–2022 ГОДАХ



Источник: ВНИЦ R&C

ДИНАМИКА СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ РОССИИ ПО СРЕДНЕСПИСОЧНОЙ ЧИСЛЕННОСТИ ЗАНЯТЫХ В СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ В 2019–2022 ГОДАХ



ПРИБЫЛЬНЫЕ И УБЫТОЧНЫЕ КОМПАНИИ СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ, 2019–2022 ГОДЫ



СРЕДНЯЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПРОДАЖ КОМПАНИЙ СОБЫТИЙНОЙ ОТРАСЛИ, 2018–2022 ГОДЫ

Показатели событийной индустрии	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Средняя рентабельность продаж по отрасли	2,9%	0,8%	-13,0%	1,4%	-0,7%
Средняя рентабельность продаж по прибыльным компаниям	12,2%	8,5%	14,5%	13,6%	12,2%
Средняя рентабельность продаж по убыточным компаниям	-15,7%	-59,7%	-32,9%	-20,5%	-20,0%

Источник: ВНИЦ R&C

НЕОЧЕВИДНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА

**АВТОР:**

*Елена Боровая,
генеральный директор компании
Corporate Travel*

Привычные европейские направления делового туризма в силу геополитических причин сегодня труднодоступны, а ряд западных туристических агентств отказались работать с Россией. Вести бизнес в условиях ограничений сложно: продажи требуют личного общения, которое онлайн заменить не в силах. Но несмотря на все трудности, как во время пандемии коронавируса, так и в сложной внешнеполитической обстановке компании все равно планируют мероприятия для сотрудников, встречи с партнерами, поездки в другие страны.

Раньше в нашем списке запросов лидировали европейские государства, но в 2022 году работу пришлось моментально перестраивать. Организовать корпоративное мероприятие в Европе, конечно, можно и сейчас, но приходится тратить гораздо больше времени и ресурсов. Не все члены Евросоюза выдают визы, а те, кто их еще оформляет, делают это долго и чаще всего только под определенные даты поездки. Платежи приходится проводить через третьи страны с комиссией. В этой ситуации мы стали изучать новые, ранее нетипичные направ-

ления для поездок. У всех есть свои плюсы и минусы, которые важно знать.

На первый план направлений для деловых туристов сегодня вышла Индия, а именно ее столица Нью-Дели. Индийские партнеры заинтересованы в сотрудничестве с Россией, в том числе на государственном уровне. Все платежи можно проводить в рублях через филиал Сбера в Нью-Дели, индийская сторона самостоятельно конвертирует их в рупии. В Индии, на первый взгляд, своеобразное отношение к сервису и уровню комфорта, но это очень колоритное направление.

Более популярными стали и страны, в которые недавно переехал бизнес из России. Прежде всего, это Турция. Естественно, она всегда была в топе запросов, но из-за релокации мы отмечаем серьезный рост интереса именно к Стамбулу. Не менее популярны сегодня Объединенные Арабские Эмираты и Армения. Небольшие мероприятия теперь переместились в дружественные республики: Узбекистан, Казахстан и Беларусь. Работать там удобно, так как платежи проводятся в рублях.

Примечательно, что Китай вызывал интерес даже во время пандемии коронавируса, когда попасть туда было почти невозможно. Теперь, когда страна возобновила выдачу виз, ждем увеличения запросов на поездки в КНР. Сегодня страны, которые раньше были закрыты, готовы принимать россиян. Например, в Иране из-за санкций не работают международные сети отелей и туркомпании, но представители Исламской Республики активно приезжают в Россию, приглашают на встречи и готовы принять деловых туристов. На это направление

есть спрос. Стоит отметить Марокко и ЮАР. К этим африканским странам у российских деловых туристов возник интерес, но проведение здесь бизнес-мероприятий осложнено тем, что даже в крупных городах недостаточно обеспечена безопасность.

Многие сделали выводы из внешнеполитической ситуации и развернули активные промокампании в России. Пока есть существенные сложности, но можно рассматривать некоторые направления как перспективные. Например, в начале 2023 года частично признанная Турецкая Республика Северного Кипра пригласила российских туроператоров на ознакомительные поездки. Крупные компании уже предлагают массовые туры на Северный Кипр. Это направление интересно и для делового туризма. Здесь, как и в Турции, есть комфортабельные отели, развита инфраструктура, живописная природа и исторические памятники. Все то, что нужно для проведения цикловых конференций крупного бизнеса, которым необходимы широкий номерной фонд, конференц-залы и интересная культурная программа. Но пока на Северный Кипр можно прилететь только с пересадками турецкими авиакомпаниями.

Стоит отметить, что выбирать новые направления для деловых путешествий надо так же внимательно, как и для обычной турпоездки. Если партнеры отговаривают вас лететь в какую-то из стран, возможно, там у них нет надежных контактов, и решить возникшие на месте проблемы будет крайне затруднительно. Но переживать, что маршруты для делового туризма иссякли, не стоит – рынок продолжает развиваться, а с появлением новых направлений открываются другие возможности. ■

МОСКВА ВЫРАЖАЕТ ПОДДЕРЖКУ ДЕЛОВОМУ ТУРИЗМУ ГРАНТАМИ



АВТОР:

*Анастасия Попова,
заместитель генерального директора
по отраслевому и международному
взаимодействию Проектного офиса по
развитию туризма и гостеприимства
Москвы*

Сегодня деловой туризм составляет 20% мирового туристического рынка в денежном выражении. В 2020 году показатели отрасли упали из-за пандемии коронавируса. Согласно подсчетам ассоциации Global Business Travel Association, туристический рынок полностью восстановится к 2026 году. Показатели делового туризма столицы России за 2022 год превзошли на 6% данные 2019 года. Почти пятую часть всех путешествий в Москву составили бизнес-поездки. Данный вид туризма растет, увеличивая возможности для проведения деловых мероприятий на столичных площадках.

Почему это важно сейчас для всех игроков туристической отрасли? Международный форум или корпоратив, квест для поднятия командного духа внутри компании, встреча с потенциальными партнерами – отличные поводы для поездок в другой город или страну, в которых представители бизнеса зачастую совмещают работу и продуктивный отдых. Такие командировки относятся к понятию делового туризма.

Посещение бизнес-мероприятий помогает устанавливать новые контакты и поддерживать старые, обмениваться опытом и представлять собственное уникальное предложение на рынке. По данным исследования российской компании-туроператора деловых поездок UTS, большинство специалистов корпораций из разных отраслей ждут от командировок как эффективного решения бизнес-задач, так и отдыха.

Деловые туристы из России и из-за рубежа – щедрые путешественники. Они тратят в два раза больше, чем другие гости Москвы. Особый подход столицы России к деловому туризму оставляет у путешественников яркие впечатления о городе, в который хочется вернуться. По данным статистики, 40% деловых туристов, впервые побывав в Москве на бизнес-мероприятии, снова приезжают в столицу с семьей или друзьями.

Сегодня деловой туризм в Москве демонстрирует наибольшие темпы роста среди прочих видов индустрии путешествий. По данным Комитета по туризму города Москвы, в 2022 году 20% всех путешественников из регионов страны приезжали в столицу с бизнес-целями. Деловая Москва интересна и иностранным туристам. В 2022 году число бизнес-визитов из государств Азиатско-Тихоокеанского региона выросло на 14%. Туристы из этих стран активно посещали российскую столицу в первом квартале 2023 года. Москва становится популярной среди путешественников из Китайской Народной Республики. В первом квартале 2023 года гости из КНР приезжали в столицу России в пять раз чаще, чем годом ранее. Сегодня 40% турпотока из Китая составляют бизнес-поездки.

Столица России способствует динамичному развитию делового ту-

ристического сегмента. В 2022 году правительство Москвы запустило грантовую программу и поддержало организаторов деловых мероприятий частичной компенсацией затрат на аренду. Благодаря такому решению более 20 тысяч человек посетили 61 деловое событие в столице. Весной 2023 года правительство Москвы возобновило выдачу грантов. Его могут получить организаторы деловых мероприятий, которые пройдут до 1 ноября. По условиям гранта, конгресс, форум или другое событие должны длиться не менее двух дней, а 40% гостей нужно разместить в московских гостиницах.

Максимальный размер гранта составляет 10 млн рублей. Сумма зависит от количества участников – их должно быть не менее ста. Также грант можно увеличить, продлив мероприятие на несколько дней или проведя его в одной из столичных гостиниц. Еще один способ – включить в программу экскурсию по Москве. Город предлагает компаниям-организаторам соединять культурно-развлекательный потенциал столицы с возможностями ее инфраструктуры, чтобы, с одной стороны, получить идеально комфортную деловую поездку, а с другой – задействовать максимум городских сервисов из разных отраслей.

Заявку на грант необходимо подать в письменном виде вместе с пакетом документов не позднее чем за две недели до начала мероприятия, а в течение 15 рабочих дней после его окончания нужно представить отчетные документы. Заявки принимает Проектный офис по развитию туризма и гостеприимства Москвы. Все необходимые документы можно найти на сайте ведомства welcome.moscow. ■

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

20 Развитие технологий в событийной индустрии

26 Краткий словарь понятий событийных технологий

30 Событийные технологии: хайп и разочарование

КЕЙС

34 Система управления мероприятием номер один

38 Платформа A5000. Регистрация на мероприятиях в режиме многозадачности для компании

ИСТОРИЯ СОБЛОЖКИ

ОПЫТ

42 Технологическая революция: искусственный интеллект на службе конгрессов и выставок

46 Технологии как фактор развития мероприятия

50 Как сделать кассу: билетные технологии для событий

54 Нейросети для событийной индустрии



РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИЙ В СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ

ПО МАТЕРИАЛАМ



ВЫСТАВОЧНЫЙ
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЦЕНТР
(ВНИЦ R&C)

ФОТО:

архив мероприятий Фонда Росконгресс

Если проследить путь клиента делового мероприятия, то технологии сопровождают его на всем пути следования, начиная от мысли посетить то или иное событие до появления на площадке и общения по окончании заседаний и встреч. Некоторые вещи для нас стали привычными, такие, например, как поиск анонсов в интернете. А еще недавно это приходилось делать вручную, с помощью печатных изданий. Технологии помогают автоматизировать рутинные процессы и в разы повышают эффективность работы. Как показывают опросы организаторов событий, 90% из них согласны с тем, что EventTech положительно влияет на успех мероприятий, помогая отрасли развиваться.

ЧТО ТАКОЕ EVENTTECH

Событийные технологии (EventTech) – это программное обеспечение или приложение, помогающее планировать, проводить, подводить итоги, измерять эффективность мероприятия [1]. Сегодня есть множество типов инструментов, которые стали привычными и давно используются организаторами. Технологии для проведения мероприятий в той или иной форме существуют несколько десятилетий. Так, например, в 1962 году был представлен слайд-проектор Kodak Carousel. В 1964 году изобретен электретный микрофон, обеспечивающий большую надежность, более высокую точность. Прибор стал компактным и экономичным [2]. Когда мы говорим об EventTech, обычно имеем в виду цифровые технологии, разработанные специально для мероприятий. Их зарождение можно было наблюдать в 1980–90-е с появлением таких продуктов, как программное обеспечение для создания базы данных и систем регистрации. Для большинства специалистов сегодня, особенно для молодого поколения, трудно представить координацию посещения мероприятия без этих технологий.

Этапы рынка событийных технологий в России были отмечены на стартап-кафе EventTech, организованном Агентством инноваций Москвы в декабре 2022 года [3]. По мнению экспертов, в 2020 году с пандемией коронавируса началось широкое внедрение виртуальных

и гибридных платформ, которые в настоящее время стали частью инструментария организаторов событий. Другие инновации, такие как искусственный интеллект (AI), 5G, а также дополненная (AR) и виртуальная (VR) реальности, продолжают активно развиваться и, как отмечают эксперты, окажут значительное влияние на будущее отрасли. В последние два года растет интерес к технологиям, позволяющим повысить эффективность событий как для организаторов, так и для участников, при этом снизив операционные издержки на организацию мероприятий. Возможный вариант классификации основных категорий событийных технологий приведен в книге Дензила Ренкина и Марко Джигерти «Переосмысление жизни: будущее индустрии выставок, конгрессов, ивентов» [4].

СТРУКТУРА РЫНКА СОБЫТИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Весной 2023 года портал Skift Meetings опубликовал исследование, в котором заявил, что технологии сделали организацию и проведение мероприятий проще. Эксперты изучили опыт более 70 компаний, сравнили свыше 60 платформ событийных технологий. В исследовании представлена классификация инструментов EventTech [5].

Событийный маркетинг. Он включает в себя все действия по продвижению и брендингу, которые происходят до и во время мероприятия.

Здесь входят веб-сайты событий, маркетинг с помощью электронной почты, а также дизайн и брендинг материалов, включая технологические платформы и приложения.

Почти всегда (в 95% случаев) поставщики предлагают брендирование решений. Но у каждой платформы своя глубина кастомизации, что следует учитывать при принятии решения. По крайней мере, базовая персонализация в настоящее время распространена повсеместно, что имеет смысл, учитывая важность брендинга для создания и проведения маркетинговых мероприятий. Такие инструменты, как рассылки по электронной почте с использованием шаблонов, автоматизация имейл-маркетинга, конструкторы лендингов и услуги SEO-оптимизации предлагают многие из сервисов.

Покупка билетов, регистрация. Технологии могут помочь эффективнее реализовать приглашения на мероприятия и обеспечить более высокий процент явки. Билетные сервисы значительно автоматизируют работу. То, для чего раньше требовались недели работы команды из пяти человек, отвечающих за лендинг, документооборот, организацию продаж, рекламу события, теперь занимает 10 минут. Даже бесплатное размещение анонса на билетном сервисе дает хороший трафик, а за небольшие деньги можно получить прицельное продвижение.

Свои или интегрированные сервисы продажи билетов предлагает

ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА EVENTTECH В РОССИИ

Технологии для пользователей 2010-е гг.

Развитие преимущественно «консьюмерских» технологий, позволяющих купить билет или зарегистрироваться на мероприятие. Бизнес-процессы организаторов мероприятий не автоматизированы.

Цифровизация профессиональных игроков рынка 2017–2019 гг.

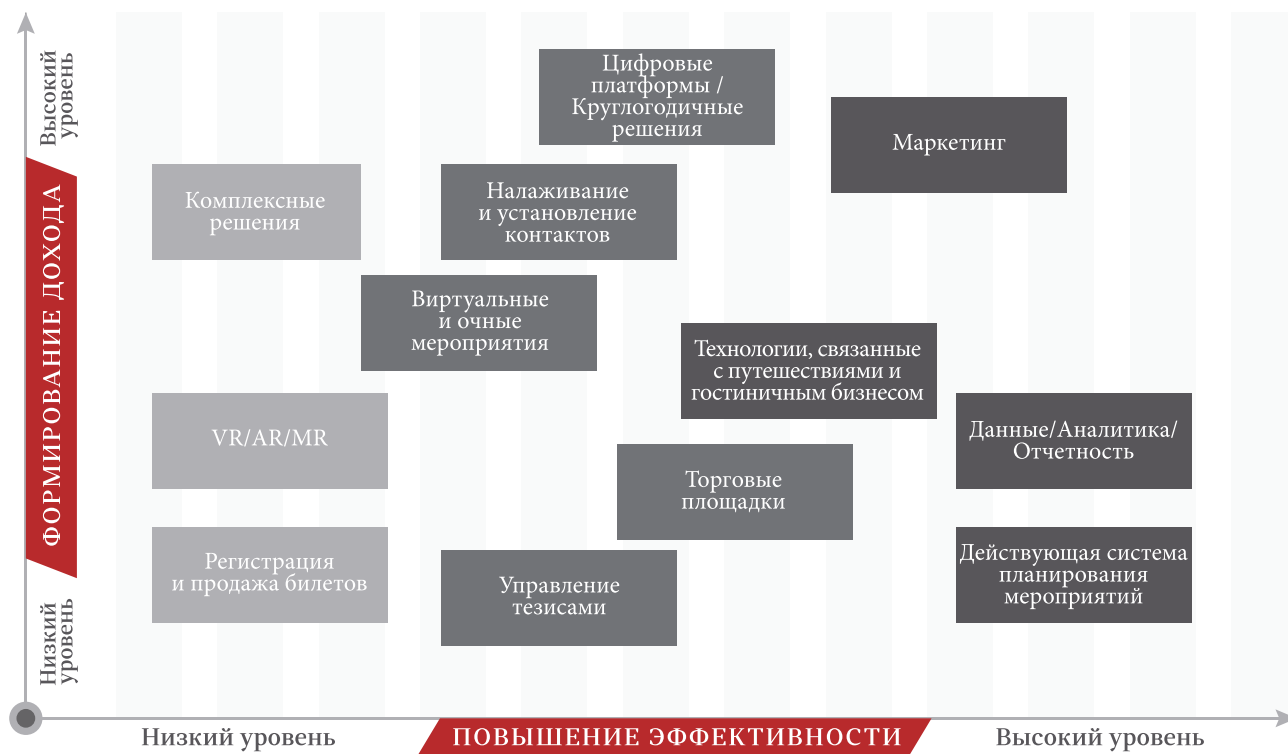
Организаторы мероприятий массово и хаотично внедряют технологические решения: от CRM до VR. Стратегическая необходимость не обосновывается.

Фокус на эффективность 2020–2023 гг.

Внедрение технологий, повышающих операционную эффективность организаторов мероприятий.

Источник: Агентство инноваций Москвы, 2022 г.

ОСНОВНЫЕ КАТЕГОРИИ СОБЫТИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ



Источник: Дензил Ренкин, М. Джиберти «Переосмысление жизни: будущее индустрии выставок, конгрессов, ивентов», издательство «Таро», Санкт-Петербург, 2021 г.

большинство поставщиков: 72% из них интегрированы со сторонними платформами. Динамическое ценообразование предлагают порядка 40% компаний. Платформы в процессе регистрации также могут предложить такие возможности, как бронирование гостиницы, фотографирование для аккредитации по распознаванию лиц и другое. Большая часть компаний (87%) рекомендует собственные системы регистрации.

Сегодня участники могут пройти на площадку мероприятия по QR-коду на экране смартфона, бейджи выдаются по биометрическим параметрам участника или посетителя. Сервис позволяет делегатам видеть друг друга и знакомиться, а организаторам контролировать присутствие гостей. Единственное условие – стабильный Wi-Fi на площадке в любое время. Онлайн-сервисы регистрации оптимальны для небольших событий, которые длятся несколько часов и в них принимают участие до 500 человек.

Современный стандарт – бесшовные и бесконтактные сервисы – был создан по запросам организаторов из-за ограничений, связанных с пандемией коронавируса. Так, три четверти компаний (75%) для прохождения регистрации предлагают различные виды сканирования. Больше половины (59%) поддерживают печать бейджей на мероприятия, а 44% рекомендуют распечатать билет дома или в офисе. Только 20% компаний предлагают решения с NFC или RFID, которые используются для умных бейджей. Распознавание лиц встречается лишь у 11,5%.

Управление мероприятиями. Это довольно широкий термин, который относится к инструментам для администрирования операций с различными аспектами события. Он включает в себя регулирование списков участников, спикеров и сессий, взаимоотношение со спонсорами, экспонентами и многое другое.

Управление посетителями, включая возможность удалять или блокировать их, является наиболее доступной функцией (91,8%). За этим следует работа с экспонентами и спонсорами (90,2%). На третьем месте – управление контентом и спикерами (86,9%), а управление тезисами включено примерно в половину платформ. Только четверть платформ занимается наградами. Точно так же функции построения планов этажей и залов не являются широкодоступными: 37,7% и 23% поставщиков соответственно предлагают эти инструменты.

Мобильные приложения. Они стали неотъемлемой частью деловых событий и позволяют посетителям на ходу просматривать важную информацию, такую как программа мероприятия и места проведения сессий, а также являются важным инструментом для нетворкинга. Мобильные приложения помогают завязать знакомство, а значит, делают событие эффективнее и повы-

шают его востребованность. Они позволяют участникам максимально использовать свои возможности благодаря таким функциям, как чат-боты, которые дают мгновенные ответы на вопросы, карты – для ориентации в конференц-центрах. Технология прямой трансляции позволяет посетителям подключаться к сессиям в режиме реального времени из разных точек мира, что увеличивает охват аудитории.

Различные функции мобильного приложения для проведения мероприятий, предлагаемые половиной поставщиков событийных технологий, популярны у организаторов. Для взаимодействия с аудиторией с помощью чатов и опросов их используют 82% компаний. Предоставляют списки, профили и поиск экспонентов, спонсоров, посетителей, контента, сессий, возможности создания собственного расписания и личных сообщений – 75%. Сканирование бейджей – 67,2%. Размещение нескольких событий в приложении – 62,3%. Обмен контактами между участниками – 57,4%. Мониторинг посещаемости сессии и зала – 50,8%. А поиск маршрута предоставляют только 14,8% компаний.

Видеотрансляции. После пандемии коронавируса многие поставщики этот пункт указывают в своем портфеле предложений. Большинство (87%) могут встраивать видеопотоки с YouTube и Vimeo, 77% работают с Zoom. С 54 до 45% сократилось количество компаний, которые предлагают собственные разработки для видеотрансляций. Возможно, это связано с дороговизной поддержки и развития программной части. Автоматические субтитры предлагают 44%, а созданные человеком – 31% компаний. Многоязычный аудиоперевод есть у 43%, а сурдоперевод – у 31% поставщиков.

Отчетность. Еще одно последствие пандемии для отрасли – организаторы привыкли к достоверным данным, которые они получали по окончании виртуальных мероприятий. Аналитика и отчетность важны

для любых событий, поскольку они позволяют организаторам отслеживать информацию, измерять ключевые показатели эффективности (KPI) и сравнивать их. Отчеты о посещаемости, регистрации и вовлеченности являются стандартными функциями, которые предлагают практически все платформы для проведения мероприятий.

Технологии позволяют отслеживать обратную связь в реальном времени, чтобы гибко реагировать на ситуацию и готовить объективные отчеты по итогам. Информацию о посещаемости, регистрации и вовлеченности предоставляют 90% платформ для проведения мероприятий. Отчеты о почтовой рассылке – 77%, лидах – 73,8%, видеотрансляции – 73,8%. Порядка половины платформ готовы предоставить информацию об использовании мобильных приложений – 63,9%, о баннерной рекламе – 45,9%. Отчеты о бюджете подготовят 19,7%, а о бронировании отелей – 18% компаний.

Управление содержанием. Хранение контента – наиболее распространенная функция, которая существует у 85% платформ, треть из них может редактировать видео. В целом управлять контентом после мероприятия могут больше половины компаний – 56%. При этом 18% провайдеров обеспечивают такую функцию, как автоматические резюме или сводка. Технологии позволяют создать контент после мероприятия. Качественные видеозаписи докладов можно делать почти автоматически. Это гораздо проще, быстрее и дешевле традиционного видеопродакшена.

Прочие категории. Технологические решения востребованы на всех этапах управления мероприятием. Существует длинный перечень прочих категорий, которые являются второстепенными, либо только зарождаются. Сюда входят решения для управления ассоциациями, открытия мероприятий, поиска и выбора мест проведения, ботов, тепловых карт и датчиков местоположения внутри помещений, планиро-

вания и многое другое. По мнению экспертов, некоторые потребности в технологиях для событий сегодня остаются незакрытыми. Например, программные решения по управлению площадкой проведения мероприятий в России на данный момент представлены слабо.

Эксперты отмечают дефицит современных систем аналитики, которые позволяют оценивать вовлеченность и удовлетворенность участников события в режиме реального времени и автоматически формировать отчеты об успешности мероприятия. Например, самая востребованная включает анализ оцифрованных биометрических параметров, таких как движение зрачков, улыбка, частота пульса. Российские решения пока не могут заместить отдельные продукты зарубежных компаний, ушедших из России в 2022 году. Например, нет полноценных отечественных аналогов систем для голосования во время мероприятий.

СОБЫТИЙНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЦИФРАХ

EventTech – это небольшой сегмент событийного рынка. В 2022 году в Российской Федерации на сервисные услуги с учетом направления EventTech приходилось 18% от общего оборота. При этом в данном сегменте работали 12% от всех компаний российской событийной индустрии [6].

Как отметили участники стартап-кафе EventTech, наибольший спрос на технологии сегодня наблюдается у организаторов деловых событий (64%). Результаты опроса специалистов показали, что образовательные и научные мероприятия нуждаются в них (36%). Для развлекательных событий технологии полезны (25%). Организаторы спортивных мероприятий также их используют (14%) [3].

КОМПАНИИ EVENTTECH

В мире три четверти поставщиков событийных технологий (78,7%) ра-

ботаю в отрасли более шести лет, что говорит в целом о зрелости рынка. На начало 2023 года доля компаний, которые существуют один-три года и специализируются на таких услугах, составила 5%. Только одно предприятие работает на рынке несколько месяцев. Это явный признак того, что бум новых компаний, занимающихся технологиями проведения мероприятий, прошел.

Две трети предприятий (65,6%) относятся к малому бизнесу, так как в них работает менее 100 человек. В большинстве своем EventTech – это все еще рынок стартапов. И только в 10% всех компаний занято более 500 сотрудников. Но эти организации, помимо технологий для мероприятий, предлагают и другие услуги.

Почти половина (43%) всех клиентов, которые чаще всего заказывали цифровые решения для своих событий – это компании из таких отраслей, как фармацевтика, медицина, финансы и ИТ. На выставочную отрасль приходится всего 10%, некоммерческий сектор – 11,5%, а на науку и образование – 5%. В ходе опроса 69% компаний отметили увеличение спроса на свои услуги по сравнению с 2022 годом, 18% указали, что у них ничего не поменялось, а 10% сообщили о снижении запросов.

Рынок среди поставщиков событийных технологий в 2023 году стал более конкурентным, так считают 44% респондентов. Однако более четверти опрошенных (27,9%) утверждают, что конкуренция снижается, и у 26,2% компаний она осталась на прежнем уровне. Слияния и поглощения на рынке за последнее время могли повлиять на предполагаемую конкуренцию, и в значительной степени она может компенсироваться более высоким уровнем спроса [5].

Ожидается, что виртуальные и гибридные мероприятия будут менее востребованы во всех регионах, кроме Азиатско-Тихоокеанского региона, где почти половина сове-

щений и мероприятий планируется провести в таких форматах. А две трети респондентов считают, что количество очных событий вернется к допандемийному уровню в течение года или двух лет [7].

Предполагается, что расходы на мероприятия вырастут во всем мире и средняя стоимость на одного участника также увеличится: на 1,5% для небольших и простых совещаний, до 3% для конференций и выставок. В данный момент индустрия событий переживает беспрецедентный подъем. Прогнозируется большее количество мероприятий, участников, рост бюджетов. Сегодня усиливается акцент на партнерские отношения, устойчивость, разнообразие, справедливость и инклюзивность, а также технологии. Встречи и мероприятия вернулись, но способ их планирования меняется.

Как и ожидалось, за последний год количество очных мероприятий, поддерживаемых поставщиками событийных технологий, увеличилось. В 2022 году их было 46%, в 2023-м прогнозируется 56%. Эксперты считают, в 2023 году сокращение онлайн-мероприятий достигнет 26%, что на 9% меньше, чем в 2022-м. Падение доли гибридного формата ожидается с 23% до 21%. Хотя организаторы таких мероприятий, возможно, стали больше ориентироваться на офлайн-участников и предоставлять различные варианты взаимодействия с контентом [5].

Эти тенденции подтверждаются и данными Международной ассоциации конгрессов и конференций ИССА. Многие организации возвращаются к очным мероприятиям. Потребность в виртуальных событиях резко сократилась. По итогам 2022 года их доля составила всего 12% от общего числа всех проведенных ротируемых мероприятий ассоциаций в мире, а в 2023 году почти для 70% организаций частота личных встреч остается на допандемийном уровне или будет увеличиваться [8].

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ УСПЕХА ТЕХНОЛОГИЙ

Интеграция. Для игроков рынка становится важным фактором способность событийных технологий интегрироваться и синхронизироваться с другими платформами и инструментами, такими, например, как CRM. Более 80% поставщиков предлагают варианты единого входа (SSO) и / или открытые API, поэтому планировщики могут рассчитывать на некоторую степень функциональной совместимости от большинства решений на рынке. Однако пользователям следует изучить продукт, чтобы убедиться, что он будет соответствовать их потребностям. Что касается интеграции с определенными типами платформ, CRM и систем автоматизации маркетинга, то большинство поставщиков предлагают эту опцию. Например, 37,7% компаний интегрируют продукт с инструментами выставления счетов или бухгалтерского учета.

Поддержка. Она является еще одним важным фактором для компаний при выборе EventTech-партнера и широко доступна. В общей сложности 83,6% поставщиков включают в соглашения обязательства по поддержке. Сейчас все компании предлагают клиентам адаптацию и обучение работе с продуктом. Почти все готовы обеспечить удаленную поддержку в день мероприятия. Более двух третей (70,5%) поставщиков в мире делают это круглосуточно. При этом большинство предлагают помощь в онлайн-чате (86,9%) и по телефону (77%). Некоторые предоставляют выделенных менеджеров проектов для клиентов/событий, которые помогают поддерживать клиентские программы и обеспечивать максимальную отдачу от платформы.

Конфиденциальность и безопасность данных. Сегодня это одна из самых горячих тем на мероприятиях, особенно с появлением инструментов онлайн-взаимодействия. Что касается владения данными, то большинство поставщиков (80,3%) разрешает организатору обла-

дать информации пользователя и управлять ими.

Белая маркировка. Она позволяет организаторам полностью удалить фирменный стиль платформы и включить стиль мероприятия или компании. Это популярная функция, предлагаемая 88,5% поставщиков.

Разделение. В зависимости от потребностей конкретного мероприятия организаторам могут потребоваться только определенные инструменты, такие как мобильное приложение или виртуальная платформа. Большинство поставщиков технологий (85,2%) разрешают клиентам использовать только одну часть своего продукта.

Локализация. С ростом числа виртуальных мероприятий и расширением охвата, который они обеспечивают, возможность адаптировать платформы, программное обеспечение к культуре какой-либо страны, например, к различным языкам или локализации, как никогда важна. Около половины платформ мо-

гут быть адаптированы для работы на любом языке [5].

ПРОДОЛЖЕНИЕ СЛЕДУЕТ

Эксперты отмечают, что рынок EventTech оправился от пандемии коронавируса и стал отвечать на вызовы времени, начал меняться. На первый план в сфере событийных технологий выходит не столько возможность решения задачи, сколько удобство их использования и получение подробной аналитики.

Сейчас офлайн-мероприятия снова востребованы, но возможности, которые предоставляет гибридные события, никуда не исчезли, и потребность связывать на одной цифровой платформе и тех и других участников осталась. Технологии для проведения мероприятий позволяют организаторам создавать незабываемые впечатления и продлевать жизнь конгресса и выставки продолжительное время после того, как они закончились, а спикеры и участники разошлись по домам. ■

► Ссылки и источники

1. *Event Technology: The Ultimate Guide for 2023*, [электронный ресурс] // URL: <https://www.bizzabo.com/blog/event-technology-guide>
2. *1962-2022: A 60-Year Timeline of Events Technology Innovation*, [электронный ресурс] // URL: <https://www.corbinball.com/article/29-futurism/263-60yeareventtechtimeline>
3. *Стартап-кафе EventTech, Агентство инноваций Москвы, 2022*, [электронный ресурс] // URL: <https://innoagency.ru/analytics>
4. *Дензил Ренкин, Марко Джиберти, Переосмысление жизни. Будущее индустрии выставок, конгрессов, ивентов; издательство «Таро», Санкт-Петербург, 2021.*
5. *Skift Meetings Event Technology Made Simple – 2023 Edition*, [электронный ресурс] // URL: <https://meetings.skift.com/reports/event-technology-made-simple-2023-edition/>
6. *Событийная индустрия России, Выставочный научно-исследовательский центр (ВНИЦ) R&C, 2022*, [электронный ресурс] // URL: <https://rnc-consult.ru/research>
7. *2023 Global Meetings and Events Forecast*, *American Express, 2023*, [электронный ресурс] // URL: <https://www.amexglobalbusinesstravel.com>
8. *Association Meeting Needs- ICCA 2023 Association Survey*, [электронный ресурс] // URL: <https://www.iccaworld.org/global-industry-news>





КРАТКИЙ СЛОВАРЬ ПОНЯТИЙ СОБЫТИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

ПО МАТЕРИАЛАМ



ВЫСТАВОЧНЫЙ
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЦЕНТР
(ВНИЦ R&C)

ФОТО:

crstrbrt – Фотобанк Фотодженика

С развитием информационных технологий в повседневную жизнь входят новые термины. Это касается и событийной индустрии. Использование правильной терминологии помогает упростить общение и обеспечить точность и ясность изложения информации. Выставочный научно-исследовательский центр (ВНИЦ) R&C совместно с Комитетом по информационным и коммуникационным технологиям Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ) подготовил краткий словарь терминов и понятий в сфере EventTech.

EventTech (англ. – **событийные технологии**), **технологии проведения мероприятий / ивент-технологии** – это любой инструмент, приложение или программное обеспечение, которые помогают планировать, проводить и измерять, подводить итоги мероприятия.

ОСНОВНЫЕ КАТЕГОРИИ ИВЕНТ-ТЕХНОЛОГИЙ

Комплексные решения. Интегрированные пакеты программных решений для комплексного управления циклом мероприятий.

Цифровые платформы. Готовые программные решения, доступные по подписке, для организации и проведения мероприятий.

Программные продукты / Решения для планирования мероприятий. Программные решения, связанные с управлением деятельностью в рамках планирования событий.

Управление площадкой проведения мероприятий. Программные решения по управлению объектами недвижимости, позволяющие автоматизировать процессы ведения реестра учета площадок проведения и графика их загрузки, управлению договорами аренды и расчетами с арендаторами, эксплуатации объектов недвижимости.

Торговые площадки. Программные решения, которые позволяют объединить покупателей и продавцов конкретных отраслей, либо масштабируют взаимодействие на межотраслевом рынке.

Маркетинг. Программные решения, предназначенные для стимулирования маркетинговых усилий и привлечения участников и экспонентов, спонсоров. К маркетингу также относятся кампании в социальных сетях, рассылки по электронной почте, SEO, SEM и ретаргетинг.

Регистрация и продажа билетов. Технологии (аппаратное и программное обеспечение), обеспечивающие процесс регистрации участников меро-

приятий, формирование списков делегатов, проведение оплаты и покупки билетов, организации контроля доступа на площадку.

Взаимодействие с участниками мероприятий. Программное обеспечение, ориентированное на обеспечение сетевого взаимодействия между участниками – голосование, опросы, геймификация, вопросы спикерам и прочее, подбор квалифицированных потенциальных клиентов, формирование и поиск возможностей для подбора партнеров и организации встреч между покупателями и продавцами.

Виртуальные и очные мероприятия. Программные платформы, ориентированные на проведение онлайн- и виртуальные мероприятия, включая прямые трансляции и предоставление материалов по запросу.

VR/AR/MR. Аппаратные и программные решения, включающие виртуальную (VR), дополненную (AR) или смешанную реальность (MR).

Управление контентом. Инструменты для создания контента мероприятий: составитель и редактор повестки дня, управление регистрацией сессий и порталы для спикеров. Программное обеспечение как услуга может использоваться также для обработки информационных и приглашительных писем. С его помощью можно упростить процесс рассылки, просмотра определения содержимого и планирования связанных действий.

Технологии, связанные с путешествиями и гостиничным бизнесом (для очных мероприятий). Программные решения, которые помогают организаторам предоставлять своим участникам, экспонентам или спонсорам жилье и прочие удобства на время проведения мероприятий. К этому относятся также транспорт, отели и сопутствующие услуги.

Данные, аналитика, отчетность. Программные решения, которые позволяют организаторам мероприятий агрегировать и анализировать данные для всевозможных сценариев использования, а также формировать отчеты

и предоставлять информацию заинтересованным сторонам.

Соавторство человека и нейронной сети. Контент делового мероприятия разрабатывается искусственным интеллектом. Для создания практичной и полезной программы конгрессного мероприятия нейросеть анализирует материалы новостей, статей, интервью и отраслевых исследований по требуемой тематике и выделяет ключевые проблемы и темы, а также самых авторитетных экспертов по ним.

Прочие категории. Существует длинный перечень прочих категорий, которые либо являются второстепенными, либо только зарождаются. Сюда входят решения для управления ассоциациями, открытия мероприятий, поиска и выбора мест проведения, ботов, тепловых карт и датчиков местоположения внутри помещений, планирования и многое другое.

ФОРМАТЫ СОБЫТИЙ

Онлайн-мероприятие. Взаимодействие с участниками и посетителями осуществляется без очных коммуникаций с помощью специализированного программного комплекса – платформы мероприятия, обеспечивающего удаленный доступ к месту проведения события. Программа мероприятия реализуется в интернете в точно установленные и заранее объявленные сроки в соответствии с опубликованным графиком проведения. Доступ на событие осуществляется по ссылке – сетевому адресу, направленному участникам и опубликованному в интернете, если оно доступно для свободного посещения.

Гибридное мероприятие. Событие, на котором взаимодействие с участниками и посетителями осуществляется одновременно в режимах очного присутствия и удаленного доступа.

Виртуальная выставка. Онлайн-мероприятие в интернете, имеющее все признаки выставки: период и место проведения, экспозиция, участники и посетители. Организатор такого события не является участником рынков демонстрируемых товаров и услуг.

При этом число участников виртуальной выставки из одного сегмента рынка должно быть не менее 10.

Гибридная выставка / ярмарка. Выставочно-ярмарочное мероприятие, которое проводится одновременно на физической площадке и в виртуальной среде, максимально используя синергию форматов для повышения качества события и увеличения охвата аудитории.

Виртуальное конгрессное мероприятие. Событие, условно не ограниченное в пространстве, реализуемое на основе интернет-ресурса, посредством которого его организатор предоставляет возможность зарегистрированным участникам обмениваться знаниями и опытом, вести дискуссию.

Гибридное конгрессное мероприятие. Событие, в котором одни, зарегистрированные, делегаты физически присутствуют на площадке, а другие – принимают участие на дистанционном удалении с применением современных интернет-технологий.

Очное конгрессное мероприятие / конгрессное мероприятие офлайн. Событие, ограниченное во времени и пространстве, на котором зарегистрированные делегаты физически присутствуют на площадке проведения и лично принимают участие в активностях.

Иммерсивное деловое мероприятие. Реальность, которая создается для гостей события посредством особой организации сценического пространства и специального аудиовизуального контента (англ. Immersive – создающий эффект присутствия, погружения). Такая форма события предполагает принципиально другой подход к гостям. Пьеса, режиссура, сценография – все здесь подчинено погружению зрителя в игру.

Иммерсивная конференция. Ивент технология, которая позволяет в рамках традиционной конференции создать особое пространство, где участники смогут погрузиться в выбранную тематическую среду.

Иммерсивные технологии. Иммерсивность (англ. Immerse – погружать) –

это свойство контента за счет применения различных, прежде всего аудиовизуальных, технологий погружать пользователя в содержание. В идеале эффект достигается путем воздействия на все органы чувств человека, однако современным технологиям еще далеко до такого масштабного охвата. В наши дни виртуальность ограничивается тем, что пользователь видит, слышит и в редких случаях ощущает ее тактильно. Запах и вкус на данный момент нашли весьма ограниченное применение в иммерсивных технологиях.

ПРИМЕРЫ ИММЕРСИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Виртуальная реальность (англ. Virtual Reality, VR). Созданный компьютером мир, доступ к которому можно получить с помощью иммерсивных устройств – шлемов, перчаток, наушников. Виртуальная среда полностью заменяет реальный мир, не реагируя на его изменения, при этом пользователь может воздействовать на нее, погружаясь, к примеру, в видеоигру.

Дополненная реальность (англ. – Augmented Reality, AR). Она добавляет реальному миру слои. То есть люди могут по-прежнему взаимодействовать с физической средой, получая до-

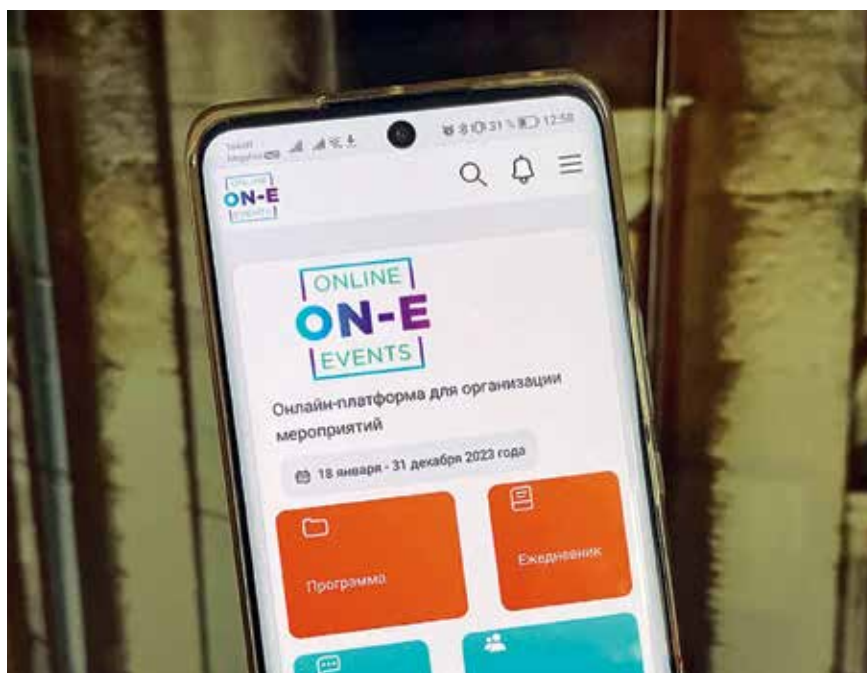
полнительную информацию от своих устройств или приложений дополненной реальности.

Смешанная реальность (англ. – Mixed Reality, MR). Наложение искусственного контента на реальный мир. Но в отличие от AR, искусственный мир привязан к реальному и взаимодействует с ним, например, хирурги накладывают виртуальные изображения на пациента во время операции. Ключевой характеристикой MR является то, что виртуальный и реальный контент могут реагировать друг на друга в режиме реального времени.

Расширенная реальность (англ. – Extended Reality, XR). Собирает понятие для обозначения сконструированной реальности в целом – VR и AR.

Реальная реальность (англ. – Real Reality, RR). Объективная или настоящая реальность. ■

Редакция выражает благодарность членам Комитета по информационным и коммуникационным технологиям Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ) генеральному директору компании «СК-Информика» Сергею Журавлёву и генеральному директору компании «Эксподат» Мартину Киламти за помощь в подготовке материала.



Издается при поддержке Торгово-промышленной палаты Российской Федерации

www.congresstime.ru

CongressTime

Время конгрессов



Подписаться
сейчас!

Получайте бесплатно
журнал CongressTime
в электронной
и печатной версии



Оформите бесплатную
подписку на сайте
www.congresstime.ru



ВЫСТАВОЧНЫЙ
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЦЕНТР
(ВНИЦ R&C)



СОБЫТИЙНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ: ХАЙП И РАЗОЧАРОВАНИЕ

АВТОР:

Роман Крученик,
коммерческий директор компании
«Ивентишес», платформа Event Rocks

ФОТО:

архив мероприятий
фестивалей NUR
и «Таврида.АРТ»

В событийной индустрии технологии решают несколько задач: удивлять, содавать эмоции и впечатления, делать мероприятия удобнее и эффективнее. Для их решения есть несколько инструментов, выбор которых зависит от концепции события, аудитории, бюджета. Команда платформы Event Rocks проанализировала, какие технологии сегодня полезны, что создает «вау-эффект», а также рассмотрела на горизонте новые паттерны использования мобильных приложений для мероприятий.

ЭТОТ ВИРТУАЛЬНЫЙ, ВИРТУАЛЬНЫЙ МИР

Весной 2023 года Марк Цукерберг закрыл проект своей метавселенной Horizon Worlds. Его примеру тихо, не привлекая особого внимания, последовали компании Disney, Microsoft и другие разработчики. Миллиарды долларов инвестиций и тысячи человеко-часов оказались никому не нужными и не принесли пользы.

А так хорошо все начиналось. Слово «метавселенная» встречалось почти в каждой подборке трендов событийной индустрии. А если в пресс-релизе о конференции упоминалось, что она пройдет в метавселенной, то количество публикаций и перепостов зашкаливало. Но на волне хайпа нужно не только удержаться, но и уметь управлять, чтобы двигаться к цели. Не всем это удается.

В декабре 2022 года Департамент внешней помощи Европейской комиссии организовал 24-часовую пляжную вечеринку в метавселенной, чтобы рассказать молодым людям о том, чем занимается ЕС. Событие обошлось в €387 тысяч. На виртуальной пати оказалось всего шесть человек. Об этом сообщил в Twitter журналист Винс Чедвик. Представитель Европейской комиссии прокомментировал Europe News Next, что вечером к гала-концерту подключились 300 человек. Он отметил, что для привлечения внимания молодежи интерфейс нужно делать более удобным и привлекательным, но осадок остался.

Подобных провальных мероприятий было немало. Произошло это по многим причинам. Люди так и не поняли, зачем нужны метавселенные, когда есть привычные Zoom, мессенджеры и другие VR-чаты. Метавселенные были хороши для пиара, а тратить деньги на мощный компьютер и шлем за несколько сотен долларов хотели немногие. Пользователям было и так неплохо в своем виртуальном мире.

В апреле 2020 в игре Fortnite рэпер Трэвис Скотт исполнил четыре песни. Виртуальный мини-концерт собрал свыше 12 млн зрителей. Рэпер заработал баснословный гонорар – \$20 млн, что в двадцать раз больше, чем он тогда получал за живой концерт. Пользователи подключились к шоу в игре не только потому, что он популярный исполнитель, но и из-за того, что не пришлось покупать дополнительное оборудование – трансляция была доступна с любого устройства, на котором установлена Fortnite.

Однако виртуальные технологии нечасто используют в событийной индустрии. Подготовка VR-контента стоит дорого, конструкторов для самостоятельной разработки мало. А для оправдания затрат на изготовление VR-презентации или игры их надо использовать много раз.

С дополненной реальностью (AR) ситуация хуже. Например, в 2018 году в iPhone появилось приложение «Рулетка» – с помощью камеры можно было измерить что-то не очень большое, вро-

де ширины стола. Apple запустила собственную платформу для разработки AR-приложений. Но такие программы не пользовались спросом. Не появились четкие сценарии применения подобных технологий на мероприятиях. Можно поставить на входе в зал стойку с QR-кодом, при наведении на который на экране смартфона появятся стрелки-навигаторы. Но простой указатель или карта выставки в мобильном приложении справятся не хуже, а стоит это будет в разы дешевле. В новых условиях, когда бюджет мероприятия расходуется особенно разумно, рачительный организатор задается вопросом: «Будет ли польза от VR- и AR-контента, они сделают событие более эффективным и комфортным?». Ответ может быть положительным. Например, застройщики могут продемонстрировать в VR планировки квартир, а гостиничные комплексы – инфраструктуру и номера в дополненной реальности. Но как показывает практика, «вау-эффекта» от VR и AR сейчас нет.

ВИРТУАЛЬНЫЕ СОБЕСЕДНИКИ

Чат-боты – еще одна технология, которую незаслуженно вознесли. Они должны были помогать участникам мероприятий ориентироваться в программе и находить потенциальных партнеров. Но чем чаще использовали чат-боты, тем больше росло разочарование. Оказалось, что виртуальные собеседники не очень-то умны и не могут быть полноценными ассистентами. Бот может дать ответы только на вопросы, которые предусмотрели организаторы мероприятия. Они теряются в общем потоке телеграм-чатов и каналов. Могут зависнуть или долго отвечать. И если бот должен предоставлять программу мероприятия, то он работает хуже буклета или расписания в приложении.

Но списывать технологию со счетов все-таки не стоит. Например, у ботов есть проблема – они не понимают запросы на естественном языке. То есть им нельзя задать вопрос точно так же, как мы это делаем, когда обращаемся к поисковику. Возможно, внедрение искусственного интеллекта сделает ботов более умными и понимающими: они

смогут получать, обрабатывать информацию из внешних источников. Но, скорее всего, это произойдет не в краткосрочном будущем.

ГИБРИДНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

Смешанный формат событий, сочетающий онлайн и офлайн, открыл новые горизонты: мероприятия перестали быть локальным, гости могут выступать и участвовать в сессиях из любой точки мира. Если до 2020 года онлайн был продающей «вау-фишкой», то теперь это требование участников: «Не будет трансляции? Нам неинтересно!».

По данным исследования Event Technology Made Simple – 2023 Edition, проведенного порталом Skift Meetings, сегодня гибридный формат эволюционировал – он больше ориентирован на офлайн-посетителей. Доля таких событий в 2023 году по сравнению с 2022-м изменится незначительно и снизится на 2%.

Гибридные мероприятия похожи на просмотр телевизионной программы в прямом эфире с возможностью позвонить и задать вопрос. Все участники получают приблизительно одинаковый контент, но у гостей в студии больше возможностей. Гибрид 2.0 подразумевает более глубокий подход к формированию онлайн-части события, которая отличается от основной программы. Например, могут быть отдельные онлайн-сессии в формате вопросов и ответов, эксклюзивные мастер-классы, собственный нетворкинг, а также специальные цифровые подарки. Для развлекательных мероприятий нужны длительные активности, которые бы удерживали людей. Например, игры Pixel Battle, когда участники из одной группы рисуют картину и не дают другим испортить рисунок.

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ

Самая горячая тема года – искусственный интеллект, но подходить к ней надо с холодной головой. Сейчас много доступных ИИ-сервисов, которые можно попробовать. Однако легкость их использования обманчива.

Летом 2022 журнал Cosmopolitan украсила девушка в скафандре, идущая по Марсу. Было объявлено, что это первое издание с иллюстрацией на обложке, созданной искусственным интеллектом всего за 20 секунд. Но когда ажиотаж стих, автор идеи Карен Ченг рассказала, что она потратила около 100 часов на работу с нейросетью Dall-E 2 и сгенерировала более одной тысячи изображений, чтобы выбрать подходящий вариант. В итоге иллюстрацию пришлось дополнительно обрабатывать в фотешопе.

Команда платформы Event Rocks провела эксперимент. Перед нейросетями были поставлены стандартные задачи организаторов конференций – подготовка инструкции для участников события и написание постов в соцсетях. В результате тексты получились сухими, с общими словами и фактическими ошибками. Например, искусственный интеллект анонсировал проведение мероприятия в ресторанах, которых нет в городе, а в контент-плане появилось предложение поздравить участников с окончанием обучения, хотя об образовании в задании не было и речи. Работа с изображениями требует времени для подготовки запросов и отбора вариантов. Но при этом на удивление неплохими получились презентация и музыкальная тема для события. Искусственный интеллект – это не волшебная кнопка «Сделай хорошо», а набор инструментов, с которыми нужно учиться работать и быть готовым самостоятельно доводить полученное до нужного результата. Например, компания InEvent сделала более сотни текстов ботом ChatGPT, а теперь генерирует в нем персонализированные письма.

Несмотря на все недоработки искусственного интеллекта, организаторам стоит привлекать его к работе. Он поможет проанализировать итоги прошлого мероприятия, обработать анкеты, отзывы, затраты, представить сильные и слабые стороны проекта. Например, если на какой-то площадке нужна регистрация по QR-коду, можно выяснить, представители каких компаний, отраслей и городов заинтересованы в такой услуге.

В августе 2022 года в Новосибирске состоялся международный форум «Технопром», в рамках которого прошло более 200 событий, его посетили 9000 гостей. Полная программа мероприятия с описанием круглых столов, списком спикеров занимала 363 страницы. Организаторы решили собрать из открытых источников информацию о научных и профессиональных интересах участников и создать индивидуальную программу. Однако к началу форума сделать это не удалось. Тогда организаторы использовали мобильное приложение со встроенным сервисом, который выдавал подходящие активности на основе введенных данных. Такая функция помогла отсеять нерелевантные мероприятия и сформировать список интересов.

СТОИТ ПРИСМОТРЕТЬСЯ

В 2021 году компания «Яндекс» представила технологию синхронного перевода видеороликов, а через год продемонстрировала перевод прямых трансляций. Пока технология функционирует только в «Яндекс.Браузере» и не всегда идеально. Но специалисты компании постоянно улучшают систему и добавляют новые языки. А для событий офлайн или трансляций с мероприятий есть платформа Worldly. Одна из главных ее особенностей – возможность подключать профессиональные словари и широкая интеграция со сторонними приложениями. Кроме того, Worldly генерирует и переводит субтитры, различные подписи и стенограммы. Но пока большая часть автоматических переводчиков работают хуже человека. Есть и проблемы с генерацией голоса, подбором интонаций. Однако в ближайшем будущем робот-переводчик вполне может заменить профессионального синхрониста.

Осенью 2022 года в Казани прошел Международный фестиваль медиаискусства NUR. В интервью для блога Event Rocks основатель мероприятия Рашид Османов отметил, что видеомонтажи могут привлечь внимание к событию, создать точку притяжения внимания. Изображения игры света и различных арт-объек-

тов быстро расходятся по соцсетям. Особенно видеошоу дронов. Сотни небольших роботов поднимаются в небо, рисуют под музыку светящиеся картины. Шоу видно с расстояния до трех километров. Такие цифровые декорации не нужно собирать и разбирать, для обслуживания потребуется меньше специалистов, поэтому организатору есть на чем сэкономить. Видеомонтаж может до неузнаваемости изменить привычное пространство и удивить гостей, а чем масштабнее инсталляция дронов, тем больше «вау-эффект». Однако для такого мероприятия необходимо получать специальные разрешения, так как в некоторых регионах и местах полеты дронов запрещены. Кроме того, шоу зависит от погоды.

В начале 2023 года компания RainFocus представила решение, которое позволяет визуализировать движения гостей, собирать данные об их поведении и персонализировать маркетинговые предложения. Похожая разработка есть у цифрового банка Zenus, которая анализирует поведение гостей события на основе видео. В залах и коридорах расставляются небольшие камеры, которые передают данные на локальный сервер, где они обрабатываются. Так можно установить места массовых скопления гостей или, наоборот, пустующие пространства. Подобные решения с быстрой аналитикой могут изменить подход к организации мероприятия, позволят оперативно регулировать потоки участников, направлять людей в нужные места, привлекать их другими активностями и прочее. Не стоит забывать и про безопасность. На крупном развлекательном мероприятии быстрая аналитика может предотвратить конфликты или деструктивное поведение.

УМНЫЕ МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ

Во второй половине 2022 года на платформе Event Rocks был проведен опрос участников 16 отраслевых конференций – организаторов мероприятий, специалистов ивент-агентств и сотрудников ивент-отделов компаний.

Нас интересовало: планируют ли они использовать мобильные приложения событий в 2023 году? По данным опроса, 84% респондентов дали положительный ответ, а в 2019 году таких было 78%. При этом в 2022-м приложения для событий использовали только 27% опрошенных. Сказалось большое количество онлайн-мероприятий, которым не всегда нужен такой инструмент, а также общая усталость от технологий и тренд цифрового детокса. Выяснилось также, что почти половина опрошенных давно отказалась от использования бумаги для раздаточных материалов, а 40% сделают это в 2023 году.

Мобильное приложение можно и нужно собирать под конкретные задачи. Такой подход позволяет создавать уникальные сценарии взаимодействия с мероприятием. Показателен пример форума Digital Bridge, который проходит в Астане. В 2022 году на мероприятии использовалось мобильное приложение для регистрации гостей по QR-коду, внутри были также подробные схемы, расписание, тесты, опросы, прямые трансляции, уведомления. Но организаторы значительно расширили возможности геймифика-

ции. Они не только раздавали баллы за действия, но и активно вовлекали участников. Для форума был разработан квест со спрятанными загадками, которые помогали лучше узнать место проведения, познакомиться с делегатами. Другие задания появлялись во время панельной сессии, и это еще больше вовлекало участников. А на Международном строительном чемпионате приложение использовали, чтобы больше рассказать о Казани, где проходило событие. В квестовую часть включили вопросы по истории и архитектуре города. Другая вовлекающая часть была посвящена знакомству с участниками выставки, которая проходила в рамках чемпионата.

Мобильное приложение особенно актуально для многонедельных мероприятий с насыщенной программой. Например, на фестивале «Таврида.АРТ» прошло более тысячи событий, которые обслуживали порядка 1500 сотрудников и волонтеров. Участники активно использовали функцию «Избранное» в приложении фестиваля, чтобы сформировать индивидуальное расписание активностей. Гости составляли список учебных и развлекательных мероприятий, а волонтеры и партнеры фести-

валя – рабочий график, чтобы знать – в какое время и куда приходиться.

В ближайшем будущем мобильные приложения событий превратятся из навигатора по мероприятию в полноценного компаньона. С помощью искусственного интеллекта гость сможет выбрать интересные ему площадки, спикеров и темы, которые добавит в свой календарь. Если будет окно между активностями, система сможет предложить посетить какой-нибудь стенд или посоветует гостя с общими интересами. Если баллов геймификации достаточно, приложение подскажет на что их можно обменять. На гибридном мероприятии онлайн-участники смогут получить дополнительные материалы или избранные статьи спикера, отдельный сетевой нетворкинг. В это время организаторы смогут оперативно распределять потоки гостей по площадкам, волонтеры получают задачи сообщениями. Если произойдет какой-то инцидент и придется предупредить об изменениях, можно будет отправить обновленные скрипты. Конечно, инструменты будущего потребуют новых навыков, изменения подходов к организации. Но это необходимый эволюционный процесс. ■





СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЕМ НОМЕР ОДИН

ПО МАТЕРИАЛАМ

компании «ИМГ / ИТ»

ФОТО:

архив мероприятий Фонда Росконгресс

В настоящее время в конгрессно-выставочной отрасли России особое внимание уделяется широкому применению цифровых технологий в индустрии. С активным развитием онлайн- и гибридных форматов мероприятий диджитализация и связанные с этим процессом задачи стали наиболее актуальными. В частности, предполагается создание в стране отечественной цифровой платформы для конгрессно-выставочной отрасли. Одним из ее элементов может стать система СУМ1, которая показала свою эффективность на крупных международных мероприятиях.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ

В проекте Стратегии развития конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации до 2030 года, опубликованном на сайте Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ), говорится о необходимости внедрения цифровых технологий в событийной индустрии. В этом направлении ведется работа совместно с Министерством промышленности и торговли России и Министерством связи России. Отмечается, что одним из приоритетных направлений является стимулирование инноваций и разработки цифровой платформы событийной отрасли страны. Эта система призвана обеспечить как доступность проведения конгрессов и выставок новым игрокам рынка, тем самым увеличивая его объемы, так и значительно повысить эффективность управления процессом для существующих проектов. С точки зрения участников и посетителей событий, платформы экосистемы призваны добиться максимальной эффективности от участия в мероприятии каждого отдельно взятого человека или компании, чтобы достигнуть главную цель отрасли – обеспечение роста экономики, культурного развития и профессиональных навыков.

Перед ИТ-компаниями, работающими в событийной индустрии, стоит задача по разработке и реализации проекта цифровой платформы для проведения новых форматов конгрессно-выставочных мероприятий, оптимизации бизнес-процессов. По словам генерального директора компании «ИМГ / ИТ» Олега Ходько, система СУМ1 продемонстрировала воз-

можность создания эффективного отечественного инструмента для организаторов мероприятий различных форматов с участием первых лиц государств.

УПРАВЛЕНИЕ ГЛАВНЫМИ СОБЫТИЯМИ

В 2012 году специалисты компании «ИМГ / ИТ» решили амбициозную задачу – создали систему управления крупным деловым мероприятием. Первая передовая отечественная цифровая платформа была применена на площадке Петербургского международного экономического форума.

В группу экспертов и разработчиков СУМ1 вошли специалисты, участвующие в организации мероприятий и имеющие опыт работы на международных деловых событиях высокого уровня, которые проводились в России. Основным направлением деятельности компании «ИМГ / ИТ» стала разработка передового отечественного продукта с применением лучших знаний и практик.

Так появилась «Система управления мероприятием № 1» – СУМ1. Проект реализован при финансовой поддержке Фонда содействия инновациям. Платформа разработана с использованием онтологического подхода к созданию корпоративной информационной системы управления. СУМ1 зарегистрирована с получением Свидетельства о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2018613656.

В настоящее время – это наиболее передовая система автоматизации

подготовки и проведения конгрессно-выставочных мероприятий. Она отличается развитым набором готовых функциональных и логических модулей, настраиваемых и адаптируемых под конкретные задачи автоматизации с помощью встроенных в платформу средств конфигурации, генераторов отчетов и печатных форм. Платформа включает в себя более 70 модулей.

Основным преимуществом СУМ1 является ее открытая архитектура с возможностью быстрой интеграции с практически любыми системами и техническими средствами, а также возможность реализации необходимого логического функционала и регламентов. Система обеспечивает:

- автоматизацию всех бизнес-процессов мероприятия;
- централизованный доступ к данным мероприятий;
- внедрение новых решений и сервисных опций;
- протоколы служб безопасности;
- логирование всех действий в системе;
- защиту информации на всех уровнях системы;
- минимизацию человеческих ошибок;
- оперативную адаптацию системы при изменениях в мероприятиях;
- онлайн-статистику всех аспектов события.

ПРЕИМУЩЕСТВА СУМ1

Оригинальная информационная система создана для комплексной автоматизации конгрессно-выставочной деятельности. Ее пользователями являются компании – орга-

Компания «Ивент Менеджмент Групп / Информационные Технологии» (ИМГ / ИТ) создана в 2012 году. Основное направление деятельности – разработка программного обеспечения, создание и использование баз данных, информационных ресурсов, обеспечение систем контроля доступа и проведение видеотрансляций. Компанией «ИМГ / ИТ» разработана система управления мероприятием СУМ1 – универсальный программный продукт с развитым набором готовых функциональных и логических модулей, настраиваемых и адаптируемых под конкретные задачи автоматизации.

низаторы массовых мероприятий в первую очередь деловой направленности. Платформа СУМ1 многофункциональна и с ее помощью можно решить все основные задачи, возникающие при подготовке и проведении события, в частности такие, как отправка приглашений потенциальным участникам, регистрация и взаимодействие организатора с делегатом в период подготовки мероприятия, оплата участия, аккредитация и контроль доступа на площадку.

В числе преимуществ платформы то, что для нее не существуют ограничения по категориям и количеству записей хранящихся данных. Все вопросы, касающиеся производительности, решаются с помощью аппаратного масштабирования ресурсов системы. В платформе можно одновременно вести неограниченное количество мероприятий. Если компания работает с базами данных клиентов либо CRM-системой, их можно интегрировать в СУМ1. Платформа является открытой и способна к взаимодействию со смежными автоматизированными системами по всем основным протоколам информационного обмена. При этом организаторам мероприятий не нужно дополнительно нанимать профессионального программиста для администрирования и поддержки СУМ1. Для работы с платформой достаточно обладать навыками ИТ-специалиста.

Универсальность системы СУМ1 и наличие встроенных средств обе-

спечивают ее широкое применение для решения различных задач по автоматизации бизнес-процессов. Функциональные и логические модули платформы включают в себя различные возможности и средства: CRM, документооборот (docflow), генератор отчетов, централизация данных внешних систем, автоматическая нотификация о событиях и изменениях атрибутов, конструирование дополнительных списков и связей между ними, конфигурирование типов документов и их состояний, комментарии пользователей к объектам системы, управление почтовыми рассылками, сообщениями пользователям и прочее.

Практика показала, что платформа СУМ1 может успешно применяться для организации многоуровневых систем контроля доступа с зонированием, организации автотранспортных проходных, распознавания лиц и биометрии, проведения цифровых и гибридных мероприятий с интерактивными приложениями, например, с голосованием, трансляцией и синхронным переводом.

АКТУАЛЬНЫЕ ФОРМАТЫ МЕРОПРИЯТИЙ

Во время пандемии коронавируса появились новые форматы деловых мероприятий. Компания «ИМГ / ИТ» создала собственное решение для проведения виртуальных событий. Оригинальная

разработка включена в реестр отечественного программного обеспечения Министерства цифрового развития России.

СУМ1 предоставляет интегрированные решения по техническому обеспечению различных типов мероприятий в виртуальной среде. Они базируются на единой платформе с обеспечением дополнительных сервисов и требуемого уровня информационной безопасности.

КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ И БЕЗОПАСНОСТЬ

Платформа СУМ1 предусматривает гибкую систему формирования интерактивных регистрационных веб-форм для внесения необходимых данных об участнике мероприятия. Личный кабинет позволяет автоматизировать сбор и получение данных, в кратчайшие сроки реализовать такие компоненты системы, как: аккредитация автомобилей, аренда транспорта, бронирование авиабилетов и гостиниц, культурная и спортивная программы и многое другое.

Так как платформа создавалась для работы на международных мероприятиях с участием первых лиц государств, при ее разработке было уделено особое внимание вопросам безопасности. Поэтому для контроля доступа на площадку события использован метод автоматической идентификации

ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СУМ1 НА МЕЖДУНАРОДНЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ

ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ,
Санкт-Петербург

ВОСТОЧНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ,
Владивосток

РОССИЙСКИЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ФОРУМ,
Сочи

ЕВРАЗИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ,
Баку

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФИНАНСОВЫЙ КОНГРЕСС,
Санкт-Петербург

XIX ВСЕМИРНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ МОЛОДЕЖИ
И СТУДЕНТОВ,
Сочи

Источник: компания «ИМГ / ИТ»



с помощью радиосигнала – RFID. Такая технология предотвращает копирование информации, например, QR-кода аккредитации. Кроме того, можно эффективно работать с аппаратными устройствами контроля доступа: терминалами, турникетами, визуальным контролем проходов и проездов. Платформа СУМ1 интегрирована с информационной системой Роспотребнадзора, что позволяет контролировать доступ на площадку в период актуальности ПЦР-теста.

Ролевая модель СУМ1 позволяет разграничить права настолько гибко, что возможно запретить копировать пользователю значения определенных атрибутов. Более

того, если организатор дорожит информацией, то модуль логирования позволит просмотреть, какие данные копировал и экспортировал пользователь. Сегодня многие организаторы мероприятий фокусируют внимание на безопасности персональных данных. Часто ИТ-специалистам задают вопросы, где они будут храниться, как передаваться. Ответ прост: для решения задач нужен зашифрованный протокол передачи данных. Как отмечает генеральный директор компании «ИМГ/ ИТ» Олег Ходько, по данным статистики, сегодня утечка информации происходит чаще всего из-за человеческого фактора. Либо сотрудник компании – злоумышленник и решил скачать базу дан-

ных для конкурентов, или на компьютер организатора мероприятия попало вредоносное программное обеспечение, которое запустило процессы скачивания информации. Сегодня не только нужно создать многофункциональную систему с большим количеством возможностей, но и надо выстроить ролевую модель, в которой каждый сотрудник знает о своих обязанностях и может работать только с теми данными, к которым он имеет доступ. В системе можно запретить копирование и скачивание файлов и разрешить работать только с определенной информацией. Поэтому СУМ1 – одна из наиболее безопасных платформ для организаторов мероприятий. □



ПЛАТФОРМА A5000. РЕГИСТРАЦИЯ НА МЕРОПРИЯТИЯХ В РЕЖИМЕ МНОГОЗАДАЧНОСТИ

ПО МАТЕРИАЛАМ

компании A5000

Подготовка и проведение современных мероприятий на высоком уровне требуют уделить пристальное внимание множеству различных аспектов. Вот почему организатору небольшой конференции, крупного международного форума или выставки никак не обойтись без профессиональных подрядчиков, которые могут решить несколько задач.

ЗАДАЧА № 1. РЕГИСТРАЦИЯ УЧАСТНИКОВ

Одна из основных и первичных потребностей организаторов практически любого события – регистрация участников. В этом случае платформа A5000, пожалуй, лучшая на сегодняшний день для эффективного решения соответствующих задач любой сложности. Она обеспечивает необходимые современные механизмы регистрации, аккредитации и контроля доступа для различных форматов мероприятий, будь то конференция или уличный фестиваль.

Конечно, платформа A5000 умеет все то, что и большинство других подобных систем – развернуть форму регистрации на собственном домене или предоставить код для размещения на лендинге мероприятия, импортировать базу участников из файла Excel, отправить письмо-подтверждение, напечатать персонализированную наклейку для бейджа, занести вручную данные нового участника. Но мы бы не были лидерами своего сегмента, если бы умели только это.

С какими бы нестандартными запросами по регистрации участников не обращались в компанию организаторы, мы практически никогда не говорим им: «Это невозможно» или: «К сожалению, мы не сможем реализовать ваши идеи». Потому что платформа A5000 изначально задумывалась не как коробочное программное обеспечение или SaaS-решение, как это реализовано у некоторых подрядчиков для регистрации участников, а как сервис, полностью настраиваемый под индивидуальные потребности организатора и конкретного мероприятия.

Заказчику нужны отдельные формы регистрации для разных категорий

участников? Пожалуйста. Посетители международного форума говорят на разных языках? Готовы сделать регистрацию на русском, английском и других. Планируете выставку, и часть посетителей придет сразу на площадку мероприятия? Компания A5000 предоставит вам оборудование и настроит платформу не только для саморегистрации, но и самостоятельной аккредитации участника – делегату нужно будет только подойти к терминалу, заполнить анкету, тут же распечатается персонализированный бейдж и можно проходить на мероприятие.

На многих крупных конференциях или конгрессах участникам недостаточно заполнить небольшую форму регистрации и автоматически получить письмо-подтверждение. Периодически организаторы хотят вручную подтверждать присутствие всех делегатов или какой-то отдельной категории, например, представителей средств массовой информации, что сегодня востребовано довольно часто на мероприятиях практически любого уровня. Для этого у нас все готово: на платформе в личные кабинеты организаторов или сотрудников аккредитационного центра выводится все необходимое для управления: подтверждение или отклонение заявок, редактирование, добавление или удаление любых данных участников, изменения статусов оплаты и прочее.

Иногда регистрация участников проходит в несколько шагов, и уже после первичной регистрации необходимо добавить какую-то информацию, например, о рейсах прибытия и размещении в гостиницах. Может также потребоваться дополнительная регистрация на отдельные внутренние активности в рамках основного мероприятия.

Для этого на платформе создаются личные кабинеты участников, в которых они могут в любое время менять и дополнять свои данные. Они также необходимы, если в мероприятии планируется участие первых лиц государств. В этом случае надо не только собрать паспортные данные участников, но и загрузить файлы копий паспортов, а также сверить эту информацию с документами. Такая проверка обычно требует десятков часов работы сотрудников заказчика или подрядчика регистрации. Чтобы быстро решить задачу, на платформе A5000 внедрена автоматизированная сверка, которая позволяет организаторам существенно сэкономить на персонале и минимизировать ошибки, вызванные человеческим фактором. И все это помимо стандартной уже для нас проверки правильности введенных телефонов, адресов почты, аккаунтов мессенджеров и многого другого.

Платформа также обеспечивает работу и личных кабинетов компании, что особенно удобно для участников выставок. Ответственный представитель экспонента может централизованно заполнить не только общие для всех данные об организации, но и персональные данные каждого специалиста. Кроме того, из личного кабинета можно централизованно разослать приглашение партнерам посетить стенд, сформировать счет для оплаты услуг, подготовить документы для оформления виз зарубежных гостей, оформить доверенность и записаться в аккредитационный центр мероприятия на получение бейджей. Например, такой функционал был успешно реализован компанией A5000 на выставках ИННОПРОМ и Международных военно-технических форумах «Армия».

Компания A5000 предоставляет услуги в сфере регистрации, аккредитации, контроля доступа участников и информационно-технического обеспечения мероприятий. В течение 14 лет работы реализовала более 3500 успешных проектов, в том числе свыше 200 с участием первых лиц государств. Компания работала на таких мероприятиях, как Международный военно-технический форум «Армия», Международная промышленная выставка ИННОПРОМ, Международный строительный чемпионат, Красноярский экономический форум, Московский урбанистический форум, Московский финансовый форум и других.

ЗАДАЧА № 2. ПРОДАЖА БИЛЕТОВ И РАССАДКА

Многие организаторы сталкиваются с проблемой оплаты участия в том или ином событии непосредственно на площадке мероприятия. Платформа A5000 позволяет принимать платежи через эквайринг и наличными, выставлять счета и собирать документы при безналичной оплате, использовать различные скидки и промокоды, покупать билеты для групп с одновременной регистрацией на мероприятие, осуществлять платежи в разных валютах и из различных стран. Все это было успешно реализовано на крупнейших российских и зарубежных событиях, таких как Международный конгресс IBVU и Московская международная книжная ярмарка.

Если необходимо организовать не только продажу билетов, но и рассадку согласно купленным билетам, то платформа A5000 справится и с такой поставленной задачей. Для этого необходимо предоставить схему площадки и данные для размещения, а также указать категории гостей. Так, например, компанией была организована продажа билетов и рассадка участников на церемониях вручения премий «Событие года».

ЗАДАЧА № 3. УВЕДОМЛЕНИЕ УЧАСТНИКОВ

Практически все организаторы хотят выстроить эффективные коммуникации со своими участниками еще до начала мероприятия. Наиболее часто используемыми инструментами персонализированного общения по-прежнему остаются электронная почта и СМС-рассылки. Для платформы A5000 это является базовым функционалом, – рассылка как автоматических уведомлений (после успешной регистрации, изменения статуса заявки на участие или каким-то еще дополнительным условиям), так и вручную. Система позволяет отправить рассылки разным группам (категориям) участников с разными текстами и прикрепленными файлами, персонализированные и с оригинальной версткой.

ЗАДАЧА № 4. БЕДЖИ И ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Итак, билеты проданы, участники успешно зарегистрированы, все получили необходимые уведомления и пришли на площадку мероприятия. Платформа A5000 поддерживает различные механики аккредитации, от классической с операторами до полностью бесконтактного варианта.

Сегодня участник мероприятия может получить по электронной почте QR-код для аккредитации – это помогает оператору быстрее и эффективнее найти делегата, а не распознавать фамилию на слух и искать в списках. Специалист сканирует код и сразу видит всю необходимую информацию: какие бейдж, ленту и пакет с промоматериалами и сертификат нужно выдать, необходимы ли автомобильный пропуск, талоны на питание, оборудование для синхронного перевода и многое другое.

Организаторы могут выбрать для своего мероприятия любой тип бейджа – бумажный в кармане, картонный с наклейкой или пластиковый бейдж для прямой печати данных делегата (или разные типы для разных категорий). Благодаря возможностям платформы и грамотным настройкам рабочих мест операторов аккредитации, каждый участник оперативно получит персонализированный бейдж. Кроме стандартных фамилии, имени и отчества можно добавить и любую другую информацию: наименование компании, должность, QR-код для прохождения контроля или электронную визитку участника.

ЗАДАЧА № 5. КОНТРОЛЬ ДОСТУПА

Платформа A5000 позволяет обеспечить контроль доступа на мероприятие и в отдельные зоны площадки. Возможности системы и профессиональное оборудование компании позволяют организовать процессы контроля прохода на площадку мероприятия или в отдельные зоны

максимально эффективно и строго в соответствии с требованиями заказчика. Можно настроить доступ по категории участника, дате и времени, а также по комбинации этих факторов. Например, пропуска для монтажников будут действовать только во время монтажа и демонтажа, а во время мероприятия по ним пройти на площадку будет нельзя. Для работы в пресс-центр смогут войти только журналисты, организаторы и необходимый обслуживающий персонал.

Для идентификации участника мероприятия возможно использование QR-кодов, RFID-меток ближнего и среднего действия, а также систем распознавания лиц. Компания предоставляет организаторам все необходимое оборудование: стационарные терминалы, турникеты, RFID-ворота или ручные терминалы контроля доступа и сбора данных.

Платформу можно также использовать для учета посетителей в отдельных залах или зонах. По окончании события организаторы получают сводный отчет и множество данных для дальнейшего использования. По результатам обработки информации отдел маркетинга сможет понять, например, какая из параллельных сессий была наиболее интересна. Или отправить посетителям сессии в зале № 1 доступ к видеозаписям из зала № 2.

ЗАДАЧА № 6. СОВРЕМЕННЫЙ НЕТВОРКИНГ

Участники большинства современных мероприятий приходят не только послушать спикеров или посмотреть на стенды выставленных компаний, но и за новыми полезными знакомствами. На базе платформы A5000 развернут полноценный сервис обмена контактами на мероприятиях EventID, который обеспечивает возможность в один клик обменяться и сохранить новый контакт, сразу позвонить или написать другому участнику на почту или в мессенджер, поделиться контактом со своими коллегами. Такая электронная визитка позволяет предоставить максимум информации

о себе, всегда будет под рукой и не закончится, подобно бумажным, в самый неподходящий момент.

ЗАДАЧА № 7. НАДЕЖНОСТЬ И БЕЗОПАСНОСТЬ

Благодаря масштабируемости платформы и максимальной гибкости в настройках A5000 эффективно работает как на небольших деловых встречах, так и на крупнейших международных конгрессах с участием десятков тысяч человек.

Платформа A5000 позволяет обеспечить интеграцию практически с любыми другими ИТ-решениями, например, CRM, сторонними платежными системами или программным обеспечением контроля доступа на площадке мероприятия.

В современном мире все больше внимания уделяется надежности хранения и максимальной безопасности персональных данных организаторов и участников мероприятий. Мы регулярно сотрудничаем на проектах с банками и другими заказчиками,

выдвигающими максимальные требования к безопасности, в том числе компаниями по информационной безопасности. Перед началом каждого мероприятия их специалисты проводят аудит безопасности и жесткие тесты платформы и баз данных на проникновение, которые A5000 успешно проходит.

Кроме того, платформа полностью соответствует всем требованиям для работы на крупных международных мероприятиях с участием первых лиц государств.

Одним из главных преимуществ платформы является возможность оказания множества ключевых услуг максимально бесшовно, надежно, эффективно и удобно как для заказчика, так и для участников событий. Организаторам не требуется искать разных подрядчиков для решения нескольких задач, с ними эффективно справляется A5000. Это позволяет заказчикам экономить время, минимизировать возможные ошибки на стыке ответственности разных подрядчиков, упростить коммуникации, оптимизировать затраты на проведение мероприятия. □



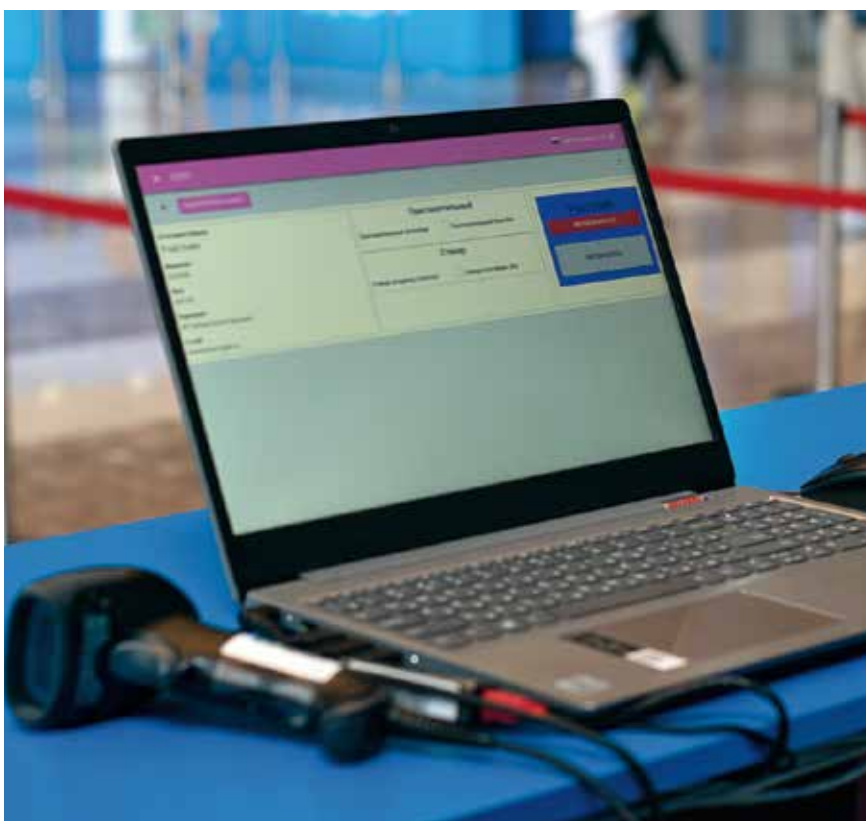
*Иван Мищенко,
основатель и генеральный
директор компании A5000*

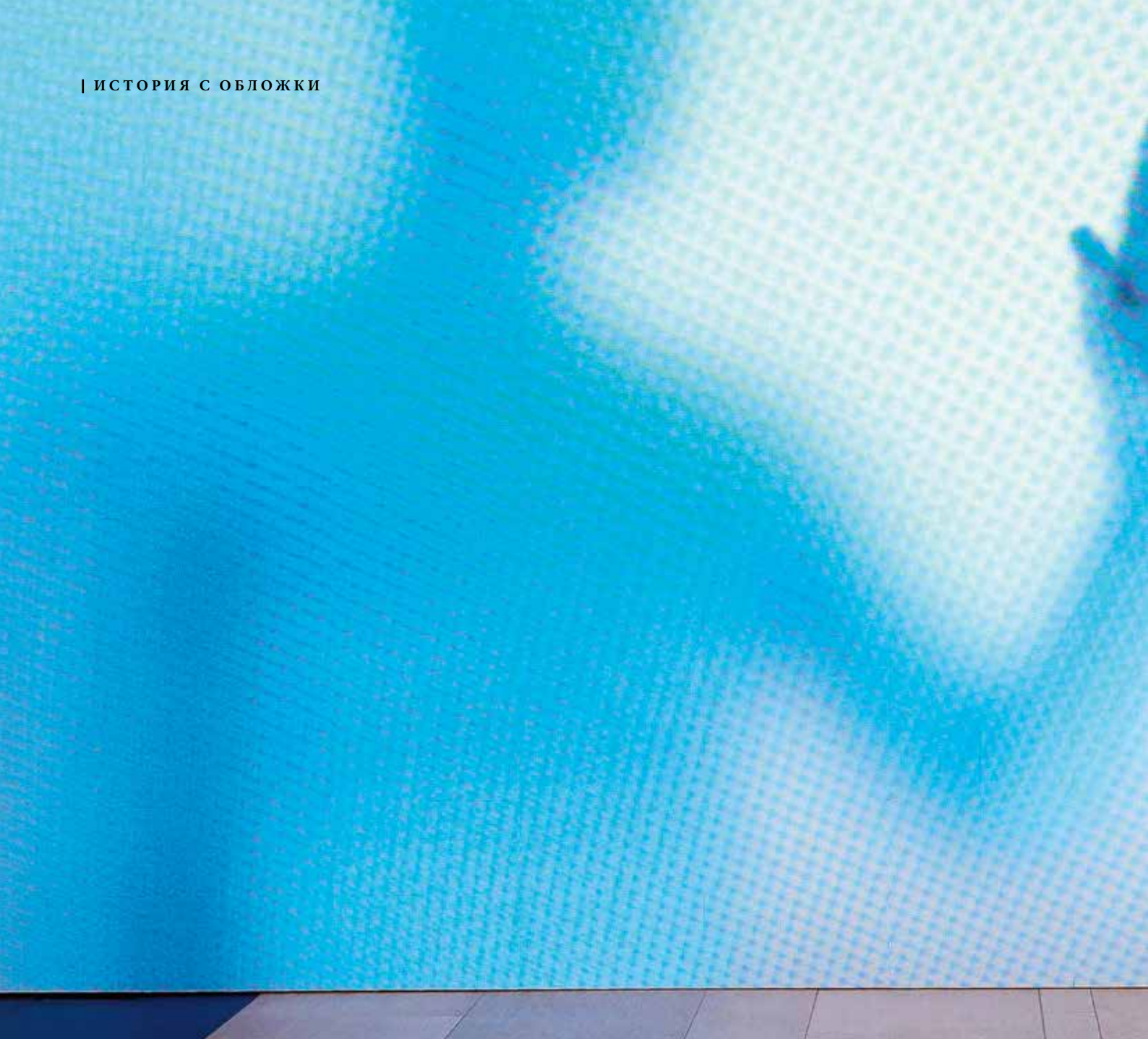
Разрабатывая платформу электронной регистрации A5000, мы постарались учесть все существующие ошибки, чтобы быть лучше и удобнее для организаторов и участников мероприятий.

Благодаря множеству совершенно разных запросов и требований различных заказчиков, равно как и конкуренции на рынке, мы не стоим на месте и непрерывно развиваем свой продукт. Отдел разработки компании регулярно внедряет новые технологические решения – от небольших, но нужных, очень удобных фишек до полностью нового инструментария, закрывающего растущие из года в год потребности организаторов мероприятий.

Кроме того, мы также постоянно улучшаем безопасность системы, оптимизируем интерфейсы личных кабинетов участников и организаторов, доводим до совершенства существующие возможности платформы.

Все это позволяет нам постоянно сохранять лидерство в своей нише событийного рынка, быть надежным и востребованным подрядчиком, а нашим заказчикам экономит время, силы, нервы и помогает предоставлять посетителям своих мероприятий современные услуги с самых первых шагов на площадке, с регистрации.





ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ
РЕВОЛЮЦИЯ:
ИСКУССТВЕННЫЙ
ИНТЕЛЛЕКТ
НА СЛУЖБЕ КОНГРЕССОВ
И ВЫСТАВОК



ФОТО:

архив мероприятий Фонда Росконгресс

Искусственный интеллект сегодня один из современных инструментов, существования которого кто-то опасается, а другие уверены в том, что именно с его помощью можно будет решить сложные задачи в любой отрасли. Готова ли конгрессно-выставочная индустрия к современным технологическим вызовам? Какую роль сыграет искусственный интеллект в организации и проведении мероприятий? Как будет развиваться событийная индустрия в России? На эти и другие вопросы советнику по методическому обеспечению конгрессно-выставочной деятельности Фонда Росконгресс Славе Ходько ответил искусственный интеллект ChatGPT.

КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: ТРЕНДЫ СЕГОДНЯ И ЗАВТРА

В разгар пандемии коронавируса в 2020 году я организовал группу специалистов, которая выпустила аналитическую записку «Концепция организации гибридных и виртуальных конгрессных мероприятий». Эти материалы и рекомендации использовались в ряде мероприятий такого типа. Впоследствии пандемия оказалась мощным естественным катализатором многих виртуальных и гибридных инициатив, которые в настоящее время прочно закрепили свои позиции в практической конгрессно-выставочной деятельности и проведении разнообразных школ и вебинаров в онлайн-обучении.

Некоторые проекты, основанные на виртуальных технологиях, оказались недостаточно эффективными. Например, полный перенос выставок в виртуальное пространство с традиционным построением аналогов физических стендов явно проиграл в конкуренции с многофункциональными маркетплейсами, которые эффективно дополнили существующие выставочные проекты.

Конгрессно-выставочная деятельность является одной из форм коммуникаций в среде конкурентных ресурсов, которые обеспечивают целевое взаимодействие заинтересованных сообществ. Одна из таких – информационная среда, формируемая событийной индустрией. Необходимо отметить, что коммуникационные ресурсы являются элементами стратегии территориального маркетинга для регионов и государства в целом. Важно, что сегодня целевые группы и сообщества готовы к восприятию новых возможностей, предоставляемых онлайн-ресурсами и искусственным интеллектом. Особенно молодежь уже имеет воспитанную привычку и опыт, комфортно существует в самых экзотических виртуальных ресурсах. Эти группы готовы к восприятию новейших технологий и решений, предоставленных им, и именно на таких пользователей должны быть сориентированы сегодня технические и организационные решения.

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ОТРАСЛИ

К чему надо готовиться конгрессно-выставочной отрасли? Эксперты прогнозируют, что к 2030 году 42% профессий будут автоматизированы с помощью искусственного интеллекта. Какие бонусы индустрия может получить от его развития и внедрения? Аналитика, обоснования, маркетинговые исследования, формирование концепций конгрессно-выставочной деятельности, деловые программы, информационные письма и прочее могут формироваться при помощи и участии искусственного интеллекта. Это окажет исключительное влияние на подготовку главной составляющей мероприятия: формирование, дизайн продукта, тематические разделы, архитектуру, деловую программу, перевод на многие языки и прочее. Искусственный интеллект является наиболее квалифицированным советником и помощником команды реализаторов мероприятий в структурах проектного управления, упрощая процесс формирования проектных документов.

Развитие сегодня и прогноз в будущем этих формируемых технологий находятся в некотором содержательном противоречии с проектами Федерального закона о выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности и Стратегии развития конгрессно-выставочной отрасли в России на период до 2030 года, которые обсуждаются сегодня и сфокусированы в основном на развитии традиционной инфраструктуры, технологий отрасли и не учитывают в полной мере вызовы будущего. Так, в статье 14 «Организация выставочно-ярмарочной и конгрессной площадки в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» закона зафиксировано: «Выставочные, выставочно-ярмарочные и конгрессные площадки могут организовываться в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Такие площадки могут быть дополнительными по отношению к временным выставочно-ярмарочным и (или) конгрессным площадкам и выставочно-ярмарочным и конгрессным площадкам, организованных на объектах капитального

строительства, либо самостоятельными». Принимая во внимание, что применение закона имеет долговременную перспективу, приведенного регулирования явно недостаточно.

Эти стратегические и другие важнейшие для текущего развития конгрессно-выставочной деятельности документы должны быть дополнены в том числе прогнозом применения и регулирования прорывных технологий. И если сегодня искусственный интеллект не панацея, а помощник и консультант, то завтра объем и глубина новейших технологий будут развиваться взрывно, в соответствии с экспоненциальным законом, как и учили.

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ УЖЕ С НАМИ

Первого апреля 2023 года чат-боту ChatGPT я задал вопросы о конгрессно-выставочной деятельности в России. Ответы, конечно, могут представляться читателю недостаточно полными, но, тем не менее, они соответствуют содержанию публичных выступлений некоторых представителей индустрии. Авторский стиль и пунктуация искусственного интеллекта в данном тексте сохранены.

Оцените состояние конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации.

Конгрессно-выставочная деятельность в Российской Федерации находится в стадии активного развития. В стране проводится множество крупных мероприятий, таких как выставки, конференции, форумы и семинары, которые привлекают участников со всего мира. Кроме того, в России созданы мощные выставочные комплексы, такие как «Крокус Экспо», «Экспофорум» и «Казанская ярмарка», которые обеспечивают высокий уровень организации и проведения мероприятий. Конгрессно-выставочная деятельность в Российской Федерации имеет свои проблемы. Во-первых, многие мероприятия проводятся в устаревших выставочных комплексах, которые не соответствуют современным требованиям и стандартам. Во-вторых, часто наблюдается низкий уровень органи-

зации и качества проведения мероприятий, что отрицательно сказывается на их репутации и привлекательности для участников. Кроме того, в России не хватает квалифицированных специалистов в области конгрессно-выставочной деятельности, что затрудняет развитие этой отрасли.

Какова эффективность государственной поддержки развития конгрессно-выставочной деятельности?

Государственная поддержка развития конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации является важным фактором в ее развитии. Власть предоставляет различные формы поддержки, такие как субсидии на проведение мероприятий, льготы на аренду выставочных площадей, налоговые льготы и т. д. Это позволяет привлекать больше участников и повышать качество проведения мероприятий. Государственная поддержка развития конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации не всегда эффективна. Часто субсидии и льготы распределяются несправедливо и неэффективно, что приводит к неравномерному развитию отрасли. Кроме того, часто наблюдается коррупция и неэффективное использование бюджетных средств, что отрицательно влияет на развитие конгрессно-выставочной деятельности. Необходимо улучшить механизмы государствен-

ной поддержки и обеспечить их более эффективное использование для развития отрасли.

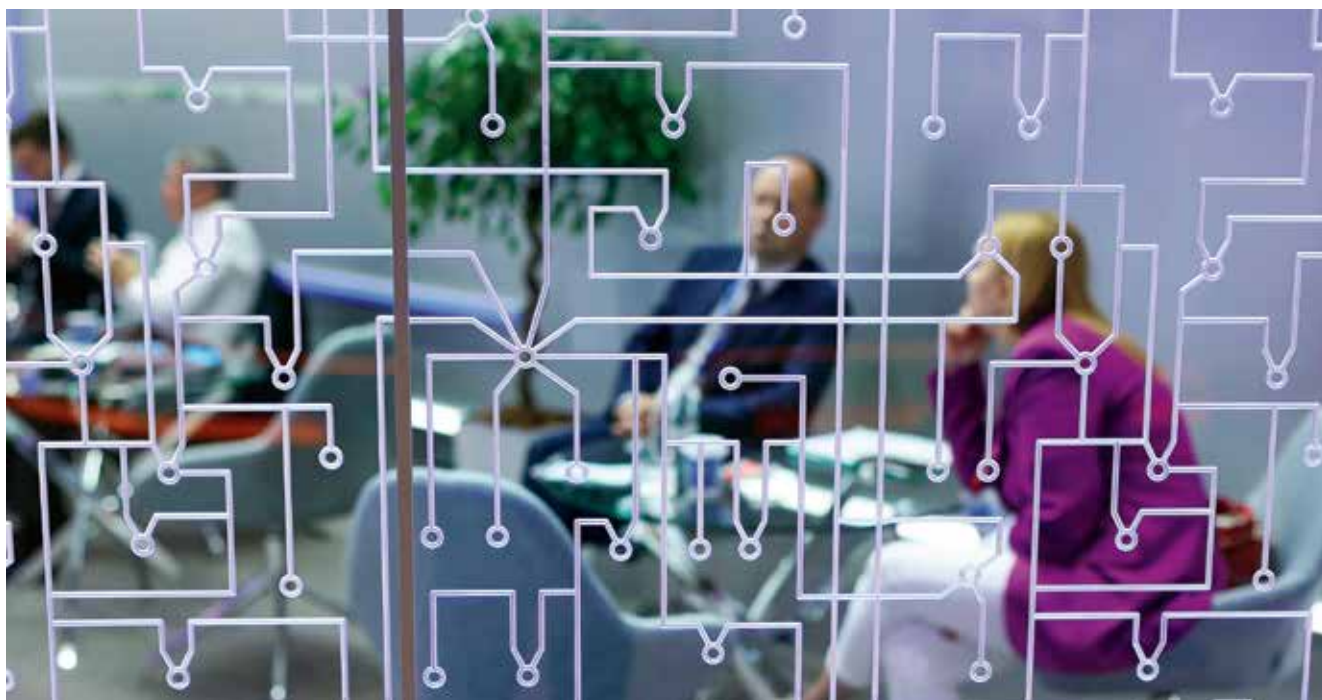
Насколько эффективна деятельность общественных организаций Российской союза выставок и ярмарок (РСВЯ), Национального конгресс-бюро (НКБ) для развития конгрессно-выставочной деятельности?

Деятельность общественных организаций РСВЯ и НКБ может оказать положительное влияние на развитие конгрессно-выставочной деятельности. Эти организации могут выступать в качестве посредников между участниками мероприятий и организаторами, помогая установить контакты и обменяться опытом. Они также могут проводить исследования и анализировать данные, чтобы определить наиболее востребованные темы и направления в конгрессно-выставочной деятельности, и предлагать рекомендации для улучшения качества мероприятий. Кроме того, общественные организации могут оказывать помощь в организации обучающих программ и мастер-классов для участников, что может способствовать повышению уровня профессионализма и качества мероприятий в целом. Однако, эффективность деятельности общественных организаций зависит от их компетентности и ресурсов, которые они могут выделить для реализации своих задач.

Какова роль искусственного интеллекта в организации и проведении конгрессно-выставочных мероприятий?

Искусственный интеллект может играть важную роль в организации и проведении конгрессно-выставочных мероприятий. Например, он может использоваться для анализа данных о посетителях и участниках, чтобы определить наиболее популярные темы и направления, которые следует уделить больше внимания на будущих мероприятиях. Также искусственный интеллект может помочь в автоматизации процессов регистрации и управления участниками, а также в создании персонализированных программ и расписаний для каждого участника. Более того, искусственный интеллект может использоваться для создания интерактивных элементов на выставочных стендах, которые могут привлечь больше внимания посетителей и улучшить их впечатление от мероприятия.

Р. S. 16 апреля 2023 года между Комитетом по искусственному интеллекту Ассоциации «Руссофт», Комитетом «Информационные технологии» Национального конгресс-бюро и компанией «ИМГ / ВСБ» подписано соглашение о создании Методического центра по развитию искусственного интеллекта в конгрессно-выставочной деятельности. ■





ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ МЕРОПРИЯТИЯ

АВТОР:

Денис Шведов,
заместитель исполнительного
директора по цифровым проектам
Фонда содействия развитию
научно-технологической сферы
Новосибирской области

ФОТО:

архив мероприятий форума
«Технопром»

Успешное мероприятие, независимо от масштаба, всегда обладает обширным спектром характеристик – от интересного и полезного содержания, живости дискуссий, продуктивности нетворкинга до вкусных кофе и выпечки на площадке. Для достижения любой из них организаторам приходится прикладывать немало усилий не только во время события, но и в период подготовки к нему. Пример организации и проведения форума «Технопром» показывает – технические детали сегодня особенно важны.

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ

Международный форум технологического развития «Технопром» – одно из масштабных деловых мероприятий в России. В 2022 году он длился четыре дня, участие в нем приняли более 9000 человек очно и свыше 21 000 – онлайн. Состоялось более 200 пленарных заседаний, круглых столов, дискуссий и мероприятий различных форматов. Кроме того, на выставке форума были представлены почти 150 экспонентов. Организаторами «Технопрома» являются правительство Российской Федерации, правительство Новосибирской области и Сибирское отделение Российской академии наук. С 2022 года оператор мероприятия – Фонд научно-технологического развития Новосибирской области.

Подготовка такого масштабного форума требует слаженных действий большой команды. Всем специалистам приходится работать с внушительными объемами информации, взаимодействовать с участниками, спикерами, партнерами, подрядчиками и между собой. Однако в кажущейся на первый взгляд сложности скрываются удивительные возможности для внедрения технологических решений, которые помогут организаторам, а заодно и сделают мероприятие для участников более комфортным и результативным.

Что необходимо для подготовки и проведения события? Сегодня предлагается множество информационно-технологических решений, позволяющих регистрировать делегатов, вести запись на отдельные мероприятия, бронировать переговорные комнаты, направлять информацию участникам по электронной почте, СМС-сообщениями или в мессенджерах, организовывать общение между ними. Однако найти на рынке универсальный продукт, который смог бы закрыть все потребности организации и проведения такого мероприятия, как «Технопром», на деле оказывается невыполнимой задачей. Поэтому для форума была создана цифровая экосистема, включающая ряд взаимосвязанных сервисов. Среди них – решения, предоставляемые по подписке, например, система управления проектами «Яндекс.

Трекер», платформа для мероприятий Event Rocks, стриминговые платформы. А также сервисы, разработанные специально под нужды оператора для формирования программы, генерации отчетов, рассмотрения заявок на участие, предоставления созданных с помощью искусственного интеллекта рекомендаций делегатам для посещения интересных событий.

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОГРАММЫ

Фундаментальной основой мероприятия является его содержательная часть. Желание потенциальных спикеров выступать, проявление интереса к событию участников и журналистов зависит от того, насколько важными, своевременными и проблемными окажутся вопросы повестки.

Форум «Технопром» рассчитан на очень широкую целевую аудиторию. Его программа традиционно включает деловые мероприятия, на которых обсуждаются проблемы научно-технологического развития России в целом и отдельных направлений экономики. Кроме того, на форуме проходят различные активности для молодежи, мастер-классы, соревнования и прочее. В культурно-развлекательную программу включены интеллектуальные игры, на площадке демонстрируются научные фильмы. Традиционно к форуму присоединяются около дюжины мероприятий-спутников: Форум трансфера технологий, Сибирская венчурная ярмарка, фестиваль научного кино «Кремний» и другие. Таким образом, программа «Технопрома» оказывается крайне разнообразной и объемной. Над ее подготовкой трудятся не меньше ста человек – среди них непосредственные инициаторы отдельных мероприятий, модераторы, а также помогающие им координаторы.

Несмотря на разнообразие форматов событий, различия в их целевых аудиториях, оператору форума важно стандартизировать работу по их подготовке. Это помогает оценить готовность отдельного мероприятия и всего форума в любой момент,

принять решение о включении в программу того или иного события или отказаться от его проведения. Кроме того, стандартизированные описания позволяют участникам быстрее выбирать мероприятия для посещения. Оператором форума для этого была создана собственная система управления контентом с разграничением прав доступа. Она позволяет инициаторам включить в программу «Технопрома» собственные мероприятия, а в дальнейшем дорабатывать предложения при заполнении и редактировании паспорта события. Паспорт также используется для фиксации важных для организаторов характеристик, таких как количество спикеров в президиуме, требуемый формат рассадки в зале, потребность в подключении спикеров по видео-конференц-связи. Отдельная опция позволяет установить, все ли спикеры и модераторы прошли регистрацию. Облегчают работу организаторов и сервисы формирования отчетов: списки зарегистрированных спикеров, модераторов, организаций – инициаторов мероприятий; перечни событий со статусами подготовки; анализ проработанности программы форума.

РЕГИСТРАЦИЯ УЧАСТНИКОВ И АККРЕДИТАЦИЯ СМИ

Эффективно работать с аудиторией мероприятия возможно, только обладая информацией об участниках, в том числе о способах связи с каждым из них. Кроме того, для планирования необходимых ресурсов на площадке, например, количества беджей, необходимо заблаговременно понимать, сколько человек посетит ее. Для этого на «Технопроме» используется система регистрации.

Все поступающие заявки условно делятся на две категории – непосредственно участники мероприятия и журналисты. Последние для доступа на площадку должны пройти аккредитацию, которая позволит им использовать телевизионное и иное специализированное оборудование.

Системы регистрации и аккредитации позволяют, как и система управления



контентом, формировать отчеты – о количестве участников по странам и регионам, сферах их деятельности. Также составляют списки аккредитованных журналистов, которые в дальнейшем потребуются службе охраны.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С УЧАСТНИКАМИ

Масштабность форума «Технопром» априори предполагает работу с большим количеством обращений. Часть из них поступает по электронной почте или через форму обратной связи на сайте, другая – по телефону контакт-центра, операторы которого используют специально разработанный личный кабинет.

Для отслеживания запросов, контроля предоставления ответов, анализа обращений используется «Яндекс.Трекер» – уникальная система, поддающаяся гибкой настройке под нужды всего мероприятия и каждого члена команды подготовки форума. Данный сервис также полезен для организаторов при планировании, распределении задач и контроле их выполнения.

ЦИФРОВЫЕ СЕРВИСЫ

Витриной цифровой экосистемы форума «Технопром» является сайт с личным кабинетом участника, а также мобильное приложение. Оба сервиса позволяют пользователям ознакомиться с программой, новостями форума, связаться с организаторами, посмотреть видеотрансляции мероприятий.

Мобильное приложение существенно расширяет возможности участника. Во-первых, позволяет сформировать собственную программу. Для упрощения поиска событий, релевантных участнику, в 2022 году в него был интегрирован сервис на базе искусственного интеллекта, разработанный в лаборатории аналитики потоковых данных и машинного обучения Новосибирского государственного университета. На основе интересов, указанных участником, он анализировал информацию о программе форума, спикерах, темах докладов и рекомендовал посетить определенные мероприятия.

Во-вторых, мобильное приложение позволяет лучше ориентироваться на площадке форума. «Технопром» тра-

диционно проводится в международном выставочном комплексе «Новосибирск Экспоцентр» на площади более 35 000 м². Карта площадки в приложении с указанием номеров залов, расположением стендов экспонентов помогает гостям в поиске нужного места.

В-третьих, оно оказывается незаменимым средством нетворкинга, позволяет участникам обмениваться сообщениями и назначать встречи. Кроме того, push-уведомления оповещают о важных аспектах проведения форума, изменениях программы.

В-четвертых, мобильное приложение позволяет проводить опросы. Например, на пленарном заседании «Технопрома» в 2022 году пользователи отвечали на вопросы модератора, результаты демонстрировались на экране, и дискуссия была построена с опорой на полученные ответы.

ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

Внедрение ивент технологий повышает качество мероприятий, упрощает подготовку, но одновременно порождает

дает и новые проблемы. Основной вызов – отсутствие готовых решений, которые бы полностью отвечали потребностям организаторов. Ответить на него можно только сочетанием нескольких продуктов. Так, при формировании программы форума «Технопром» организаторам важно было обеспечить эффективное взаимодействие с инициаторами мероприятий, автоматизировать прием их заявок, а при необходимости – и последующую доработку. Так как готового решения не существовало, создали собственный веб-сервис.

Важно понимать, что интеграция нескольких готовых сервисов и разработка собственных – кропотливый труд, для которого необходимы опытные специалисты, к тому же готовые порой работать без четкого технического задания, руководствуясь лишь видением конечного результата. Найти таких людей и выстроить с ними взаимодействие

непросто. Одновременно возникает и еще одна проблема – ограничения продуктов, которые предполагается применить. Например, для проведения «Технопрома» используется мобильное приложение, пользователи которого могут обмениваться между собой сообщениями. Однако не все готовы устанавливать приложение на свой телефон или планшет, а предпочитают веб-версию. Но в ней обмен сообщениями невозможен, и разработчик считает нецелесообразным внедрять в нее данный функционал. Очевидно, что такая проблема связана с информационной безопасностью и защитой цифровой инфраструктуры от сетевых атак.

Наконец, существует и более банальная проблема: не все участники мероприятий готовы пользоваться цифровыми решениями. Для некоторых важно, как в старые добрые времена, получить печатную версию программы и иметь возможность полноценно

участвовать в событии без каких-либо технологических новшеств.

Использование ивент технологий при проведении мероприятий, особенно масштабных, стало не просто демонстрацией приверженности организаторов технологическому прогрессу, а реальной необходимостью. Очевидно, что в ближайшее время такие технологии будут стремительно развиваться, охватывая все новые и новые аспекты проведения событий, повышая эффективность участия и комфорт пребывания на мероприятии. Организаторы форума «Технопром», например, рассматривают возможности применения искусственного интеллекта. Такие технологии позволят на более продвинутом уровне рекомендовать посетить то или иное событие, подскажут организаторам, каким темам следует уделить большее внимание, а какие доклады стоит детально проработать с их авторами. ■





КАК СДЕЛАТЬ КАССУ: БИЛЕТНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ СОБЫТИЙ

АВТОР:

Алла Фомина,
заместитель генерального директора
компании KASSIR.RU

ФОТО:

архив компании KASSIR.RU

По данным специалистов компании KASSIR.RU, в 2023 году билетный рынок России превысит 260 млрд рублей. Росту способствует проведение различных событий в регионах, а также появление новых форматов мероприятий, в частности выставок, работающих от трех месяцев до года. Как сегодня организаторам можно эффективней использовать билетные технологии? Чем они полезны для событийной индустрии?

КАК ЭТО УСТРОЕНО

Современная событийная индустрия уже давно немислима без надежного и функционального технологического бэкграунда. Зрители должны получать актуальный, отобранный с учетом их предпочтений контент, а билеты на интересное мероприятие находиться на расстоянии пары кликов. Организаторы в свою очередь обязаны иметь возможность держать руку на пульсе и в режиме онлайн получать удобную и информативную отчетность, подробную аналитику и оперативно реагировать на стремительно меняющиеся интересы своих потенциальных клиентов. Все эти и многие другие задачи позволяют решать развитые и хорошо настроенные билетные платформы, где есть весь необходимый инструментарий простого и быстрого запуска продаж, гибкого маркетингового взаимодействия с пользователем и подключения обширного списка партнеров для еще более эффективной реализации билетной массы. А теперь посмотрим на событийную индустрию глазами организатора и вместе с ним пройдем все этапы от выбора платформы и заведения контента до солдаута.

Лидерами отечественного билетного рынка являются такие операторы, как KASSIR.RU, Яндекс Афиша и МТС. Это маркетплейсы, которые имеют значительное стратегическое преимущество перед остальными участниками индустрии. На их витринах собрано максимальное количество ассортимента, который может удовлетворить самые разнообразные потребности зрителей в различных категориях: концерты, фестивали, театральные постановки, шоу, спортивные мероприятия и прочее.

Билетный рынок России включает в себя не только операторов, но представлен также селф-сервисами для управления билетами. Чаще всего каждый софт, в числе которого TicketsCloud, Инфотех, Radario, Tamepad, Intickets и другие, специализируется на каком-либо сегменте индустрии. Всего в России работает

более 30 билетных операторов, агрегаторов и софтов для управления билетами. Организаторы выбирают их, когда хотят получить максимальное количество сервисов при продаже билетов, включая продвижение, рекламу, определение цены, зала для организации мероприятия, организацию системы контроля доступа на входе. В таком случае организатор и билетный оператор выступают как партнеры с тесной коммуникацией. Если же организатор хочет самостоятельно управлять билетами, то чаще всего он выбирает селф-сервисы как программное обеспечение. В этом случае участие со стороны разработчика софта не предусмотрено. Также существует обязательная витрина-агрегатор для государственных учреждений Москвы – Ruspass. Кроме того, с 2021 года игроком билетной индустрии стал «Почта Банк». Он регулирует все билеты, которые можно оплатить «Пушкинской картой», которая выдается школьникам и студентам до 22 лет для посещения спектаклей, театров и концертов.

РЕАЛИЗАЦИЯ БИЛЕТОВ НА МЕРОПРИЯТИЯ

Для начала организатор события должен решить, готов ли он сам вести билетное хозяйство и иметь полный контроль над всеми процессами. Или же его выбор – поручить дело опытным профессионалам, а самому сконцентрироваться на других, не менее важных задачах: непосредственной работе с артистами, всевозможных райдерах, оформлении и дизайне, разработке маркетинговых программ и прочее. Современная билетная платформа часто предлагает такой выбор, и, как показывает практика, лучше этим воспользоваться.

После того, как весь контент заведен в систему, появляется необходимость определиться с каналами продаж. И функциональные билетные платформы приятно удивляют выбором: здесь и реализация билетов через собственную хорошо продающую онлайн-витрину, и возможность интеграции легких и по-

нятных пользователю виджетов на сторонние ресурсы. Если нет уверенности, что удастся выйти на желаемый объем продаж в одиночку, то с помощью давно зарекомендовавшей себя технологии так называемого шлюзования можно подключить к единому билетному полю других операторов. Также будет весьма востребованной возможность быстро наладить офлайн-продажи в стационарном кассовом павильоне или на выездной торговле. Хорошая билетная платформа позволяет работать с необходимым контрольно-кассовым оборудованием, платежными терминалами и билетными принтерами. Современные технологии позволяют заменить живого кассира автоматизированным терминалом самообслуживания, который позволяет покупателю без лишних очередей, быстро и просто купить билет, оплатив его банковской картой или с помощью системы быстрых платежей.

Следование трендам предполагает наличие не только хорошо адаптированной мобильной версии продающего ресурса, но и удобного, быстрого мобильного приложения, которое наследует функционал онлайн-витрины, вместе с тем предоставляя некоторые уникальные возможности. При этом вся история заказов, билеты и бонусы хранятся в одном месте.

Также организатором могут быть востребованы такие возможности, как мультитарифность или различные программы лояльности, что позволяет внедрять гибкую ценовую политику и расширять охват целевой аудитории своих клиентов. А чтобы максимально повысить эффективность продаж, можно воспользоваться развитой маркетинговой платформой, которая позволяет анализировать множество метрик, разрабатывать различные рекламные активности и составлять точный портрет своего покупателя, одновременно гибко подстраиваясь под его потребности и новые веяния в индустрии в целом.

Не стоит забывать, что для реализации билетов на определенные типы мероприятий могут потребоваться



дополнительные функциональные возможности, которыми обладает не каждая билетная система. Например, для спортивных мероприятий это может быть паспорт болельщика или Fan ID. Набирает обороты государственная федеральная программа «Пушкинская карта». Специалисты ИТ-отрасли понимают, что реализация подобного, да и любого другого сложного функционала требует наличия в отделе разработки специалистов с хорошими компетенциями, а также выстроенного и эффективно-го проектного менеджмента. Только тогда все процессы будут грамотно структурированы, цели четко заданы, дорожные карты оформлены, и необходимые результаты успешно достигнуты.

ОСОБЕННОСТИ ИТ

Рынок технологий активно развивается, чему в России способствует несколько факторов. Например, вве-

дение налоговых льгот для ИТ-компаний позволило компаниям с собственным программным обеспечением больше вкладывать средств в развитие продуктов, что может привести к увеличению конкурентоспособности на рынке. Многие при этом столкнулись с дилеммой – сохранять или создавать собственные информационно-технические отделы или доверить работу подрядчикам. Как показывает практика, наибольший недостаток внешнего аутсорсинга – потеря контроля. При таком подходе компания становится зависима организационно и технологически от другого предприятия. Тут стоит напомнить, что цели заказчика и поставщика услуг отличаются. Строго говоря, в текущих реалиях это может привести к угрозам безопасности, сбоям и скрытым рискам взаимоотношений между заказчиком и подрядчиком.

Одно из решений по устранению рисков и возвращению контроля –

использование внутренней ИТ-компании, которая включена в специализированный реестр Министерства цифрового развития. Это нам дает, во-первых, наличие ИТ-дирекции в периметре основного бизнеса, а во-вторых, такая компания обладает теми же льготами, что и внешняя. Так, конечно, было и раньше, но в последние годы это стало более привлекательно, и преимущества начинают превалировать над недостатками.

В то же время внутренний аутсорсер не заместит полностью внешний, и стоит ожидать продолжения развития гибридного типа. При данном подходе он будет привлекать сторонних подрядчиков для выполнения проектных работ или оказания различных видов услуг, но продолжит сохранять внутри компании основную экспертизу и развитие ключевых продуктов.

Подобные оптимизации позволяют осознанно инвестировать не только

в разработку новых продуктов, но и в укрепление собственной инфраструктуры, закупку оборудования, увеличение эффективности комплексных систем защиты, настройку как внутренних аналитических систем – 1С и различные CRM, так и внешних интеграций – интерфейс программирования приложений (API) для партнеров, взаимодействие с внешними системами разной направленности и прочее. Для работы с клиентами в форматах B2C и B2B важны: многоуровневая техническая поддержка, автоматизированная обработка входящих заявлений и претензий, наличие собственного кол-центра, обучаемых чат-ботов и прочее-прочее.

БИЛЕТНЫЙ АЖИОТАЖ

В 2022 году был отменен ряд международных культурных и спортив-

ных мероприятий, гастроли артистов. По прогнозам операторов по реализации билетов, сокращение концертной деятельности в России могло привести к падению рынка на 15–20%. Однако оптимисты отмечают, что в ближайшее время показатели восстановятся. Так сегодня и происходит. Аналитики компании KASSIR.RU посчитали, что в 2023 году билетный рынок России продолжит рост и превысит 260 млрд рублей. Это произойдет за счет уникального российского контента и новых форматов мероприятий. В частности, сегодня одной из тенденций стало проведение различных масштабных событий в регионах страны. В то время, когда маржинальность концертов и театральных постановок снизилась примерно на 10%, появился быстрорастущий сегмент – продолжительные выставки. На современных площадках, таких как лофты

и новые пространства, открылись экспозиции, которые привлекают посетителей в течение трех месяцев и года. Каждую из них посещают более 100 тысяч человек. При этом многие из этих проектов с интересным контентом продлевают работу выставки из-за высокого спроса на билеты.

На продажи влияет и использование современных информационных технологий, которые, как им и положено, не стоят на месте, развиваются и открывают для всех участников событийной индустрии новые горизонты, но и бросают новые вызовы. Вот почему только грамотно и трезво подходить к анализу своих возможностей и потребностей бизнеса, понимая свои сильные и слабые стороны, можно уверенно занять подходящую нишу на рынке, и тогда на мероприятие все билеты будут проданы. ■





НЕЙРОСЕТИ ДЛЯ СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ

А В Т О Р :

Александр Корчагин,
директор компании StagePro

Р И С У Н К И :

компании StagePro

Природный, человеческий интеллект с его когнитивными способностями, интуицией и креативностью был движущей силой прогресса и инноваций, сформирован природной и социальной эволюцией нашего вида. Признавая ценность человеческого интеллекта, интеграция искусственного интеллекта направлена на усиление, а не на замену нашей врожденной способности. Как использовать эту технологию организаторам мероприятий? На какие особенности искусственного интеллекта и риски нужно обратить внимание?

БОЛЬШОЙ ПОТЕНЦИАЛ

Искусственный интеллект (ИИ) все еще находится на ранних стадиях внедрения в событийную индустрию, но потенциал его роста неоспорим. Примечательно, что такие продукты, как ChatGPT, всего за два месяца охватили аудиторию в 100 млн пользователей, демонстрируя скорость, с которой ИИ может привлекать к себе внимание. Для сравнения – мобильным телефонам потребовалось 16 лет, чтобы завоевать такую пользовательскую базу. Такой экспоненциальный рост подчеркивает преобразующий потенциал искусственного интеллекта в развитии индустрии мероприятий.

В начале уточним, что такое искусственный интеллект и нейронные сети? Технология искусственного интеллекта направлена на имитацию таких способностей человека, как восприятие, понимание языка, решение проблем и принятие решений. Пользователи взаимодействуют с системами ИИ через различные интерфейсы, такие как голосовые команды, чат-боты или приложения, управляемые данными, для выполнения конкретных задач или получения информации.

Нейронные сети в контексте искусственного интеллекта – это особый тип алгоритма, вдохновленный структурой и функционированием человеческого мозга. Они предназначены для распознавания закономерностей

и взаимосвязей в огромных объемах данных. Нейронные сети состоят из взаимосвязанных узлов, именуемых искусственными нейронами, организованных в слои. С помощью процесса, называемого обучением, нейронные сети могут извлекать уроки из примеров и корректировать свои внутренние параметры, чтобы улучшить свою производительность в конкретных задачах. Одним из основных правил обучения является обратное распространение ошибки, *error back propagation*, позволяющее пользователю подгонять задачу к нужному ответу.

ПРИУЧЕНИЕ
НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ

Одна из самых больших проблем при использовании искусственного интеллекта в событийной индустрии – укрощение нейронных сетей, с которыми вы работаете. Да, они могут быть трудными для понимания и их, может быть, сложно обучить, но специалисты по организации мероприятий должны научиться их эффективно использовать и быть готовыми к устранению любых возникающих проблем.

Простой аналогией механизма взаимодействия с искусственным интеллектом представляется дрессировка. Научите ИИ командам, выбору материала из достоверных источников, поправьте ошибки и можете смело ему поручать типизированные шаблонные задачи. При этом, если вы

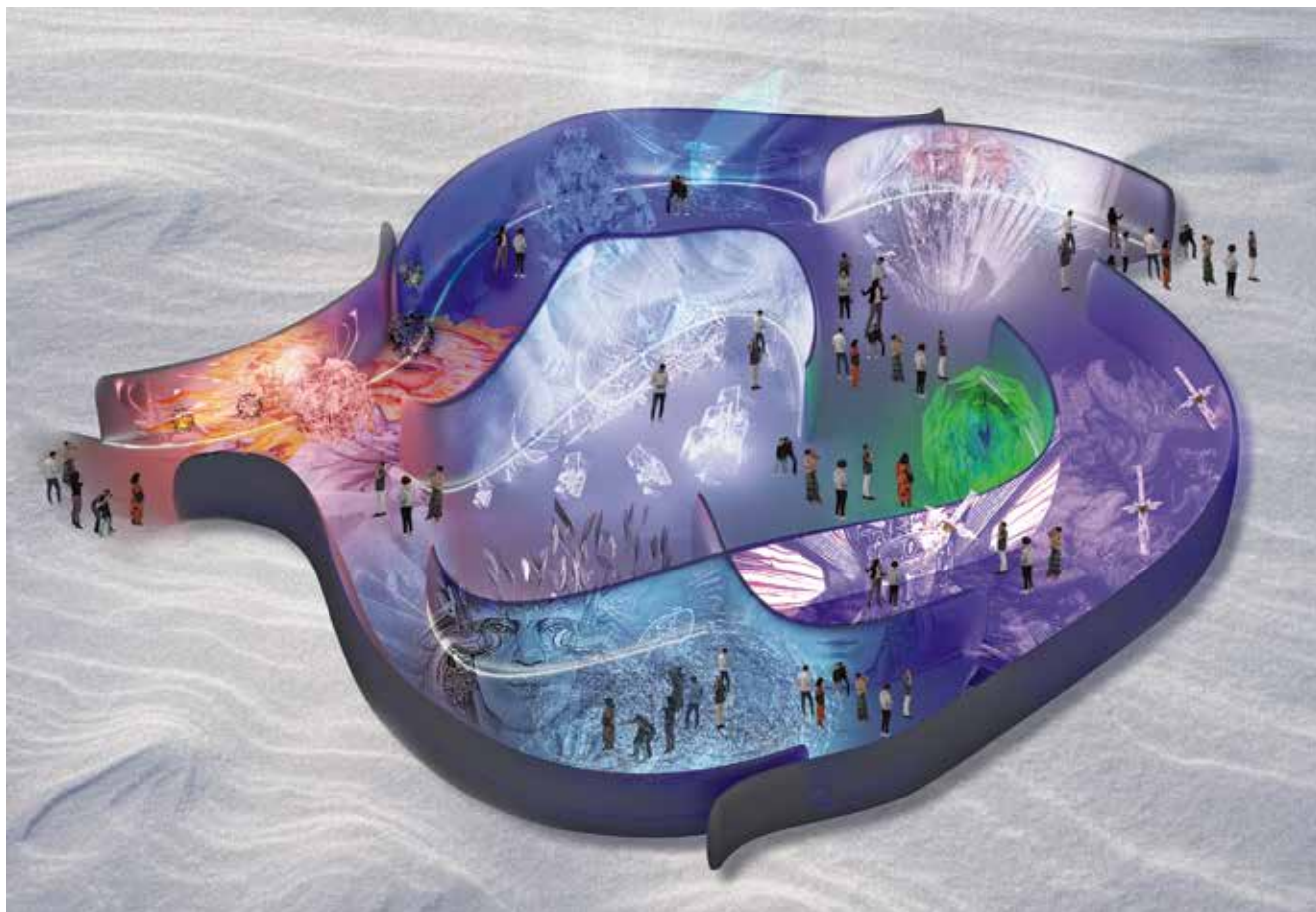
хотите получить что-то действительно выдающееся, скорее всего, не обойтись без помощи специалиста-дрессировщика. Для простоты можно назвать его «человеком, разговаривающим с нейросетью».

МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ

Коммуникация с нейронными сетями может осуществляться различными способами.

Текст. Пользователи могут взаимодействовать с нейронными сетями через текстовые интерфейсы, такие как чат-боты или виртуальные помощники. К этому типу можно отнести и продукты различных компаний, основанные на языковых моделях GPT (Generative Pre-Trained Transformer). Наиболее популярные из них: ChatGPT компании Microsoft, Bard компании Google, TrueGPT Илона Маска, Tongyi Qianwen китайской компании Alibaba, российские Kandinsky и GigaChat Сбера, последние используют модель Fred-T5 и лучше понимают русский язык.

Голос. Нейронные сети могут понимать разговорную речь и реагировать на нее, позволяя пользователям взаимодействовать с системами искусственного интеллекта с помощью голосовых команд. Виртуальные помощники, такие как Siri или Алиса компании «Яндекс», используют методы распознавания речи и обработки естественного языка для интер-



претации запросов пользователей и предоставления устных ответов.

Изображения. Нейронные сети превосходно справляются с задачами распознавания рисунков и фотографий. Например, пользователи могут загружать файлы в приложения или устройства на базе искусственного интеллекта для выполнения таких задач, как идентификация объектов, распознавание лиц или генерация изображений. Основными продуктами стоит назвать Midjourney, Dall-E, Stable Diffusion.

Конечно, все ставят амбициозную цель создать универсальную модель искусственного интеллекта, но даже в частности достижения впечатляют. Показательна история одного из победителей международного конкурса фотографии Sony World Photography Awards 2023. Немецкий фотохудожник Борис Эльдагсен представил на конкурс изображение, сгенерированное нейросетью, о чем сам впоследствии и сообщил. Это лишь очередное доказательство

того, что промптография – изображение, полученное в результате текстовых запросов, промпт – скоро прочно займет свое место в создании контента. Придет время, и промпт-инженер станет одной из самых востребованных профессий. Такого специалиста жизненно необходимо иметь любой компании, которая заботится об эффективности бизнеса. Экономия времени и неожиданные удачные решения сторией окупят затраты на перестройку с учетом новой схемы работы. В этой связи для нужд компании StagePro мы решили создать уникальную нейросеть, прирученную и натреннированную под наши запросы. В данном случае нас интересовало три аспекта.

- Расширенный по сравнению с Dall-E и прочими глобальными продуктами интерфейс управления генерацией.
- Локальное серверное решение, позволяющее не зависеть от санкций и внешних факторов.
- Авторские права на контент – вычислительные мощности принадлежат StagePro, конфигурация

нейронной сети и все разработки осуществляются в рамках свободного программного обеспечения.

На данный момент технологии на языковых моделях GPT требуют колоссальных вычислительных мощностей. Голосовое взаимодействие актуально как элемент взаимодействия с пользователем в рамках мероприятия, а самым перспективным для разработки концептов является генерация изображений.

По мнению дизайнера и специалиста по использованию нейросетей компании StagePro Василия Базуева, исходя из текущих тенденций, вполне вероятно, что в событийной индустрии в ближайшие годы будет продолжаться расти и развиваться использование искусственного интеллекта в дизайне пространства и среды, что продолжит революционизировать способы планирования и проведения мероприятий. По мере того, как технология ИИ становится все более совершенной

и доступной, планировщики и организаторы мероприятий смогут воспользоваться ее многочисленными преимуществами, включая повышение эффективности, креативности и улучшение качества обслуживания клиентов.

ПЛАН ДЕЙСТВИЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИИ В СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ

1. Проанализируйте текущий культурный контекст, включая устоявшиеся убеждения, ценности и предпочтения аудитории.
2. Оцените методы проектирования пространства и среды мероприятия, чтобы определить сильные и слабые стороны и посмотреть, как ИИ может их улучшить.
3. Сделайте обзор предыдущего опыта разработки мероприятий и праздников, это даст представление о том, какие механизмы и эффекты работают, а какие – нет. Определите передовой опыт и модные тренды, чтобы посмотре-
4. Проанализируйте современные тенденции в оформлении для создания уникальных и персонализированных дизайнов и декораций.
5. Приручите нейронные сети: имейте в виду, что искусственный интеллект все еще находится на ранних стадиях разработки. Этого можно достичь путем обучения и тестирования нейронных сетей и их настройки до тех пор, пока они не будут давать высококачественные результаты.
6. Непрерывно проводите мониторинг и оценку текущей ситуации. Индустрия мероприятий постоянно развивается, и крайне важно постоянно отслеживать и оценивать использование искусственного интеллекта другими компаниями. Проанализируйте данные и отзывы, чтобы определить области для улучшения и внести необходимые изменения в формулу.

7. Разработайте на основе анализа и оценки предыдущих шагов формулу использования искусственного интеллекта в событийной индустрии. Она должна включать применяемые методы и инструменты, разработку документации и новых технологий, потребность в которых будет таким образом определена.

Стоит сказать о том, что сейчас в разработке декораций и оформлении пространства используется такое порождение работы с ИИ, как генеративный дизайн. Он включает в себя создание набора правил или параметров для дизайна, а затем использование ИИ для построения различных вариантов, соответствующих этим критериям. Это экономит время и дает простор для эксперимента. Однако важно отметить, что в этом процессе нельзя обойтись без человека, искусственный интеллект не может заменить творчество и интуицию опытного дизайнера, а лишь послужит его дополнением.



SWOT-АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Сильные стороны. Экономичность. Процесс подготовки мероприятия происходит с привлечением меньшего количества сотрудников, что снижает затраты организаторов событий. Повышенная безопасность – мониторинг плотности толпы, обнаружение потенциальных угроз и выявление опасностей. Альтернативный мозговой штурм. Возможность получения неожиданных вариантов, отличных от уже сложившихся в вашей группе.

Слабые стороны. Дополнительные затраты на начальной стадии: внедрение может быть дорогостоящим, особенно для малого бизнеса и некоммерческих организаций. Отсутствие человеческого контакта: при автоматизировании многих задач искусственному интеллекту может не хватать индивидуального подхода, который происходит при взаимодействии с человеком. Технические проблемы: несовершенство технологии может вызвать сбои в работе системы, ошибки или риски кибербезопасности. Сопротивление переменам: невосприимчивость людей к новым технологиям, желание предпочесть традиционные методы планирования и управления мероприятиями.

Возможности. Усовершенствованный маркетинг: анализ данных о посетителях и передача этой информации для улучшения маркетинговых усилий. Эффективная работа с посетителями: создание еще более захватывающего и интерактивного опыта для посетителей. Улучшенная доступность для людей с ограниченными возможностями: предоставление транскрипции в режиме реального времени или звуковых описаний. Новые источники дохода: создание персонализированных возможностей спонсорства.

Угрозы. Проблемы конфиденциальности: это особенно актуально в отношении сбора и использования данных о посетителях. Конкуренция: малым предприятиям может быть сложнее

конкурировать с более крупными компаниями, у которых больше ресурсов для инвестирования. Технологическая зависимость может привести к снижению человеческих навыков и креативности, а также к потенциальным проблемам, связанным с системными сбоями или другими трудностями. Юридические вопросы, особенно в отношении защиты данных и безопасности, что может привести к значительному финансовому или репутационному ущербу.

СФЕРЫ ПРИМЕНЕНИЯ ИИ В СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ

1. Написание сценариев и диалогов ведущих.
2. Чат-боты для обслуживания клиентов мероприятий, предоставляющие посетителям мгновенные ответы на их вопросы и освобождающие персонал, который может сосредоточиться на более сложных задачах.
3. Персонализированная программа мероприятий на основе интересов, предпочтений и данных о принадлежности посетителей к определенной группе или профессии.
4. Инструменты для проектирования мероприятий, использующие данные для оптимизации пространства событий и оптимальной навигации посетителей.
5. Продвинутое аудиовизуальное возможности вплоть до дополненной реальности (AR) и виртуальной реальности (VR), что обеспечит зрителю уникальный и захватывающий опыт.
6. Инструменты маркетинга мероприятий и продвижения на основе анализа данных для определения целевых аудиторий и доставки индивидуальных сообщений, что увеличит вовлеченность и стимулирует продажу билетов.
7. Инструменты распознавания голосовых команд и языкового перевода для многоязычных мероприятий, обеспечивающие перевод в режиме реального времени и улучшающие коммуникацию между посетителями и персоналом.

8. Анализ обратной связи в режиме реального времени, что позволит внести изменения онлайн и принять стратегические решения для будущих мероприятий.
9. Обработка данных для прогнозирования посещаемости и определения потребности в ресурсах для установления оптимальной заполненности площадки.
10. Инструменты планирования мероприятий и управления временем на основе искусственного интеллекта, которые могут помочь организаторам событий оптимизировать свои графики и снизить риск конфликтов в расписании.

БЛИЖАЙШЕЕ БУДУЩЕЕ

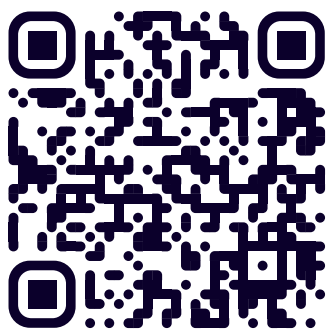
Искусственный интеллект вообще и нейронные сети в частности обладают потенциалом для свершения революции в событийной индустрии: генерировать изображения, создавать контент, вовлекать аудиторию и оптимизировать мероприятия.

Однако ИИ должен усиливать человеческий интеллект и креативность, а не заменять их. Организации могут обучать своих специалистов или нанимать профессионалов для эффективного использования этого продукта. Взаимодействие с нейронными сетями может осуществляться через текстовые, голосовые и графические интерфейсы. Инструменты на основе искусственного интеллекта, такие как чат-боты и программы преобразования текста в изображение, уже используются на мероприятиях. По мере развития он может улучшить дизайн пространства и повысить его эффективность. Искусственный интеллект должен дополнять творческий потенциал человека, и его интеграция требует тщательного планирования и непрерывного обучения.

«А вот что будет, когда искусственный интеллект разделится на мужской и женский пол?» Право ответить на этот вопрос нашей взволнованной коллеги мы представляем читателям журнала. ■

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)



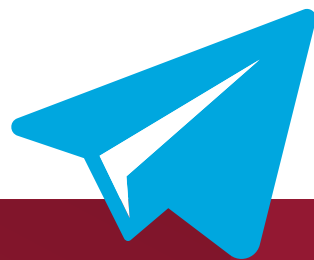
ИНСТИТУТ
РАЗВИТИЯ
КРЕАТИВНЫХ
ИНДУСТРИЙ

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



РОССИЯ
Национальное
конгресс-бюро

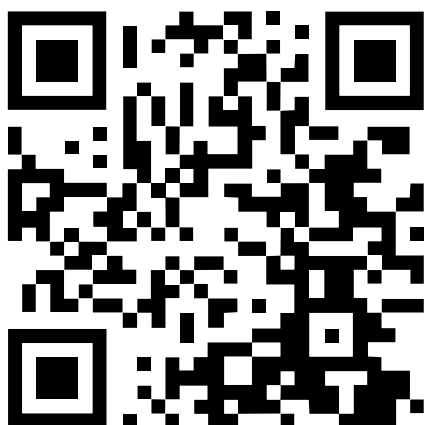
Приглашаем
в Telegram-канал



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)



ЛИЦОМ К ЛИЦУ

ВРЕМЯ ЛИДЕРОВ

62 Сергей Александров:
«Сегодня на первое место
выходит доверие»

ИНТЕРВЬЮ

70 Иван Кудрявцев:
«Московский фестиваль –
это событийный кинопрокат»

СЕРГЕЙ АЛЕКСАНДРОВ: «СЕГОДНЯ НА ПЕРВОЕ МЕСТО ВЫХОДИТ ДОВЕРИЕ»

Существует устойчивое мнение, что выставки отражают состояние экономики страны. Именно на этапе ее роста мероприятия востребованы больше всего. Как не упустить шанс и создать самую большую по площади выставку в России? Какие показатели помогают оценить эффективность проекта? Что важнее для успешного события – команда или ситуация на рынке? На эти и другие вопросы специально для журнала CongressTime ответил генеральный директор компании «СИГМА ЭКСПО ГРУП» Сергей Александров. Вместе с ним главный редактор журнала Дарья Островская пришла на выставку СТТ Экспо, которая состоялась в мае на площадке Крокус Экспо.

ФОТО:

Вадим Лебедев, агентство Video+

В 2023 году на российском событийном рынке появился новый игрок – «СИГМА ЭКСПО ГРУП», который подхватил проекты одного из ведущих выставочных организаторов – компании Messe München. Почему было выбрано такое название?

Хотел бы отметить, что с юридической точки зрения компания была образована еще в марте 2022 года. Признаться, процесс выбора названия был непростым. Мы обсуждали его внутри команды очень долго. Я люблю символы и ту загадку, которую они вносят. В нашем названии спрятано несколько значений. Во-первых, сигма – это греческая буква, которая используется в математике и обозначает сумму, а для нас символизирует объединение партнеров и единомышленников. Человек может заразить идеей, придумать что-то, но реализовать ее он один никогда не сможет, тем более в нашем бизнесе. Мы это даже обыграли в логотипе – рукопожатие двух встречающихся людей как отображение событийной отрасли. Во-вторых, выставка – очень интересный и долгий процесс создания продукта, а концепция «6 сигм» как раз призвана обеспечить качество продукции и эффективность всех процессов. В-третьих, есть значение знака сигма, связанное с психологией. Он олицетворяет философию ведения бизнеса, в том числе умение работать вне зоны комфорта и превосходить

ожидания. Совокупность этих символов отозвалась у меня и у команды, и мы приняли решение, каким будет новое название компании.

Мы сейчас находимся на СТТ Экспо. Если представить, что кто-то из наших читателей не знаком с этим проектом, как бы вы его описали?

Я бы сказал, что это самая большая выставка, лидер своей отрасли не только в России – более 70 000 м² и 920 экспонентов из 12 стран. Масштабное событие, на котором представлено все, что касается строительной техники, горнодобывающего оборудования, больших машин, суперсложных установок и так далее. Такого количества продуктовых групп вы не встретите ни на одном другом проекте. Это разнообразная по форматам выставка, которую стоит посмотреть.

Выставка действительно большая. Она всегда была такой? Какая динамика проекта в сравнении, например, с периодом до 2020 года?

Выставке больше 20 лет. Она начиналась еще на Ходынском поле в Москве. Пик проекта – это 2012–2014 годы, когда был поставлен рекорд по масштабам и площади. Самым сложным для выставки стал 2020 год, когда ее нельзя было провести, как и многие





мероприятия. Сейчас СТТ Экспо проходит в Крокус Экспо, самой большой выставочной площадке России, и другой альтернативы для проекта такого масштаба нет. Объемы в этом году близки к показателям рекордных лет, а по количеству компаний-участников, которые мы собираем сегодня, даже выше. Раньше большие западные игроки занимали крупные площади, но количество компаний было меньше. Сейчас количество экспонентов выросло, и мы иногда ограничиваем размер стендов, который предоставляем отдельным компаниям, так как это может вызвать нехватку площадей для всех желающих.

Чем обусловлен рост выставки? Рынок так развивается или нет конкурентов?

Можно выделить три фактора. Степень важности каждого ингредиента в этом «коктейле» я не могу оценить. Первый – несколько лет назад мы поставили себе четкие цели и определили стратегию, чтобы их достичь. Выставка, которую мы представляем рынку сегодня, – результат нашей работы на протяжении всего этого периода. Второй элемент – команда. Как в детской сказке про репку, когда все персонажи одновременно имеют общую цель, но достичь ее могут только вместе и с самой маленькой мышкой. Третий фактор – это рынок. Для таких выставок, как СТТ Экспо, последние годы были очень сложными, так как американские и европейские компании игнорировали проект, потому что за 10 лет рынок

был поделен и устоялся. Все понимали, кто что поставляет, что кому продавать и не хотели ничего менять.

Получается, что необходимости в выставке не было?

Ключевые игроки ее не видели или пытались заменить альтернативами. Сегодня ситуация кардинально поменялась. Как только произошел массовый уход таких компаний, образовался большой вакуум. Что теперь покупать? С кем работать? Как ремонтировать? Чем заменить? К этому добавились ограничения по логистике и поездкам. Например, Китай был закрыт, поехать на аналогичные выставки туда было невозможно. Кстати, до всех ограничений Россия входила в топ-5 стран,

«СИГМА ЭКСПО ГРУП» – российский выставочный организатор. Компания специализируется на проведении крупных мероприятий в различных отраслях, включая строительство, транспорт и автомобильную промышленность. В ее портфолио входят главная выставка строительной техники и технологий в России СТТ Экспо, международная выставка коммерческого транспорта и технологий COMvex, международная выставка запчастей, послепродажного обслуживания и сервиса СТО Экспо, конкурс «Инновации в строительной технике в России» и конкурс «Лучший коммерческий автомобиль года в России».

чьи компании приезжали на такие выставки в Европе, как bauma. Однако и это направление тоже оказалось закрытым. Поставщики, которые готовы были предложить свои решения здесь и сейчас, поняли, что рынок освобождается, образуются новые возможности. Тех, кто в ближайшие несколько лет сможет сюда прийти, будет не выдать обратно. При этом в России продолжается активное строительство различных инфраструктурных объектов. Отсутствие альтернатив вместе с бурно развивающимся рынком, правильно выбранной стратегией и профессиональной командой и дали толчок для роста выставки. Такой шанс дается редко, нам повезло, и мы смогли им воспользоваться.

По вашей оценке, как долго еще может быть открыто окно возможностей?

Не думаю, что могу угадать конкретную цифру, но если просто посмотреть на это как на некий абстрагированный тренд, то он будет продолжаться еще несколько лет. Мы видим это на собственном опыте с учетом обратной связи от участников и рынка. Впервые продажи выставки 2024 года стартовали до начала СТТ Ехро 2023. В результате 10% площадей законтрактовано на следующий год еще до официального открытия этого года. Сейчас экспоненты активно бронируют места на 2024-й и даже на 2025 год. Как руководитель я должен быть готов к различным сценариям, но факты позволяют прогнозировать положительную динамику на два-три года вперед.

Какие новые проекты появились в этом году?

В этом году у нас случилось две премьеры. Параллельно с СТТ Ехро мы запустили выставку коммерческого транспорта COMvex и выставку запчастей и сервиса СТО Ехро. С точки зрения объемов, они дали синергетический эффект. Мы посчитали, чтобы увидеть на трех выставках все стенды, необходимо пройти почти 11 км и потратить на это минимум два часа. На СТО Ехро побывали более 28 000 человек, а COMvex посетили свыше 33 000 профессионалов. За счет этих проектов мы получили дополнительный интерес и к СТТ Ехро как со стороны экспонентов, так и посетителей.

В нашем бизнесе не только бренд, но именно люди играют ключевую роль.

Вы упомянули, что рынок меняется, и выставки тоже меняются. Как изменились за это время ваши подходы к продажам и продвижению?

Не могу ничего сказать про 2012–2013 годы, так как не работал над этим проектом в этот период, но, по мнению моих коллег, организация продаж тогда была гораздо проще. Потенциальные экспоненты стояли в очередь и готовы были обсуждать объемы и условия уча-

ствия, а не факт принятия решения, придут они на выставку или нет. В 2023 году мы испытали близкие ощущения к тому, что было 10 лет назад. Те компании, которые поздно принимают решения, столкнулись с большой проблемой. Во-первых, весной мы уже не могли предложить ту площадь стенда, на которую они рассчитывали. Во-вторых, месторасположение стенда было не приоритетным. И когда мы говорили в начале года, что у нас не будет хватать площадей, кто-то сомневался. Однако время показало, что мы оказались правы.

Тяжело было убеждать компании принять участие в выставке с учетом смены компании-организатора?

Не скажу, что у меня была полная уверенность, что все получится. Тем не менее, когда мы сообщали, что принимаем такое решение и советовались с игроками, большинство из тех, кого мы знаем лично, нас поддерживали. Они спрашивали: «У вас все остается как раньше? Цены те же самые? Площадка та же? Работать с нами будете вы?» А потом говорили: «Ну и бог с ним, с этим названием, как назоветесь, так и проводите». В целом все реагировали с пониманием и даже креативно. Кто-то в шутку предлагал добавить к СТТ название своей компании. Наверное, в нашем бизнесе не только бренд, но именно люди играют ключевую роль. Это тот философский вопрос, который мучает меня достаточно давно. Что важнее – состояние рынка или уровень команды, которая организывает на нем выставку? Здесь я, скорее, склоняюсь к последнему. Очень многое

ФАКТЫ И ЦИФРЫ ВЫСТАВКИ СТТ ЕХРО 2023

70 893 м²

площадь экспозиции

63 015

профессиональных посетителей

920

экспонентов

12

стран

Источник: «СИГМА ЭКСПО ГРУП»

зависит от отношений между организатором и ключевыми игроками.

Давайте вернемся к вопросу продаж и продвижения. Какие инструменты оказались наиболее эффективными в этом году?

Я не могу сказать, что у нас есть какой-то волшебный рецепт. Если хочешь сделать классный продукт, ты должен узнать все болевые точки твоего клиента, его незакрытые гештальты и потребности и с разных сторон отрисовать ему одну и ту же коммуникацию со степенью изменения под каждый канал. Именно поэтому мы используем все инструменты в своей работе: и телеграм-канал, который бурно рос в этом году, и социальные сети, которые тоже модифицировались, и адресные рассылки, а еще звонки, встречи и даже печатные пригласительные билеты. Несколько лет назад нас критиковали за то, что мы используем устаревшие инструменты и деревья не бережем. Возможно, это не совсем правильный подход с точки зрения устойчивого развития, но выставка – такой продукт, который сложно материализовать. Думаю, что печатный билет на выставку работает как некое подтверждение того, что мероприятие состоится. Сейчас в мире, который наполнен фейками и искаженной информацией, люди недоверчиво относятся к тому, что написано только в виртуальном пространстве. Именно поэтому хорошо работает разнообразие каналов и форматов при продвижении и продаже выставки.

В каком соотношении вы используете диджитал-форматы и офлайн?

Я сторонник живого общения и не верю, что можно полностью перевести в цифру то, чем мы занимаемся. Когда многие организаторы в 2020 году бросились поддерживать «онлайнивание» нашей отрасли, я этот энтузиазм не разделял. Пресс-конференции офлайн, живые встречи с партнерами, ужины или завтраки с участниками – именно это запоминается больше, чем бесконечные посты и онлайн-мероприятия. Я уделяю много времени личному общению и получаю от этого удовольствие. Я коллекционирую эмоции, а их можно получить только от личных встреч с людьми.

Я уделяю много времени личному общению и получаю от этого удовольствие. Я коллекционирую эмоции.

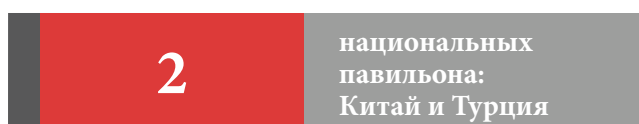
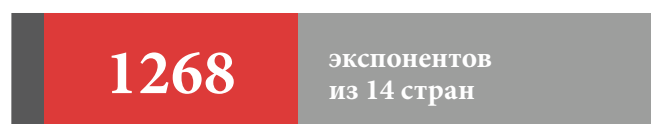
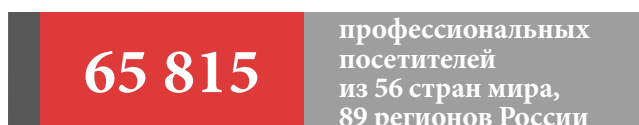
В 2022 году мы наблюдали тренд, что многие организаторы из столицы начинают масштабироваться в регионы. Там есть спрос, рынок поменялся. Если раньше все стремились в Москву, то теперь у регионов появился неплохой шанс, чтобы развиваться. В вашей стратегии есть что-то, что предполагало бы проведение проектов не в Москве?

Я всегда считал и считаю, что в России центральные выставки любой сферы должны быть в Москве. Так устроена логистика в нашей стране, а также расположена специализированная инфраструктура. С другой стороны, существует большой потенциал и возможности у некоторых регионов. Я могу отметить площадки в Санкт-Петербурге, Казани, но есть одно но. Разные организаторы используют либо один, либо другой подход. Первый – я делаю все сам и мне не нужны партнеры, я достаточно большой, все умею лучше и везде. Это не про нас. Мы придерживаемся второго подхода и верим в партнерство – в сумму усилий нескольких партнеров и в синергию от такого сотрудничества. И если думать – а мы думаем – о проектах в регионах, то нужен такой соратник, который бы мог для нас выступить местной опорой и вместе с нашим опытом и компетенциями сделать уникальное мероприятие. При этом хотелось бы избежать масштабирования деятельности только ради того, чтобы добавить еще 5–10 проектов в портфель компании и надуть щеки от собственной важности. Любое мероприятие, которое мы будем делать, должно быть номером один в отрасли. Только тогда нам будет чем гордиться, а рынку – интересно.

Вы имеете в виду партнеров из событийной сферы или какой-то другой индустрии?

Напрашивается банальный ответ, что из выставочной сферы. Мы всегда говорим на одном языке, понимаем друг друга быстро и легко, но иногда и договориться сложнее. Однако для того

ОБЩАЯ СТАТИСТИКА СИНЕРГИИ ВЫСТАВОК СТТ EXPO, СТО EXPO И COMVEX



Источник: «СИГМА ЭКСПО ГРУП»

чтобы говорить о сотрудничестве или совместном проекте, не нужно иметь визитку или лейбл локального организатора, достаточно одинакового видения и понимания проекта.

Кстати, «СИГМА ЭКСПО ГРУП» не состоит ни в одной отраслевой ассоциации. Хотя в профессиональном объединении партнеров искать проще. Чем это обусловлено?

Относительно ассоциаций я отвечу так: всему свое время. В настоящий момент членство в разных организациях не является для нас первоочередной задачей. Оно полезно только в том случае, когда может быть частью стратегии и способствовать достижению целей, четко сформулированных и оцифрованных в ней. При этом мы всегда открыты к диалогу и сотрудничеству.

Как вы оцениваете уровень конкуренции на российском выставочном рынке?

На мой взгляд, уровень конкуренции в России намного выше, чем он был несколько лет назад, и выше, чем во многих странах, которые мы хорошо знаем. Речь не только про Европу. Я считаю, что здоровая конкуренция является безусловным плюсом для всех, в том числе для любого экспонента и посетителя. Ведь когда есть выбор, всегда можно найти, что больше подходит той или иной компании. И для самих организаторов это полезно. Если бы не было конкуренции в немецком автомобилестроении, то не появились бы такого уровня автомобили, как BMW, Mercedes и другие. При этом каждый из них может найти для себя достаточное количество клиентов. Соревнование между компаниями-организаторами является регулятором рынка, и я не вижу ничего плохого в здоровой конкуренции, нацеленной на результат. Кстати, выставки – это хорошая площадка для развития такой борьбы. Я всегда рекомендую нашим экспонентам начинать свой рабочий день с

того, чтобы зайти на стенды к конкурентам, пока нет посетителей. Может быть очень полезно.

Если мы говорим про конкуренцию между выставками, что, на ваш взгляд, сегодня является ключевым для экспонента при принятии решения о выборе проекта?

С моей точки зрения, все еще большое значение имеет бренд. Выставка – это очень инертный продукт, потому что она проходит раз в год, а иногда раз в два года, и люди судят о будущем мероприятии по его истории и устоявшемуся имиджу. За последние несколько лет ситуация стала меняться, потому что часть выставочных брендов ушла, а на их месте появились новые. Компании в некоторых сферах стали относиться спокойнее к некоему «шилдику» у проекта. На первое место выходит доверие между партнерами, между экспонентами и организаторами, между посетителями и экспонентами. Повторюсь, у нас дефицит





доверия, и это будет продолжаться некоторое время. Люди будут ориентироваться на оправданные ожидания и выполненные обещания со стороны организатора.

Какие параметры эффективности работы компании на выставочном рынке вы считаете наиболее важными?

Нет одного магического показателя. Разные проекты невозможно друг с другом сравнивать. Размер выставки, объем ее площади – важный показатель, потому что это отражение спроса со стороны отрасли и уровня проекта на рынке. Еще один значимый индикатор – прирост посетителей к предыдущим годам проведения выставки. Это самая главная валюта любого проекта. Несколько лет подряд мы видели падающий трафик посетителей даже на лидирующих мероприятиях, и это приводило к уменьшению площади. С 2022 года ситуация изменилась – соотношение количества людей, приходящих на выставку, к объему метров, которые берут экспоненты, увеличилось. И третье – это прибыль, потому что мы все работаем как коммерческие компании.

Конечно, есть и другие параметры эффективности. Для меня в этом году таким стало количество упоминаний и комментариев в социальных сетях и различных видеоплатформах. Более 200 видео с выставок разместили в сети наши участники, посетители и блогеры. Эти ролики собрали почти 3 млн просмотров и несколько десятков тысяч лайков. Хотя я спокойно и скептически к этому отношусь, но то количество отзывов, которые я слышу от людей, которые интересуются строительной техникой, коммерческим транспортом и запчастями, имеет большое значение для оценки проекта. С удовольствием просматриваю и положительные, и негативные комментарии. Всегда приятно слышать слова «грандиозно», «нам не хватило времени», «не везде успели, завтра вернемся», «у нас сели аккумуляторы» и так далее. Именно в этот момент ты понимаешь, что выставка превосходит ожидания профессионалов, а значит, это можно считать показателем ее эффективности.

В 2023 году вы запустили два новых проекта. Скорее всего, финансовый результат по ним будет не тот, который хотелось бы видеть в дальнейшем. Какой показатель

станет для вас критерием, чтобы понять, идете ли дальше с этими проектами или нет?

Внутри компании у нас расписаны цели не только на несколько лет вперед, но на каждый год и месяц, в том числе и финансовые показатели. Могу сказать, что результаты двух новых проектов, которые мы запустили в этом году, превзошли все поставленные KPI.

Если бы этого не произошло, на что бы вы смотрели при оценке проекта?

Мне проще говорить, потому что мы уверены, что в следующем году проекты точно состоятся и будут больше этого года, но если бы этого не случилось, то хороший вопрос... Опыт западных компаний показывает, что три года обычно дается для любой выставки, чтобы она вышла на точку безубыточности. Если этого не происходит, это значит, что такой продукт не нужен рынку или не нужен в таком формате. Возможно, в нем что-то необходимо глобально менять. Такой подход представляется правильным. Какой смысл проводить убыточные мероприятия? Зачем рынку то, за что люди не готовы платить ни

своим временем, ни своими деньгами? Для себя я бы определил такой период в два года, потому что сделать второе мероприятие иногда сложнее, чем первое. И если проект имеет положительную динамику по сравнению со стартом, можно однозначно говорить, что он состоялся и будет развиваться дальше.

Сегодня много говорят о мерах поддержки нашей отрасли со стороны государства. С учетом вашего опыта работы на зарубежных рынках, какие шаги вы назвали бы первоочередными или наиболее полезными для индустрии?

Выражу исключительно частное мнение. Как организатор не думаю, что моей компании нужна прямая финансовая помощь государства, но такая поддержка точно была бы востребована со стороны экспонентов. Я часто слышу такие запросы от наших участников. Некоторые из них пользуются мерами поддержки со стороны региональных властей, экспортных центров и других организаций, которые субсидируют часть затрат на участие в выставках. Я считаю, что это хорошая мера, когда деньги выделяются компаниям на частичное покрытие таких расходов. Мы видим аналогичные примеры, которые существуют в других странах, в том числе таких ориентированных на экспорт, как Китай и Турция. Эти механизмы работают, и хотелось бы, чтобы они были и у нас и касались не только участия в выставках за рубежом, но и в России.

Прямая поддержка организаторам или выставочным центрам необходима в форсмажорных обстоятельствах, как было с ковидом, когда отраслевым компаниям было фактически запрещено работать. Сейчас я особой необходимости в этом не вижу, но, повторюсь, это сугубо мое мнение. Возможно, я не могу оценить потребности других.

Кстати, вам удалось воспользоваться субсидией во время пандемии?

Нет. Во-первых, были определенные ограничения. Компания Messe Muenchen была нашим инвестором и собственником, а это иностранная организация. Во-вторых, мы довольно успешно смогли договориться с участниками выставок, чтобы они оставили авансы за 2020 год у нас. В большинстве случаев экспоненты пошли нам навстречу, и мы смогли организовать выставку в 2021 году, не привлекая кредитные средства не только банков, но и учредителя. Фактически за счет имеющихся средств мы смогли пережить пандемию. Я знаю, что многие получали поддержку из штаб-квартир иностранных организаций, которые работают в России. Не могу сказать, что сделал что-то лучше или правильнее. Наверное, иногда стоит взять помощь головного офиса, когда ее предлагают. Не пожелаю даже конкурентам попасть в ситуацию, когда из-за внешних ограничений ты не можешь заниматься делом, которое любишь.

Как вы оцениваете перспективы российского событийного рынка?

Я очень оптимистично смотрю в будущее. Мне кажется, мы завершили этап спокойствия и затухания событийного бизнеса. Нам часто говорили в последнее время, что выставки уже не работают, стали меньше и ничего не приносят. Именно встряски, которые происходят на любом рынке, дают возможность заново его перестроить. Кризисы открывают новые возможности для развития, поэтому я вижу в них только положительное.

Какие проекты будут востребованы в ближайшее время? Куда смотреть в поисках идей?

Сложно ответить по конкретным индустриям или тематикам. Во-первых, я бы сказал, смотреть надо не на экспонентов и не на деньги, которые платят организаторам, а на посетителей. Важно уметь анализировать собранную информацию в части их потребностей и запросов, так называемые большие данные. Во-вторых, однозначно не стоит рассчитывать на легкие деньги. Сейчас некоторые организаторы хотят сделать что-то простое, быстро заработав на хайпе. На мой взгляд, это не совсем правильный подход с точки зрения долгосрочной стратегии развития. Интересно сделать проект, куда будут приходить люди и говорить: «Вау, завтра придем еще раз».

БЛИЦ-ИНТЕРВЬЮ

В каком регионе вы бы хотели провести мероприятие?

В России мне очень нравится Санкт-Петербург, хотя, думаю, это сложный рынок для запуска выставок. Также в моем топ-листе Казань. Мне кажется, Татарстан – в целом перспективный для мероприятий регион. Еще мне бы хотелось сделать выставку в Сибири, потому что это регион с характером, со своим подходом.

Какую детскую мечту вам удалось осуществить?

В жизни каждого человека есть любимые фильмы и сериалы. Я не могу сказать, что у меня была мечта быть похожим на какого-то героя из них, но я помню ощущение, что хотел бы прожить жизнь, похожую на кино, нескучную и захватывающую. За последние несколько лет моя мечта сбылась. Я иногда с удовольствием, иногда с волнением, иногда

с юмором и самоиронией отношусь к тому, в какой фильм или сериал я сейчас попал. И мне интересно посмотреть следующие серии.

Каким должно быть идеальное летнее путешествие?

Очень сложный вопрос... Наверное, без мобильного телефона и без связи вообще. И даже на несколько недель. Возможно, я когда-нибудь в него соберусь.

ИВАН КУДРЯВЦЕВ: «МОСКОВСКИЙ ФЕСТИВАЛЬ – ЭТО СОБЫТИЙНЫЙ КИНОПРОКАТ»



ФОТО:

Вадим Лебедев, агентство Video+

Весной прошел 45-й Московский международный кинофестиваль. Как устроено мероприятие? Какие задачи ставят организаторы перед одним из старейших кинофестивалей мира? Какие форматы они используют? Об этом и многом другом на площадке ММКФ руководителю объединенной редакции ВНИЦ R&C Александре Юрковой рассказал председатель отборочной комиссии, программный директор Московского международного кинофестиваля Иван Кудрявцев.

Иван, в чем заключается смысл проведения Московского международного кинофестиваля, каковы его миссия и цели?

Мне очень нравится, как французы называют очередной фестиваль – издание. То есть у нас ММКФ в своем сорочке пятом издании. Кинофестиваль – это ежегодник, который рекомендует фильмы, обязательные к просмотру по мнению экспертного сообщества. Огромное количество картин проходит через горнило зрительского внимания, прессы и суперэкспертов – жюри. Из сложившегося лонг-листа все вместе они формируют для представления на фестиваль шорт-лист классных фильмов, которые люди могут потом посмотреть.

То есть важно донести людям качественное кино?

Абсолютно. Более того, часть из представленных на фестивале фильмов можно посмотреть один раз в году, только здесь и сейчас. В прокат они не выйдут, ведь столько картин прокат никогда не вместит. Поэтому гости идут на фестиваль как на особенное событие. Такой своего рода событийный прокат, когда только один или два показа фильма собирают полные залы. Для кинотеатра это очень выгодно, поскольку он за семь дней фестиваля зарабатывает

больше, чем в обычные дни. Зрителям это интересно и приятно, так как они знакомятся с фильмами в окружении таких же влюбленных в кино людей, а не случайных посетителей. И конечно, на кинофестивале всегда возникает много новых ярких знакомств, деловых контактов.

Любому зрителю на фестивале очень нужен хороший гид.

Бывает ли кинофестиваль недостаточно успешным, неудачным?

К счастью, мне не доводилось анализировать ни один провальный кинофестиваль в своей жизни. Каждый проходил как-то по-своему хорошо, со своими особенностями, которые и делают его интересным. Фестиваль дает поводы для гордости. В организации процесса на Московском международном кинофестивале я участвую второй год, но хожу сюда со старших классов школы, больше 20 лет. И никогда не было ощущения, что вот это был удачный фестиваль,

а вот этот – нет. Иногда случалось так, что я не успевал посмотреть то, что хотелось бы, а иногда даже то, что очень стоило увидеть. Но любому зрителю на фестивале очень нужен хороший гид. Как правило, таким гидом становится ваш приятель, заядлый киноман, который ведет вас на показ. Всегда нужно, чтоб кто-то загалгал. Раньше меня водили мои друзья. А теперь я вожу своих друзей. Сейчас они выбирают фильмы для просмотра, и мы решаем, когда и в какой ресторан пойдем, чтобы их красиво обсуждать. Недавно мы так говорили в одном из ресторанчиков недалеко от Пушкинской площади о фильме «Снегирь» Бориса Хлебникова. Посмотрели с колоссальным удовольствием и точно не забудем этот показ никогда. Ради того, чтоб не дежурно сходить в кино, а так, чтобы запомнить показ, и нужны фестивали.

В 2022 году вы говорили об идее создания на базе ММКФ своего рода киноторгового континентального хаба. Насколько удастся воплотить эту идею в жизнь?

Это давняя задача, не мной придуманная, но я считаю ее правильной. Она стоит перед Москвой как городом в центре континента, столицей одной из крупнейших держав и одной из самых амбициозных мировых кинематогра-

Московский международный кинофестиваль (ММКФ) проводится с 1935 года. Первым председателем жюри был Сергей Эйзенштейн. Во время Великой Отечественной войны кинофестиваль не проводился и был возобновлен в 1959 году. С 1999 года ММКФ проводится ежегодно. Церемонии открытия и закрытия фестиваля проходят в театре «Россия», специально построенном для события в 1961 году. Президент Московского международного кинофестиваля – Никита Михалков. Главный приз ММКФ – «Золотой Святой Георгий». В 2023 году на Московском международном кинофестивале было представлено более 200 фильмов из 64 стран.

фий. Москва – мост между разными цивилизациями, столица страны, которую населяют две сотни народов, говорящих на разных языках. В этом городе сам бог велел торговать кинопродукцией. Поэтому отсутствие в Москве долгие годы полноценного кинорынка отчасти связано с его недостаточной зрелостью. Отчасти с тем, что мировые цепочки поставок в киноиндустрии настроены так, что торговые центры находятся на пересечении других киноторговых путей. Это Канны, Берлин, Лос-Анджелес и Гонконг – портал, где Азия и Запад общаются друг с другом.

Поэтому превращение Москвы в крупнейший киноторговый хаб – масштабный, стратегический план. Это сложная ракета, которая может стартовать только со всеми работающими системами. ММКФ – один из реактивных двигателей ракеты. Поднять ее в воздух одним фестивалем никогда не получится. Москва шаг за шагом приближается к задуманному. Здесь будут торговать фильмами, сериалами и компьютерными играми. Это время обязательно настанет, а ММКФ будет этому способствовать.

Для вас важно осознавать ваш вклад в этот процесс?

Я, как председатель отборочной комиссии фестиваля, стараюсь вместе с коллегами собирать программу так, чтобы сбалансированно представить весь мир. Как зрители, мы привыкли воспринимать его голливудоцентричным, западноориентированным, но в то же время в большей части света могут даже не знать Голливуд и его звезд. Недавно говорили с индийцами: они назвали трех голливудских актеров и одного китайского. Вот и все звезды, которых они знают за пределами Индии, им хватает своих звезд. Мы привыкли думать, что западный мир – это и есть весь мир, а это совсем-совсем не так. И если наше кино, наш репертуар, зрительский запрос будут более разнообразными, то таким станет и наш зрительский рацион. Значит, и Москва как более космополитичный город, и мы как более космополитичное зрительское сообщество будем идеально подходить для постепенного

формирования такой вот киноторговой площадки. А пока мы встречаемся, говорим, предлагаем проекты, шаг за шагом к этому ведем наш город и родной фестиваль.

Какие качества важны программному директору такого крупного события?

Я не волшебник, только учусь. Нужно быть усидчивым, внимательным. Конечно, я смотрю больше фильмов, чем хочу, даже больше, чем могу. На этапе отбора глаз замыливается, нужно уметь его протирать. И в этом может помочь сильное потрясение, фильм, который прошибает эту пелену. Нужно обладать большим запасом терпения и трудолюбия, быть насмотренным. Уметь слушать – это очень важно, ведь я не один, со мной работают люди, надо задавать правильные вопросы коллегам. Нужно быть открытым ко всему новому, категорически противопоказано шаблонное мышление. Нельзя мыслить стандартами «формат – неформат»: вот это все со стола прочь, иначе закоснеешь. Удивляться, нужно уметь удивляться!

Нельзя мыслить стандартами «формат – неформат». Удивляться, нужно уметь удивляться!

А чем удивляет ММКФ-2023? Чем отличается от всех предыдущих?

Много чем. Дольше идет работа бизнес-площадки. Это значит, что сегодня растет востребованность Москвы как территории для диалога, проведения переговоров, заключения сделок. В этом году на бизнес-площадку фестиваля приехала огромная делегация влиятельных продюсеров из Индии, которые прямо с фестиваля отправились в локейшн-тур по России подбирать

интересные места для съемок. Во время презентации на площадке ММКФ российские киностудии и авторы представили им свои яркие проекты, с хорошим потенциалом для копродукции.

Вторая важная перемена – это внедрение специальной студенческой аккредитации. По уровню доступа она даже круче статуса международного гостя: с ней можно ходить на все пресс-показы, в кинолекторий, на бизнес-площадку, а сверх того еще брать до двух бесплатных билетов в день. Более тысячи студентов из полсотни десятков ведущих творческих вузов получили такую аккредитацию.

ММКФ идет в ногу со временем. Мы сейчас наблюдаем большой разворот мирового кинематографа в сторону молодых героев, зрителей. Начинается смена поколений, и это находит свое отражение в политике фестиваля. Также этот тренд у нас зафиксирован в новом проекте «Трудный возраст», внеконкурсной программе, которую мы подготовили в 2023 году. Это показы фильмов о проблемах молодых и того поколения, вслед которому они идут. Молодежный трек также отражен в программах «Блокбастеры народов мира» и «Дикие ночи».

Московский фестиваль ориентирован на экспертов киноиндустрии? На тех, кто профессионально любит кино?

Он открыт всем – и экспертам, и обычным зрителям. Московский кинофестиваль устроен так, что для профессионалов работает бизнес-площадка, а гости и жители города могут попасть на просмотры по обычным билетам. Кинолекторий у нас тоже открытый. Билет необходим на тот фильм, перед которым идет лекция.

Кинофестивали в мире строятся по-разному. Есть Берлинский международный кинофестиваль – большое зрительское открытое событие, множество площадок по всему городу, в кассы стоят очереди. Есть фестивали смешанные, где показы и для широкой публики, и для профессионалов. Это Венецианский международный кинофестиваль. Есть пре-



имущественно профессиональные мероприятия. Например, Каннский международный кинофестиваль. Он принимает тысячи гостей со всего мира, но это в основном профессионалы и пресса. Потом объявляются победители, и люди уже ориентируются на этот вердикт фестиваля. Но правда, и в Каннах есть фильмы для широкой публики, их показывают в программе «Кино на пляже». Это действительно впечатляет. Я на всю жизнь запомнил, как мы с женой смотрели в Каннах «Головокружение» Альфреда Хичкока, какая была погода, атмосфера. Море, шезлонги, мы укрылись пледами, а на экране – «Головокружение». Садится солнце, зажигаются звезды, над морем удивительный ореол света, мы смотрим кино и никогда уже не забудем, что именно видели в этой обстановке. Вот к этому должен стремиться каждый мировой кинофестиваль.

Как строится логика активностей на фестивале?

На ММКФ больше двадцати программ. Есть «Основной конкурс», «Русские премьеры», «Конкурс документального кино», «Конкурс короткометражного кино», у каждого свое жюри. Также работают внеконкурсные параллельные программы по разным направлениям и формам: «Шот-сет», где вам, как в баре, могут принести попробовать разные «шотики» – короткометражные фильмы. «Дикие ночи», которую курирует кинокритик Егор Москвитин, где демонстрируются фильмы ужасов и триллеры главных мировых фестивальных площадок. «Первая серия» с показами первых серий самых перспективных российских и зарубежных сериалов. «Блокбастеры народов мира» – картины, которые соперничают с голливудскими фильмами, становятся хитами и двигают

киноиндустрии своих стран вперед. Фестиваль длится восемь дней, показы и деловые активности идут в ключевых кинотеатрах Москвы.

Деловые мероприятия – это программы для профессионалов?

Да, на бизнес-площадке можно заявить о будущих проектах, найти деловых партнеров, показать работу в процессе. Здесь проводятся круглые столы, питчинги – очные защиты проектов для привлечения инвесторов. Появилась студенческая деловая программа – кинолекторий, просветительский формат, запущенный впервые в этом году. Это лекции, которые помогают лучше сориентироваться в контексте мирового кинопроцесса.

Ну и конечно, неделовые, но торжественные и очень зрелищные элементы – церемония открытия с красной



дорожкой, закрытие фестиваля и оглашение итогов конкурса. Они традиционно проходят на Пушкинской площади, в здании бывшего кинотеатра «Россия», теперь это Московский театр мюзикла.

Какие сложности были при подготовке программы фестиваля в 2023 году?

Очень тщательной селекции подвергли программу «Блокбастеры народов мира». Был очень непростой выбор. Но самая сложная творческая задача, которую нам пришлось решать, это проект кинолектория. Все члены отборочной комиссии запланировали лекцию или серию выступлений.

Вы тоже в этом участвуете?

Да, моя лекция посвящена трансформации кинорынка, тому, как остальной мир кино превращается в основной. Многие индикаторы нам показывают, что рынок будет менять-

Я мечтаю о том, что Московский кинофестиваль станет площадкой для выражения альтернативного мнения.

ся, у него появляются новые центры, полюса. Взять, к примеру, китайское кино: еще недавно в нем разбирались только критики да любители гонконгских боевиков, но скоро мы все будем его любить, знать звезд. Запомните мои слова!

В мировом прокате доля сборов китайских фильмов выросла в пять раз – с 5 до 25%. Кинематограф КНР развивается семимильными шагами. У них свой гигантский рынок в

полтора миллиарда человек, 16% населения на планете говорит на китайском. Сейчас эта страна активно развивает свою кинематографию: за последние несколько лет в Китае открыто более 80 тысяч кинозалов. Снимают они все лучше с каждым годом и очень амбициозны с точки зрения экспорта.

Как формируется жюри ММКФ?

У каждого фестиваля есть что-то вроде своего клуба единомышленников. Часто это кинематографисты, которые приезжали со своими фильмами, побеждали здесь. За почти 90 лет существования фестиваля и 45 фестивалей, ведь раньше ММКФ не был ежегодным, в орбите нашего зрителя собрались десятки, сотни имен ведущих кинематографистов мира, которые с радостью принимают наше приглашение участвовать в его работе. В 2023 году международное жюри основного конкурса возглавил индийский режиссер Рахуль Равель. «Русские премьеры» – рос-

сийский режиссер Алексей Учитель. Их знает весь мир. Мы приглашаем тех, с кем есть история взаимоотношений и кому доверяем. Но в то же время стараемся открывать новые имена. А открыв их, стараемся их не забывать. Если у человека сохранились теплые воспоминания о фестивале, он потом возвращается к нам со своим новым фильмом.

Какая команда работает над программой фестиваля? Как вы строите процесс?

Ядро начитывает десятки людей, общее количество исчисляется сотнями. У любого фестиваля есть департаменты, структура сложная, большая. У нас есть отборочная комиссия, которую я возглавляю. Только в ней занято шестнадцать человек. Работа ведется практически весь год. Даже если мы не встречаемся какое-то количество месяцев, мы все равно продолжаем работу – ищем фильмы, а если заметили картину, завязываем контакты, приглашаем авторов на фестиваль.

Команда постоянно работает только на ММКФ или собирается под проект?

Как правило, небольшой костяк команды работает только над фестивалем. У всех, конечно, есть еще другая работа. Но фестиваль – это в большей степени труд в удовольствие. Это в хорошем смысле авантюра, приключение, традиция. Я всегда удивлялся, как у крупных фестивалей команда не меняется годами. Но теперь понимаю: это страсть и добрая традиция. И только потом – работа.

Какой вызов вы считаете самым сложным?

Сегодня у нас нарушена зрительская привычка – наш зритель утратил навык осознанного просмотра кино, похода на кинолекции и творческие встречи. Сама индустрия отучила его от этого. Слишком долго много денег зарабатывалось путем автоматизированного кинопроката. Я очень рад за кинотеатры – показывают фильмы, билеты продают, экономят

на зарплатах. В моменте они очень неплохо зарабатывают, но стратегически подрывают зрительскую привычку. На самом деле зритель идет в кино не из-за сюжета, а из-за страсти. Он следует за тем, кто верит в то, что делает. Как-то мы с сыном пришли на площадку, и он стал играть на разных горках. Другой мальчик, помладше, бегал за ним и буквально выгонял его отовсюду.

«Сядь на качели и сделай вид, что ничего круче них на этой площадке нет, и смотри, что будет», – посоветовал я ему. И это сработало. Мальчик тут же вцепился в качели, а все остальные аттракционы были наши. Страсть вот так работает. За ней люди идут в первую очередь.

Да, с мероприятиями ведь очень похожая ситуация. Онлайн нас избаловал в период пандемии, но люди с удовольствием сейчас приходят на очные события. И особенно на те, которые организаторы сами любят, делают их искренне и страстно. А каким вы видите ММКФ через пять-десять лет, куда вы его приведете?

Мне хотелось бы, чтобы ММКФ стал фестивалем мечты для кинематографистов со всего мира. Фестивалем альтернативы. Мир не может жить долго в режиме существования двух мнений, своего и неправильного. Ведь есть такой вид уравнений, где несколько правильных ответов. Спрос на альтернативную точку зрения в мире будет возрастать. Я мечтаю о том, что Московский кинофестиваль станет площадкой для выражения альтернативного мнения. Необязательно диаметрально противоположного или противопоставленного, но местом диалога, который будет строиться по другим правилам, куда люди придут за глотком свободы, московского воздуха и куража, забываемых воспоминаний. Это ощущение людям подарил в 2018 году чемпионат мира по футболу в России. Московский международный кинофестиваль проходит каждый год, и я верю, что он останется любимым и будет открывать новые территории для нашего зрителя. ■

ПОБЕДИТЕЛИ МОСКОВСКОГО МЕЖДУНАРОДНОГО КИНОФЕСТИВАЛЯ – 2023

«ЗОЛОТОЙ СВЯТОЙ ГЕОРГИЙ»

- за лучший фильм
«**Три брата**»,
режиссер Франсиско Папарелья,
(Чили, Аргентина)

«СЕРЕБРЯНЫЙ
СВЯТОЙ ГЕОРГИЙ»

- за лучшую режиссерскую работу
«**Черная Луна**»,
режиссер Тонаттио Гарсия,
(Мексика)

- за лучший фильм конкурса
короткометражного кино
«**Всё**»,
режиссер Лу Хэлай,
(Китай)

- за лучший фильм конкурса
документального кино
«**История российских тюрем.
Владимирский централ**»,
режиссер Юлия Бобкова,
(Россия)

- за лучший фильм конкурса
«Русские премьеры»
«**Край надломленной луны**»,
режиссер Светлана Самошина,
(Россия)

- за лучшее исполнение женской
роли
«**Кахо Сэто, «Хрупкие цветы
в потоке дней**»,
режиссер Ютака Цунэматти,
(Япония)

- за лучшее исполнение
мужской роли
«**Фернандо Арсе, «Те, кто внизу**»,
режиссер Александро Кирога,
(Уругвай, Колумбия, Аргентина,
Бразилия, Боливия)

ПРИЗ ЗА ВКЛАД В МИРОВОЙ
КИНЕМАТОГРАФ

«**Карен Шахназаров**,
кинорежиссер
(Россия)

Источник: пресс-служба ММКФ

НКБ ОБЪЕДИНЯЕТ!

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

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





СТРАТЕГИИ

78 Шелковый путь к успеху:
выставочный бизнес Китая

82 Великолепная пятерка.
Лучшие из лучших премии
«Событие года»

СООБЩЕСТВО

86 Суммарный набор высоты.
Ассоциация «Аэропорт»
гражданской авиации

КОНГРЕССЫ КАК БИЗНЕС

КОНСУЛЬТАЦИЯ

90 Управление групповой работой
на мероприятиях

НЕКОНГРЕСС

94 Фестиваль IRONSTAR:
три составляющие
корпоративного духа



ШЕЛКОВЫЙ ПУТЬ К УСПЕХУ: ВЫСТАВОЧНЫЙ БИЗНЕС КИТАЯ

АВТОР:

Олег Бегляров,
совладелец и коммерческий директор
группы компаний «Демлинк»

ФОТО:

Messe Frankfurt (Shanghai) Co Ltd

Накануне пандемии коронавируса выставочный бизнес в Китае рос с фантастической скоростью. В 2019 году состоялось открытие Шэньчжэньского всемирного выставочного и конгрессного центра SWECC, который поразили своими размерами. Его экспозиционная площадь – свыше 400 тысяч м². После пандемии выставочный рынок активно восстанавливается. В феврале экспозицию Automechanika Shanghai 2023 посетили специалисты автомобильной индустрии из 89 стран, на ней было представлено более 3300 компаний. Сегодня Китай становится одним из наиболее привлекательных мест для проведения мероприятий.

СОБЫТИЙНАЯ
ИНДУСТРИЯ КНР

Как и почему в Китае произошел прорыв в конгрессно-выставочном бизнесе? Прежде всего потому, что событийная инфраструктура Китая создана при поддержке государства. Отрасли уделяется серьезное внимание не только в больших провинциях, но и в муниципалитетах. Кроме этого, в КНР хорошо изучили историю успеха других стран. После Второй мировой войны в Германии активно развивался выставочный бизнес, крупные центры были построены почти во всех землях ФРГ. Китай пошел по этому пути позже, но семимильными шагами. Сегодня в Поднебесной функционируют более 300 крупных площадок для мероприятий, и их число продолжает расти.

Существуют различные критерии оценки выставочного рынка: квадратные метры экспозиции, количество участников и посетителей, выручка и прочее. Если раньше мы удивлялись размерам комплексов европейской выставочной индустрии, таким как Hannover Messe, Messe Muenchen, Messe Frankfurt и Fiera di Milano, то современные гиганты в провинциях Шэньчжэнь и Гуанчжоу превосходят их в разы. Они обладают развитой инфраструктурой, ум-

ными и зелеными технологиями. Все это было создано как для национальных проектов – в Китае проходят одни из самых крупных ярмарок различных товаров, так и для привлечения на местный рынок международных организаторов мероприятий. Например, компания Messe Frankfurt проводит выставку Automechanika в разных странах мира. В Германии она занимала порядка 250 000 м², в Турции 40 000 м², в Дубае 30 000 м², в России 30 000 м². Добравшись до Китая, Messe Frankfurt получила джекпот. В феврале 2023 года выставка Automechanika Shanghai представила свыше 3300 экспонентов на площади 220 000 м². Это показательный, но не единственный пример. Почти у всех крупных игроков выставочного рынка сценарий развития событий и динамика похожи.

Одна из особенностей событийной индустрии КНР в том, что операторами выставочно-конгрессных центров в провинциях являются китайские компании. Если еще недавно Шанхайский новый международный выставочный центр SNIEC пользовался услугами специалистов из Messe Hannover, Messe Duesseldorf и Messe Muenchen, то сейчас современные решения здесь внедряют местные предприятия. И сегодня Китай становится законодателем моды в оформлении

стендов и использовании высоко-технологичных решений.

ПОСЛЕ КАРАНТИНА

В 2020 году из-за пандемии коронавируса и введения строгих ограничений выставочный рынок Китая замер. Но так как в провинциях был разный уровень эпидемиологической опасности, местные власти и компании решали самостоятельно, проводить им выставки или нет. Например, в Шанхае вводились жесткие ограничения, а в Шэньчжэне мероприятия проводились при условии соблюдения противоэпидемиологических мер безопасности. Границы Китая были закрыты, и организаторы выставок ориентировались на покупательную способность местного рынка.

Китай всегда был и остается чрезвычайно интересным рынком как для импортеров, так и для экспортеров. Посещение выставок создает широкие возможности для развития деловых отношений. В январе 2023-го в Китае были сняты ограничения, и страна снова открылась для иностранцев. С этого момента зарубежные компании смогли принимать участие в выставках на территории КНР. Сегодня посещение мероприятий позволяет найти партнеров не



только на экспозиции, но и познакомиться с работой промышленных предприятий. В стране хорошо развит индустриальный туризм. Поэтому, как показывает практика, на выставки в Китай лучше ездить с хорошо продуманной программой. В отличие от мероприятий, которые проходят в Европе в течение нескольких дней, экспозиции в КНР работают больше недели, а иногда и месяца. Например, выставка China Import and Export Fair в Гуанчжоу была открыта для посетителей с 16 апреля по 5 мая.

Сегодня Китай является одним из наиболее крупных центров производства и потребления товаров и услуг. Поэтому в стране проводятся масштабные выставки, площадь которых превышает 180 000 м². Планы участников событийной отрасли также впечатляют. До конца 2023 года в Китае планируется провести более 440 выставок, в том числе 160 в Шанхае. Какими будут

эти мероприятия, сказать сложно, но очевидно, что после пандемии коронавируса событийной индустрии дан хороший старт. Сегодня в числе наиболее крупных выставок Китая такие, как Canton Fair, Yiwu Trade Fair, Beijing Auto Show, Bauma Fair, Shanghai Import and Export Commodity Fair.

ЭКСПОЗИЦИИ КИТАЯ ЗА РУБЕЖОМ

Китайское экономическое чудо произошло в основном благодаря четко выстроенной экспортной политике. Одним из драйверов стали выставки за рубежом. В Китае действуют программы поддержки и развития экспорта. В них принимают активное участие специальные агентства и ассоциации. Участие в выставках за рубежом субсидируется, а размер поддержки зависит от отрасли и рынка. Вопросами финансирования занимается Ми-

нистерство коммерции Китайской Народной Республики. Если раньше компании из КНР, выставлявшиеся на зарубежных рынках, бронировали небольшие однотипные стенды, то сейчас многие заказывают индивидуальную застройку. Государство финансирует аренду 20 м², дополнительные площади компании оплачивают самостоятельно. Если раньше китайские экспоненты стремились только показать свой товар, то сейчас работа на стенде изменилась – продумывается концепция, используются маркетинговые инструменты для коммуникации с партнерами и покупателями.

ВОСТОЧНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ

До пандемии коронавируса в основном поток российских посетителей выставок был направлен в Европу. На этот рынок приходилось около 60% туристов из России. Китай посещали 30% путешественников.

При этом, по данным Ассоциации туроператоров России, в 2019-м в КНР было совершено 2,6 млн поездок, а доля деловых туристов составила порядка 40%. Китай входил в пятерку популярных направлений для путешествий.

С 2022 году количество поездок в Европу сократилось. В связи с этим специалисты группы компаний «Демлинк» ожидают рост интереса к таким направлениям, как Китай и Турция. Эти страны привлекательны для деловых поездок на различные выставки. Если в Турции местные экспоненты предложат посетителям товары и услуги, то в Китае, кроме продукции предприятий, можно найти и инвесторов, заинтересованных в российском рынке. Интерес отечественных предпринимателей к КНР сегодня достаточно

велик. Поездки деловых туристов из России в Китай возобновились в 2022 году, несмотря на необходимость длительного карантина. Тогда недельная поездка могла растянуться на месяц. Однако представители различных российских компаний принимали участие в выставках и конференциях. Сейчас количество индивидуальных поездок в Китай растет. Появились запросы на групповые туры для посещения предприятий, так называемые технические визиты. Ожидаются поездки делегаций отраслевых ассоциаций и официальных делегаций.

После открытия Китаем границ возросла нагрузка на работников посольства и генеральных консульств КНР в России, поэтому при получении виз для поездки оформление документов следует

планировать заранее. Есть также нюансы по размещению в отелях, местным налогам и сборам. Поэтому для оформления деловой поездки в Китай необходимо выбрать компанию, имеющую опыт работы с этим направлением. Также на это следует обратить внимание, если компания планирует пригласить китайских экспонентов на выставку в Россию. В таком случае потребуются не только визовая поддержка, обеспечение логистики, но и услуги переводчиков на мероприятии, информационное сопровождение и прочее.

Группа компаний «Демлинк» сейчас реализует два российско-китайских проекта в Москве и Поволжье. По оценке экспертов, интерес экспонентов из КНР к выставкам в России будет расти. ■










ВЕЛИКОЛЕПНАЯ ПЯТЕРКА. ЛУЧШИЕ ИЗ ЛУЧШИХ ПРЕМИИ «СОБЫТИЕ ГОДА»

ФОТО:

архив мероприятий премии
«Событие года» и компании Positive
Technologies

Условные обозначения:

-  – победитель блока номинаций
-  – золото
-  – серебро
-  – бронза
-  – цель проекта

Весной профессиональное сообщество в одиннадцатый раз подвело итоги премии «Событие года». В 2023 году в 30 номинациях было заявлено 250 мероприятий. Главный редактор журнала CongressTime Дарья Островская приняла участие в работе жюри, оценила стратегии организаторов мероприятий и составила собственный шорт-лист по итогам конкурса. Премия показала, что каждый из представленных проектов может вдохновить создателей событий на новые идеи и форматы мероприятий.

ТИЗЕРНАЯ КАМПАНИЯ VK FEST 2022



Корпоративное коммуникационное событие года



Маркетинговое мероприятие года



Лучшая креативная идея мероприятия



Запуск анонсирующих активаций, которые расскажут широкой аудитории об отличиях VK Fest 2022 от всех предыдущих фестивалей, не замыкаясь в рамках одного канала и одинаково эффективно обрабатывая онлайн и офлайн.

Организатор: компания VK

Агентство: Great Event

Гибридное событие

19 млн человек – охват кампании

5 привлеченных служб и подрядчиков



В 2022 году фестиваль VK Fest впервые проходил одновременно в Санкт-Петербурге, Москве и Сочи. Организаторы сделали анонс, который был частью самого фестиваля. Первой активацией в рамках кампании стал мем-перформанс «Ушел на VK Fest». Его основная функция заключалась в том, чтобы максимально ярко донести до людей мысль: «На фестиваль ушли все, кто только мог, ведь это самое масштабное тусовочное событие

лета!». Одним из самых необычных элементов кампании стала совместная акция с музеями. Организаторы создали «экспонаты, которые ушли на VK Fest».

Дарья Островская: Кейс кампании VK показывает, как создание вирусного контента, использование современных инструментов и социальных сетей позволяет продвигать проекты с минимальными расходами при внушительных результатах.

ПРЕСС-РЕЛИЗ ИГРЫ ATOMIC HEART



Лучшее оформление мероприятия



Презентация для прессы и блогеров игры Atomic Heart

Организатор: компания VK Play

Офлайн

200 гостей

50 привлеченных служб и подрядчиков




24 ноября 2022 года разработчики провели показ игры Atomic Heart, приключенческого ролевого боевика с открытым миром, действие которого разворачивается в альтернативном Советском Союзе 1955 года. Организаторы погрузили гостей в атмосферу игрового сеттинга – одного из ключевых продающих факторов проекта. С помощью актеров,


кошпеля, театральных режиссеров и постановщиков был создан иммерсивный спектакль. Гости взаимодействовали с персонажами Atomic Heart, узнавая подробности об игре, истории и эксклюзивную информацию сюжетных квестов.

Дарья Островская: Поразило внимание организаторов к деталям

при реализации проекта, создании полного погружения в игру. Так, например, десерт был изготовлен в форме персонажа Atomic Heart – железного человека в ванной, а в декоре мероприятия использовались только материалы 1950-х – бархат, габардин и прочее.

URAL HR-FORUM

 Деловое мероприятие года

 Укрепление роли HR в компаниях российского бизнеса, поддержка профессионального сообщества, создание в регионе среды для развития и диалога HR-менеджеров, собственников бизнеса и государственных структур.

Организаторы: компания *Be Brand People*, МВЦ «Екатеринбург-Экспо» (MTC Live Холл)

Гибридное событие

1660 гостей

98 привлеченных служб и подрядчиков


Мероприятие состоялось в профессиональный праздник – День HR-специалиста в России 21 сентября 2022 года. Деловая программа форума была разработана HR-специалистами, в том




числе программными директорами с двадцатилетним опытом, экспертным советом из 21 департамента HR уральских холдингов и представителями 16 профессиональных HR-сообществ. Участники форума обсудили актуальные вопросы, которые интересовали целевую аудиторию. Организаторам удалось провести событие такого масштаба без убытков.

Дарья Островская: Проект является подтверждением того, как эффективно деловые мероприятия могут работать для решения задач профессиональных сообществ и организаторов. Форум создавался на базе HRD-клуба TUNEЦ. По итогам мероприятия в сообщество вошло 82 участника. Кроме того, качественное ядро клиентской аудитории организаторов увеличилось в шесть раз.

THE STANDOFF 2022 | POSITIVE HACK DAYS 11

 Гибридное событие года

 Создание киберполигона, где профессионалы могут исследовать копии ИТ-систем реальных компаний из различных отраслей экономики, а также искать уязвимости и пути реализации критических событий.

Организатор: компания *Positive Technologies*

Агентство: *ARS Communications*

Гибридное событие

188 940 зрителей онлайн

10 800 посетителей

В течение всего мероприятия The Standoff команда красных хакеров взламывала в онлайн-режиме цифровую инфраструктуру современного города, а команда бе-



лых предотвращала инциденты и расследовала реализованные атаки, которые не получилось остановить. Хакатон является частью международной конференции Positive Hack Days. На мероприятии были реализованы 30 недопустимых событий из 100, отражены 63 атаки.

Дарья Островская: Уникальность проекта заключается в масштабности использования онлайн- и офлайн-форматов при сохранении зрелищности как для участников, так и для наблюдателей, в том числе из непрофессиональной среды.

КОНКУРС «ТВОЯ ИСТОРИЯ С БИЛАЙНОМ»

1 Театрализованный перформанс года

Создание акции по случаю юбилея компании, которая бы способствовала повышению лояльности абонентов и сотрудников билайна, поддержке имиджа бренда и генерации нового PR-контента.

Организатор: билайн (компания «Вымпелком»)

Агентство: Braining Group

Гибридное событие

91 млн человек – охват проекта

40 привлеченных служб и подрядчиков

В 2022 году мобильный оператор билайн отметил 30-летие. По этому поводу компания объявила многоэтапный конкурс реальных историй своих клиентов и сотрудников о том, как услуги или сам бренд повлияли на жизнь автора



или его близких. Лучшие истории были поставлены на сцене «Студии театрального искусства» 8 декабря 2022 года. Именно в этот день гости события оказались на первом коммерческом спектакле – в атмосфере вокзала, где вместе с профессиональными актерами сели в вагон поезда, следующего по маршруту «1992–2022», и отправились в путешествие по времени, ностальгии и приятным воспоминаниям. Кульминацией спектакля стало награждение победителя

конкурса «Твоя история с билайном», который стал обладателем 1 млн рублей, а так же, как и все финалисты, получил 30 лет связи без абонентской платы. Сотрудники билайна, поделившиеся своими рассказами, получили сертификаты на уикенд в отеле.

Дарья Островская: Проект показывает прекрасный пример нестандартного вовлечения клиентов и сотрудников, а также повышения уровня лояльности к компании.



Юлия Жоля,
генеральный продюсер премии «Событие года», президент Национальной ассоциации организаторов мероприятий (НАОМ)

Главная задача премии «Событие года» – формирование уважения к себе и к своей профессии. О мероприятиях участников настоящего конкурса говорит вся страна, но непосредственно организаторы этих шумевших проектов всегда находятся в тени. На мой взгляд, это несправедливо. Поэтому наша премия – это место, где профессионалы индустрии получают заслуженное признание и награды.

В 2023 году мы кардинально поменяли формат церемонии награждения и отошли от привычных шаблонов, когда объявили результаты в виде

театрализованного перформанса с декламированием манифеста организатора мероприятий. Без лишней скромности могу сказать, что эта рискованная ставка сыграла, мы стали трендсеттерами и уже наблюдаем, как те, кто проводит премии, взяли аналогичный формат за основу.

Новая заявочная кампания стартует осенью 2023 года, и я надеюсь, что благодаря премии «Событие года» мы продолжим доносить до общественности важность такого феномена, как организатор мероприятий. Сделаем это еще громче, чем было раньше.

«Событие года» – премия событийной индустрии России, учреждена в 2011 году как отраслевой конкурс проектов. Ежегодно проводится Национальной ассоциацией организаторов мероприятий (НАОМ). Цель премии – повышение значимости событийной индустрии как отрасли, способствующей развитию креативной экономики страны. Награда «Событие года» присуждается за достижения в области организации мероприятий. Подробная информация на сайте eventawardsrussia.com.



СУММАРНЫЙ НАБОР ВЫСОТЫ. АССОЦИАЦИЯ «АЭРОПОРТ» ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ

АВТОР:

Виктор Горбачев,
генеральный директор Ассоциации
«Аэропорт» гражданской авиации

ФОТО:

архив мероприятий Ассоциации
«Аэропорт» гражданской авиации

В 2023 году в России отмечается 100-летие гражданской авиации страны. В Санкт-Петербурге к юбилею открылась выставка, посвященная истории создания воздушного транспорта. Экспозиция расположилась в международном терминале Пулково-2 у исторического здания Ленинградского аэропорта. Воздушные гавани имеют особое значение в отрасли. Решению вопросов развития этих транспортных комплексов, инфраструктуры, оборудования, безопасности, кадров более тридцати лет способствует Ассоциация «Аэропорт» гражданской авиации.

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ АЭРОПОРТОВ

В мае на площадке отеля «Арт Москва» состоялась 62-я Московская международная конференция «Обеспечение устойчивого развития аэропортов в условиях санкционного режима» и выставка «Техника, оборудование и передовые технологии для аэропортов». Организатором этих деловых событий является Ассоциация «Аэропорт» гражданской авиации. Соорганизаторами мероприятий выступили Совет Федерации России, Министерство транспорта России, Торгово-промышленная палата Российской Федерации, Росавиация и Ространснадзор.

В работе конференции приняли участие руководители и специалисты законодательных органов и структур государственного управления отрасли, аэропортов, авиакомпаний, заинтересованных организаций и предприятий, фирм-производителей отечественной техники, оборудования, разработчики технологий.

Участники мероприятия рассмотрели опыт работы воздушных гаваней в современных непростых условиях, изучили передовые решения в различных направлениях деятельности авиапредприятия и выработали общие рекомендации, которые будут направлены в Министерство транспорта России и Росавиацию.

Эксперты отметили, что из-за санкционного режима воздушное сообщение между Россией странами Евросоюза и США практически полностью прекратилось, что привело к резкому сокращению международных авиаперевозок и падению пассажиро- и грузопотоков. Одновременно с российского рынка ушли зарубежные компании – производи-

тели техники, оборудования и технологий для аэропортов, которые прекратили новые поставки, а также техническое сопровождение техники, поставленной ими в Россию за несколько десятилетий. Сегодня авиационная отрасль страны оказалась в тяжелейшем положении. Стимулирование внутренних авиаперевозок, импортозамещение и техническое перевооружение производства стало как никогда чрезвычайно актуальной задачей.

К сожалению, период пандемии коронавируса изменил ситуацию на рынке авиаперевозок. В 2020 году это было наиболее ощутимо. По данным Росавиации, авиакомпании России в 2021 году на внутренних линиях перевезли 87,5 млн пассажиров, что на 56% больше, чем в 2020-м, и на 20% – по сравнению с 2019 годом. Однако отрасль оказалась перед новым вызовом. В 2022 году ситуация усугубилась после введения санкционного режима в отношении международных перевозок. Но, несмотря на жесточайшие условия, гражданская авиация России и стран СНГ все-таки продолжала развиваться.

Главными направлениями обеспечения жизнедеятельности отрасли в создавшемся положении сегодня являются: замещение и поддержание в эксплуатационном состоянии парка иностранных воздушных судов, максимальное сохранение инвестиционных программ, дальнейшее развитие инфраструктуры гражданской авиации, сохранение рабочих мест специалистов, а также оптимизация и развитие производственных связей. И члены Ассоциации «Аэропорт» активно участвуют в этих процессах. В рамках деловой программы конференции и выставки в Москве состоялось годовое отчетное собрание профессионального объединения.

МЕХАНИЗМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Организационный принцип деятельности Ассоциации «Аэропорт» – представительство ее членов в постоянно действующих комитетах, сформированных по основным направлениям деятельности наземных комплексов гражданской авиации. В течение 2022 года были проведены различные мероприятия и заседания. Представители отрасли обсуждали актуальные вопросы, выдвигали предложения и рекомендации по доработке ряда нормативно-правовых документов. Мероприятия проходили при содействии компании «Электроника» и «Национального аэропорта Минск».

Сегодня Ассоциация «Аэропорт» гражданской авиации объединяет в своих рядах более 160 представителей отрасли стран СНГ. Членами профессионального объединения признаются юридические лица, независимо от их организационно-правовой формы собственности; являющиеся резидентами Российской Федерации или иностранных государств; признающие устав ассоциации, ее цели и задачи, главные из которых – установление и развитие делового партнерства со всеми аэропортами России и стран СНГ. В 2022 году в объединение принято семь предприятий.

Для привлечения в ряды организации новых участников дирекция постоянно работает над популяризацией деятельности ассоциации, публикуются комментарии экспертов в средствах массовой информации, в том числе на радио и телевидении, в печатных изданиях, электронных ресурсах. Регулярно издается информационно-аналитический журнал «Партнер Аэропорт», который выходит четыре раза в год и является

Ассоциация «Аэропорт» гражданской авиации – негосударственная, некоммерческая организация, созданная в декабре 1990 года для координации деятельности ее членов, расширения деловых возможностей, представления и защиты их интересов. Профессиональное объединение оказывает комплекс услуг по анализу, освоению и внедрению достижений мирового опыта в практику работы аэропортовых комплексов и связанных с ними инфраструктур на территории стран – участниц Содружества Независимых Государств.



единственным печатным органом общественной организации в отрасли. Функционирует официальный сайт ассоциации, а с помощью группы компаний «Ланит» создан телеграм-канал для специалистов авиационной индустрии.

В ИНТЕРЕСАХ ОТРАСЛИ

Одно из главных направлений деятельности Ассоциации «Аэропорт» гражданской авиации – защита интересов ее членов. Поэтому в 2022 году организация уделила пристальное внимание совершенствованию законодательных документов. С учетом возрастающих проблем в развитии

региональной авиации, в Совет Федерации России и Министерство транспорта Российской Федерации ассоциацией были подготовлены и направлены 29 обращений, экспертных заключений и предложений по сохранению и развитию аэропортов региональных и местных воздушных сообщений, снижению рисков в санкционный период, о продлении ресурса технических средств досмотра. Обсуждались вопросы о дополнительных мерах поддержки, в частности получение субсидий и утверждение целевых программ льготного кредитования для развития отрасли в субъектах Российской Федерации. А также о широком применении современных технологий

для эффективного решения задач по развитию инфраструктуры аэропортов в стране.

Эти документы составлялись по запросам таких предприятий, как «Аэропорты Севера», аэропортов Домодедово, Иркутск, Омск, Горно-Алтайск, Уфа, Чукотка и Камчатка. Стоит отметить, что практически по всем обращениям ассоциация получает разъяснительные ответы, а предложения имеют практическое применение. Наиболее активную работу в этом направлении ведут представители аэропорта Домодедово. В 2022 году большинство обращений и экспертных заключений

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ АССОЦИАЦИИ «АЭРОПОРТ» ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ С 1990 ГОДА В ЦИФРАХ



Источник: Ассоциация «Аэропорт» гражданской авиации, 2023 г.

ДОКУМЕНТЫ, В КОТОРЫХ УЧТЕНЫ ПРЕДЛОЖЕНИЯ АССОЦИАЦИИ «АЭРОПОРТ» ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ

- Постановление Правительства Российской Федерации от 17 сентября 1992 г. № 724 «О государственном регулировании цен на энергоресурсы, другие виды продукции и услуги»
- Приказ Минтранса России от 17 июля 2012 г. № 241 «Об аэронавигационных и аэропортовых сборах, тарифах за обслуживание воздушных судов в аэропортах и воздушном пространстве Российской Федерации»
- Приказ Минтранса России от 15 февраля 2019 г. № 24 «О порядке предоставления услуг пассажирам из числа инвалидов»
- Федеральные авиационные правила «Требования к операторам аэродромов гражданской авиации. Форма и порядок выдачи документа, подтверждающего соответствие оператора аэродрома гражданской авиации требованиям федеральных авиационных правил. Порядок приостановления действия и аннулирования документа, подтверждающего соответствие оператора аэродрома гражданской авиации требованиям федеральных авиационных правил»
- Федеральные авиационные правила «Правила эксплуатации аэродромов гражданской авиации. Борьба с опасностью, создаваемой живой природой»

Источник: Ассоциация «Аэропорт» гражданской авиации, 2023 г.

были подготовлены при непосредственном участии их специалистов.

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В АВИАЦИИ

В настоящее время один из ключевых вопросов отрасли – техническое состояние самолетов и аэропортов. В свое время в Советском Союзе производились и эксплуатировались воздушные суда, а также различное необходимое оборудование отечественного производства. Например, в состав Министерства гражданской авиации СССР были включены и работали пять опытно-экспериментальных заводов, производивших наземную технику, в частности такие предприятия, как «Коммаш» и «Кировский тракторный завод».

В конце 1980-х промышленное производство практически остановилось, прекратилось изготовление отечественного специального оборудования. На рынок хлынула зарубежная техника, и с этим изобилием отрасль оказалась не готовой к последствиям, которые сейчас наступили. Начиная с 1991 года, членами Ассоциации «Аэропорт» гражданской авиации стали 15 фирм из разных стран, в том числе из Германии, Франции, Финляндии, Швеции, Австрии, США, Швейцарии, которые предложили

аэропортам выгодные контракты. Собственное производство в России при этом было практически ликвидировано. В течение более 20 лет местный рынок активно насыщался импортным оборудованием. Сегодня российские аэропорты лишились не только поставки новой техники, но и запасных частей, а также сервисного обслуживания. Но сложившуюся ситуацию нельзя назвать пагубной. Предприятиям гражданской авиации стоит обратить внимание на то, что в Ассоциацию «Аэропорт» входит более 40 отечественных компаний, которые выпускают всю линейку необходимой техники и оборудования.

ЛУЧШИЕ АЭРОПОРТЫ СНГ

Несмотря на жесточайшие последствия пандемии коронавируса и резкое падение пассажиропотока аэропортов, в том числе из России, Молдавии, Узбекистана, Республики Беларусь, воздушные гавани стран – участниц СНГ активно развиваются. Продолжается реконструкция зданий, улучшается инфраструктура, обновляется оборудование, восстанавливаются и появляются новые рейсы. Это показал конкурс «Лучший аэропорт года стран – участниц СНГ» по итогам работы за 2022 год. Ассоциация ежегодно проводит его, оценивая конкурсантов, добившихся наивысших результатов

производственной деятельности и внесших значительный вклад в развитие гражданской авиации.

В 2022 году номинанты претендовали на победы в четырех категориях: «Лучший аэропорт года стран – участниц СНГ», «За активную производственную деятельность», «За большой вклад в развитие аэропорта», «Динамично развивающийся аэропорт». В числе победителей конкурса аэропорты Домодедово, Владивосток, Уфа. В номинации «За активную производственную деятельность» награды получили филиалы федерального казенного предприятия «Аэропорты Севера»: Усть-Куйга, Среднеколымск, Депутатский, Батагай и Белая Гора. Лучшими воздушными гаванями СНГ признаны «Национальный аэропорт Минск» и международные аэропорты Киргизии Манас и Ош.

В 2023 году Ассоциация «Аэропорт» гражданской авиации продолжила работу по развитию международного сотрудничества с отраслевым сообществом стран – участниц СНГ. В июне в международном аэропорту Манас прошло заседание комитета по аэродромно-техническому обеспечению. А в октябре планируется провести 63-ю Московскую международную конференцию «Модернизация аэропортов России и стран СНГ». ■



УПРАВЛЕНИЕ ГРУППОВОЙ РАБОТОЙ НА МЕРОПРИЯТИЯХ

АВТОР:

Валентин Шумовский, основатель и управляющий партнер Центра перспективной компетентности лидеров и команд «Коммуниканомика»

ФОТО:

kasto, serezniiy – Фотобанк Фотодженика

Сегодня, говоря о технологиях, влияющих на возможные траектории развития индустрии деловых событий, логично рассматривать технологии не только инженерные, в том числе цифровые, но и гуманитарные. Тем более, что заинтересованность в эффективной интеграции гуманитарных технологий в инженерную и бизнес-среду сейчас интенсивно нарастает.

ПОСЛЕДНИЕ ТЕНДЕНЦИИ

Деловые события исторически позиционировались как пространство для непосредственного диалога заинтересованных сторон и обмена практическими знаниями в различных отраслях экономики. Однако именно в этой сфере модель ценности бизнес-мероприятий в последние годы подверглась двум наложившимся друг на друга «атакам варваров». Сначала под влиянием экспоненциального роста доступности каналов коммуникации, распространения соцсетей и формирования в них множества локальных сообществ появился тренд на упрощение контента. Стало «немодно» оперировать многослойными контекстами со сложной архитектурой, тогда как деловое мероприятие в его естественном, так сказать, состоянии именно такой контекст из себя и представляет. Следом пандемия коронавируса увела наиболее активных участников деловых мероприятий в онлайн, где их значительная часть так и осталась.

Само собой, организаторы вынуждены были конструировать свои сценарии взаимодействия с этими трендами. Что в итоге сыграло со многими из них злую шутку – пришлось столкнуться с тем, что в продуктивном подходе называется «канибализация». С одной стороны, возможность глубокого диалога лицом к лицу – офлайн – остается для индустрии основной составляющей ценности. С другой – организаторы продолжают добровольно «натягивать» на свой контент гибридную модель взаимодействия с аудиторией, хотя пандемия и связанные с ней ограничения остались в прошлом. Следуя за тягой части аудитории к клиповости подачи информации, они собственными руками ограничивают свои возможности использовать, и соответственно, монетизировать ключевой актив.

Для крупнейших форумов и конференций этот тезис актуален в меньшей степени, но архитектуру рынка в любой гуманитарной отрасли определяют средние по масштабу игроки. Они лучше приспособлены к тому, что называется «исследование действи-

ем» – самой ценной и дефицитной компетентности в ситуации глубоких системных изменений структуры рынков и форматов взаимодействия заинтересованных сторон.

Безусловно, бизнес-модели будущего деловых событий России сейчас находятся в активной фазе формирования, и мы можем оперировать только гипотезами. Поэтому приведу несколько примеров, как можно повысить ценность делового мероприятия за счет использования методов и практик управления групповой работой – фасилитации и модерации.

ГРУППОВАЯ РАБОТА

В контексте этой статьи термин «модерация» требует уточнения. Модераторы мероприятий стали непременным атрибутом деловых событий, но их текущая роль и набор ожидаемых компетенций радикально отличаются от модератора как оператора гуманитарной технологии, даже, точнее, технологического пакета под названием «Управление групповой работой». Сегодня это самостоятельная отрасль со своими набором инструментов, моделями ценности, персоналиями и лучшими практиками. И ровно так же, как индустрия деловых событий, она сегодня находится под давлением поветрия об «онлайн животворящем» и вируса примитивизации, проявляющего себя в виде всяческих симулякров типа «мастермайндов», «стратегических сессий за два часа» и «быстрых форсайтов».

Внутренняя дифференциация фасилитаторов и модераторов, сходства и различия этих ролей и функций сейчас представляют предмет жарких споров в профессиональной среде, так что этот аспект мы в этом материале обойдем. Примем как нарратив, что мы выделяем модератора делового мероприятия в традиционном для отрасли понимании этого термина и называем его А-модератор (А обозначает аудиторию), а также вводим понятие К-модератора (К в данном случае – команда), которое объединяет как модераторов групповой работы, так и фасилитаторов.

Групповая работа – совместная структурированная деятельность людей в малых группах, как правило, до 30 человек. Один из основных принципов – группа самостоятельно или с помощью К-модератора устанавливает нормы общения и взаимодействия, выбирает фокус работы и средства достижения результата. Продвинутой К-модератор может эффективно работать с аудиторией 100, 200 и 300 человек, но все равно сессия будет включать несколько этапов работы в малых группах, в которых и будет создаваться основное содержание. Теоретическую основу компетентности К-модератора формируют разработки в области групповой динамики, а методы организации взаимодействия конструируются на основе теории принятия решений и методологии организации коллективной интеллектуальной деятельности. А-модератор работает с другой архитектурой коммуникации – для него объект управления в типичном случае состоит из двух автономных групп (спикеры/эксперты и аудитория), взаимодействующих в рамках норм, правил и условий, заранее установленных организатором события.

Основное назначение групповой работы – решение сложных проблем, требующих совместных усилий представителей различных организаций, структур или подразделений внутри одной компании, то есть специалистов разного уровня как с разными компетентностными профилями, так и различающимися, часто – конфликтующими, явными и скрытыми интересами. К примеру, проблемы внедрения изменений, инновационная деятельность, сложные вопросы стратегического управления и прочее. Групповая работа позволяет объективно качественнее и быстрее решать стоящие перед заказчиком сессии проблемы, а также может использоваться как метод обучения и повышения квалификации руководителей, развития внутренних экспертов, внутренних предпринимателей и лидеров изменений.

Предполагая возможные зоны роста, которые может создать использование методов управления групповой

работой для организаторов деловых событий, выделю четыре перспективные функции, они же потенциальные конкурентные преимущества, а также три явных риска.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ФУНКЦИИ

Первая функция – более глубокое участие ивент компании в процессах отраслевых интеграций и проектировании изменений. Традиционные форматы деловых мероприятий построены, по большому счету, как простой обмен информацией. Спикеры что-то заранее подготовленное расскажут, аудитория выскажет мнения и/или задаст уточняющие вопросы, но в итоге каждый унесет с площадки свою прежнюю картину мира, слегка дополненную в результате «перекрестного мышлеопыления». Ожидаемый результат групповой работы изначально строится на ином образе результата – актуальная в настоящий момент картина мира участников проходит быстрый, но глубокий анализ, раскладывается на составляющие, дополняется отсутствующими в изначальной конфигурации деталями и пересобирается в новую, в которой могут существенно поменяться роли и функции. Если получится включить такой подход в архитектуру делового мероприятия, то организатор становится не свидетелем или наблюдателем происходящих в какой-то отрасли изменений, а их непосредственным участником. Например, предлагая свои инструменты, ресурсы и компетенции для поддержки, корректировки и повышения эффективности изменений, в свою очередь диверсифицируя структуру своих доходов.

Вторая функция – создание, конструирование партнерств. Сейчас полноценные бизнес-альянсы, основанные на равнозначном обмене ценностью, формируются, главным образом, в кулуарах и без прямого участия организатора. Уточним, что многое из того, что сегодня принято называть партнерством, по сути им не является. Биржи деловых контактов, байерские программы и иные форматы поддержки коммерческих интересов участников есть и работают, но в ос-

нование этих сервисов все-таки заложены отношения поставщика и клиента. Следующий шаг – создание системной инфраструктуры поддержки бизнес-интеграций более высокого порядка. Подписание соглашений, уж простите, не в счет. Это формальный шаг, на котором партнерство может как начаться, так и закончиться. Влияние организатора события на жизненный цикл и устойчивость таких партнерств, как правило, стремится к нулю. В то время как сессии групповой работы, использующие инструментарий бизнес-моделирования, сценарного моделирования и моделирования ценности, позволяют выявлять и структурировать потенциальные коллаборации непосредственно в ходе группового взаимодействия. Организатор же может включаться в зарождающиеся партнерства, предлагая свои сервисы для их расширения и повышения жизнеспособности.

Третья функция – приоритизация и фокусировка. В условиях «идеального шторма» на всех уровнях рынка возникают дублирующие процессы. Разные ведомства, общественные структуры и игроки независимо друг от друга начинают изобретать один и тот же велосипед. У каждого для этого всегда есть набор убедительных аргументов. Те, у кого что-то получилось – отправляются каждый в свою сторону. В условиях идеальной конкуренции это, наверное, хорошо и правильно, однако сегодня в России есть огромное количество задач, объективно требующих концентрации ресурсов. Особенно в сфере научно-технологического суверенитета. В таких задачах взвешенный выбор оптимального (не равно идеального) лидера/координатора и согласование алгоритмов, по которым будут взаимодействовать заинтересованные стороны – вопрос стратегический. «Традиционные» для индустрии деловых событий форматы бизнес-диалога не позволяют решать такие задачи быстро и эффективно. Тогда как инструменты управления групповой работой именно в решении таких задач работают лучше всего, в том числе за счет с принятия на себя профессиональным К-модератором роли независимой стороны.

Здесь стоит уточнить, что такие форматы зачастую ставят участников перед необходимостью отказаться от определенной доли автономности и прежних (привычных) способов решения каких-то своих задач или взять на себя новые функции. Это создает комплекс внутренних и внешних конфликтов. Отрасль управления групповой работой сталкивается с этим буквально в каждом кейсе и нарабатала объемный инструментарий извлечения из конфликта энергии для деятельности. Для А-модерации интенсивный конфликт на площадке – это все-таки больше про область дискомфорта.

Владеть информацией о том, какой фокус выбран в результате сессии и как планирует держать его каждый из участников в определенном горизонте планирования – бесценный ресурс для организатора мероприятия. Не только в ракурсе предложения услуг и сервисов, но и для проектирования содержательной части регулярных мероприятий, а также оперативной разработки новых мероприятий под конкретную задачу.

Четвертую функцию довольно сложно упаковать в короткий тезис, я назвал ее «Мышление +». Сегодня, в том числе под влиянием бума тематического научно-популярного контента, много говорят об эффективном мышлении. При этом кратного роста интеллектуальных продуктов и услуг как-то не наблюдается. Пока единственный рынок, извлекающий из этого ажиотажа ощутимый профит, это инфобиз. Основная причина, на мой взгляд, в том, что за кадром остается простая и очевидная мысль – даже суперэффективное мышление без навыков и практик коммуникации остается набором электрических и химических сигналов в мозге мыслителя – это ключевой тезис методологии «Коммуниканомика». Технологии групповой работы создавались и развивались, главным образом, как инструментарий процессов результативного мышления и, что принципиально, трансляции его результатов в деятельность. Используя в архитектуре мероприятий сложные форматы интеллектуального сотруд-

ничества участников и выступая держателем его результатов, организатор мероприятия выходит на новый уровень влияния. Особенно если предлагает, опять же, соответствующую инфраструктуру.

ГЛАВНЫЕ РИСКИ

Обрисовав вдохновляющие перспективы, нельзя обойти вниманием риски организатора, решившего встроить предлагаемые возможности в свою стратегию. Основных три – время, цена, состав группы.

По сравнению с привычными форматами деловых событий, техники групповой работы требуют значительно больше времени непрерывной включенности участников. Извлечь значимый результат в привычном для делового мероприятия временном слоте 1,5–2 часа нереально. Как бы адепты «Твиттер-мышления» не пытались доказать обратное. Возникает системная задача – совмещать длинные и короткие форматы так, чтобы участники не

испытывали дискомфорт от их конкуренции в рамках одного события.

Необходимо также принять как факт то, что стоимость работы профессионального К-модератора/фасилитатора у большинства игроков рынка мероприятий может вызвать некоторое изумление. Коммерческому заказчику модерированной сессии проще – он может сопоставить стоимость услуги непосредственно с ожидаемым эффектом для своего бизнеса. Для организатора мероприятия математика будет более замысловатой.

Ну и последнее – организатор мероприятия работает, как правило, с достаточно широкой аудиторией, не сегментируемой по значимым для управления групповой работой параметрам. Тогда как для участия в «заказных» сессиях участники отбираются заранее и, как правило, знакомы между собой. Включать формат групповой работы в архитектуру мероприятия без проектирования процесса отбора участников – идея так себе: значимо увеличивается время,

необходимое для того, чтобы группа сработалась, плюс факторы взаимного доверия участников, ощутимо влияющие на достижимый результат.

Таким образом, интеграция технологий и практик управления групповой работой в формат делового мероприятия – задача нетривиальная, но вполне решаемая и для организатора перспективная. Вопрос всего лишь в том, что рассматривать ее прикладное значение организатор может не раньше, чем выберет один из двух конфликтующих трендов, который он собирается «оседлать» в долгосрочном горизонте. Тренд на фестивализацию мероприятий популярен, прост в освоении и традиционная «А»-ролевая модель модератора для этого тренда вполне релевантна и имеет в нем свое пространство развития. Применение технологий К-модерации подразумевает «прыжок веры» в сторону тренда, относящего содержательное общение людей к категории элитарного продукта в эпоху цифровых коммуникаций. Но эти лошади бегут в разные стороны, обуздать их одновременно не получится. ■





ФЕСТИВАЛЬ IRONSTAR:
ТРИ СОСТАВЛЯЮЩИЕ
КОРПОРАТИВНОГО ДУХА

АВТОР:

Сергей Макеенков,
заместитель генерального директора
по вопросам взаимодействия с органами
государственной власти фестиваля
IRONSTAR

ФОТО:

архив фестиваля IRONSTAR

Укрепление командного духа и дружеских взаимоотношений, развитие корпоративной культуры и создание позитивного имиджа компании – неотъемлемая часть современных деловых коммуникаций. Сегодня существуют различные инструменты, которые помогают вовлекать сотрудников, сплачивать людей. Один из них – корпоративные соревнования по триатлону IRONSTAR.

СПОРТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Как показывают исследования, спорт и отдых оказывают положительное влияние на моральный дух, продуктивность, мотивацию, улучшают настроение и атмосферу в коллективе, а также являются отличными инструментами командообразования. Согласно опросу рекрутинговой компании Kontakt InterSearch, 63% предпринимателей отмечают, что благодаря корпоративному спорту в коллективах улучшается моральный климат, а также повышаются ответственность и дисциплина, улучшается тайм-менеджмент, развиваются общение и взаимопонимание. Помимо этого, физическая активность значительно снижает уровень стресса. Благодаря регулярным занятиям спортом сотрудники компаний чувствуют себя лучше, выносливее и легко справляются с поставленными задачами. Победы и достижения в соревнованиях помогают поднять самооценку специалистов и улучшить их общее

эмоциональное состояние. А как показало исследование британского Уорикского университета, производительность труда счастливых работников растет на 12–30%. Кроме того, участие в командных соревнованиях помогает компаниям повысить уровень лояльности сотрудников и привлекательность условий труда, найти лидеров внутри самой организации, развивать и укреплять корпоративную культуру. Все это значительно упрощает бизнес-процессы, повышает продуктивность бизнеса и позволяет гораздо быстрее достичь необходимых целей. Именно поэтому сегодня корпоративный спорт – неотъемлемая часть жизни многих крупных компаний.

Согласно исследованию компании «Руспортинг», более чем у 70% российских предприятий со штатом свыше 50 человек есть как минимум одна спортивная команда. У 80% средних компаний – три-четыре. А лидеры рынка, такие как «Газпром», «Росатом» и другие, со-

держат больше пяти команд и проводят внутренние корпоративные спартакиады.

Сегодня в России рынок корпоративных спортивных мероприятий практически сформирован: существует большой выбор состязаний по самым разным дисциплинам. Поэтому участвовать в соревнованиях могут практически все сотрудники, независимо от пола, возраста, физических данных и уровня подготовки. Самые популярные корпоративные виды спорта, особенно в городах-миллионниках, – футбол, волейбол, баскетбол и настольный теннис. Также сотрудники компаний охотно занимаются бегом, плаванием и велоспортом. Вот почему в тренде последнего времени оказался триатлон – спортивное многоборье, состоящее из последовательного прохождения дистанции тремя способами: вплавь, на велосипеде и бегом. Особенно популярны в этом виде корпоративных мероприятий командные эстафеты.

ФЕСТИВАЛЬ ТРИАТЛОНА IRONSTAR В ЦИФРАХ

16 000

участников
соревнований

226 км

протяженность самой
длинной дистанции

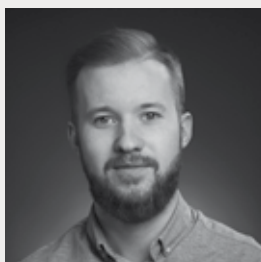
73

корпоративные
команды

9

фестивалей

Источник: оргкомитет фестиваля IRONSTAR, 2022 г.



*Никита Курманов,
менеджер Департамента
коммуникаций и маркетинга
проекта «Газпромбанк. Премiuм»*

Меня триатлоном увлекли коллеги. Раньше я вообще не понимал, как можно решиться и начать заниматься этим видом спорта. Летом 2022 года после посещения соревнований в Завидово почувствовал, что хочу попробовать пережить такие же эмоции, какие испытывают коллеги во время гонки и на финише.

Благодаря триатлону удалось сплотить коллег разных должностей, из других подразделений и городов. Атмосфера в коллективе стала теплой, даже семейной. Все помогали друг другу, делились опытом. С первых недель тренировок ты понимаешь, что у тебя должно быть все продумано на несколько шагов вперед. Благодаря триатлону повышается мотивация в работе. Ты хочешь все делать лучше и лучше. Особенно, когда это касается мероприятий, которые организуешь для коллег. Ты получаешь заряд положительных эмоций от результата, который мотивирует на дальнейшее развитие и улучшение показателей.

Сложно сказать, какой процент сотрудников предпочли триатлон другим видам спорта, но наша команда – это один из самых больших спортивных коллективов в Газпромбанке. Во многих видах спорта в каждом городе, где представлен банк, есть своя команда, а на фестивале IRONSTAR – один общий коллектив. С каждым годом сотрудников, желающих заниматься активными видами спорта, становится больше.

РОССИЙСКИЙ ТРИАТЛОН

Одним из крупных спортивных состязаний корпоративных команд в России стал фестиваль IRONSTAR. Высокий уровень проведения стартов, а также возможность посетить различные регионы России, совместив участие в соревнованиях по триатлону с насыщенным уик-эндом с друзьями и близкими, привлекает десятки тысяч любителей активного образа жизни. В 2022 году фестивали IRONSTAR прошли в Москве, Казани, Калининграде, Самаре, Сочи, Анапе, Геленджике и Завидово в Тверской области. В них приняли участие около 16 000 человек.

Разнообразие соревнований IRONSTAR дает участникам возможность проверить себя в разных условиях: посоревноваться во время велоэтапа как на плоских, так и на рельефных трассах с подъемами, а также проверить

свои силы в разных акваториях на водном этапе. На фестивале существует специальный рейтинг корпоративных команд, который добавляет азарта и сплоченности участникам.

Количество корпоративных участников триатлона постоянно растет. Если в 2019 году на старт соревнований вышла 31 команда, то в 2022 году в состязаниях приняли участие 73. С каждым годом к гонкам присоединяется все больше лидеров российского рынка, таких как Сбер, «Газпром», РЖД, «Росатом», «ВКонтакте» и других.

ЗВЕЗДЫ С ЖЕЛЕЗНЫМ ХАРАКТЕРОМ

Сегодня фестиваль IRONSTAR продолжает развиваться, в том числе за счет расширения географии стартов. В 2023 году они пройдут





в девяти городах России. Фестиваль впервые состоится в Нижнем Новгороде и Екатеринбурге. Гранд-финал IRONSTAR пройдет 6–8 октября 2023 года на федеральной территории «Сириус» в Сочи, где состоится главная триатлонная гонка сезона, так называемая железная дистанция, когда участник плавает 3,86 км, 180 км проезжает на велосипеде и 42,2 км бежит. Это самая протяженная дистанция триатлона – 226 км.

Почему триатлон стал таким популярным? Во-первых, циклические виды спорта не только способствуют росту сплоченности коллектива, но и показывают важность каждого сотрудника в команде. Ведь в таких соревнованиях от результата каждого участника зависит результат всей команды. Во-вторых, триатлон – это интересно. Чтобы достичь больших успехов, команде нужно не только интенсивно тренироваться, но и применить тактические и стратегические навыки, правильно распределить участников по дистанции,

опираясь на их сильные стороны. В-третьих, триатлон меняет образ мыслей сотрудников, делая их более уверенными, целеустремленными и стрессоустойчивыми. Мультиспортивная гонка по сложности и накалу страстей чем-то напоминает испытания, которые встречаются на пути каждого нового бизнес-проекта.

Триатлон учит не останавливаться на достигнутом, постоянно ставить перед собой новые цели, не бояться трудностей – все время становиться лучшей версией себя. Это проявляется в самых разных областях, в том числе и в работе. И конечно, такой вид спорта учит организм максимально грамотно распределять собственные ресурсы и идти к поставленным целям продуманными шагами – навык, который будет полезен не только на трассе. В результате для многих, кто принимает участие в триатлоне, он становится не просто спортом, а настоящим стилем жизни, постоянной работой над собой, мотивацией и вдохновением. ■



*Владимир Кривцов,
заместитель начальника
департамента, начальник отдела
проектного финансирования РЖД*

Корпоративная команда РЖД – одна из самых многочисленных на соревнованиях фестиваля IRONSTAR. Все началось с небольшой группы энтузиастов, поставивших амбициозную цель – пройти железную дистанцию. Я с интересом смотрел на людей, готовых несколько часов бежать по изнурительной трассе: где предел человеческих возможностей? На финише дистанции, о которой полгода назад и подумать было страшно, ты понимаешь, если есть цель – возможно все. Такая логика в дальнейшем помогает в работе. Амбициозная цель и крутая команда – это залог успеха.

На триатлоне у нас сформировалась коллаборация объединенных одной целью людей, которые мотивируют друг друга, поддерживают в сложные моменты и всегда подставляют плечо как на старте, так и на работе. Взаимодействие между коллегами-участниками внутри коллектива также улучшилось. Рабочие вопросы стали решаться быстрее, что крайне важно в условиях большой компании. Если раньше этому мешали фильтры бюрократического аппарата, то теперь подход коллег стал более гибким. Ряд вопросов решался на совместных тренировках. Физическая активность – это универсальное лекарство для повышения уровня внутренней энергии. А эмоционально заряженный человек всегда более предрасположен к достижениям во всех сферах.



Впечатления

С ИСТОРИЕЙ



**Владимирская область —
земля с многовековой
историей**



Туристский информационный центр
Владимирской области
+7 (4922) 45-18-54





РЕГИОНЫ

ФОКУС

100 Якутия: тепло северного гостеприимства

ПРЕЗЕНТАЦИЯ

106 Фестиваль-путешествие «Нереальная Тула»



ЯКУТИЯ: ТЕПЛО СЕВЕРНОГО ГОСТЕПРИИМСТВА



ПО МАТЕРИАЛАМ

Конгресс-центра Якутия



По данным Росстата, в 2022 году общий турпоток в Якутии превысил 237 тысяч человек. Это рекордная цифра для туристической индустрии региона. Конечно, данные учитывают не только количество гостей, приехавших из других областей и стран, но и местных жителей, которые активно путешествуют по родной республике. И тем не менее, тенденция очевидна – число желающих увидеть и больше узнать уникальный регион России постоянно растет.



УРОКИ ГЕОГРАФИИ

Республика Саха (Якутия) – самая большая административно-территориальная единица в мире. Здесь районы таких масштабов, что в них можно расположить европейскую страну, а в некоторых – и несколько государств. Республика расположена в восточной части Сибири. С 2019 года с Центральной Россией налажены регулярные пассажирские железнодорожные перевозки. Путешествие из Москвы в Якутск на поезде длится шесть дней. Пассажиры прибывают на станцию Нижний Бестях, что находится недалеко от столицы республики, на другом берегу реки Лены. Поэтому в этот край далекий лучше долететь. Регион удивляет магией цифр. Время полета из столицы России до Якутска – шесть часов. Столько же составляет разница во времени с Москвой.

Если продолжить путешествие по Якутии, нужно подготовиться к преодолению больших расстояний. Протяженность республики с севера на юг составляет почти 3000 км. При этом надо помнить о великой реке Лене, которая входит в топ-10 самых длинных рек мира. Ширина водной артерии Якутии в некоторых местах достигает нескольких километров. В межсезонье пассажиров через реку перевозят на хивусах – амфибийных судах на воздушной подушке. Летом по Лене ходят паромы. Зимой река превращается в ледовую трассу.

Якутск – портовый город Восточной Сибири, построенный на вечной мерзлоте. На набережной реки Лена можно посетить восстановленный исторический квартал с торговыми рядами и усадьбой купца Кушнарева. Уникальные экспонаты об истории

и культуре народов Сибири и Крайнего Севера представлены на постоянно действующих выставках музея «Сокровищница Республики Саха (Якутии)», этнографических центрах «Чочур Муран» и «Ус-Кут». Увлекательные и познавательные экскурсии проводятся в комплексе «Царство вечной мерзлоты» и Музее мамонта имени П. А. Лазарева.

УДИВИТЕЛЬНЫЕ ПРИРОДНЫЕ ЯВЛЕНИЯ

Морозы и алмазы – два самых известных символа Якутии, которые привлекают инвесторов, экстремальных путешественников, туристов и популярных блогеров. За почетное звание «Полюс холода» до сих пор спорят Верхоянский и Оймяконский районы республики. Каждый из них

хочет привлечь туристов, которые пристально следят за прогнозом погоды и ждут самых сильных морозов. В архивах наблюдений отмечено, что в феврале 1892 года в поселке Верхоянск на гидрометеостанции зафиксировали $-67,8$ °С. Этот показатель до сих пор является абсолютным температурным минимумом в Северном полушарии. В 1930 году наблюдения начались в Оймяконе. Там абсолютный минимум был отмечен в феврале 1933 года: $-67,7$ °С.

Полюс холода в Якутии такой же туристический бренд, как озеро Байкал в Иркутской области или Долина гейзеров на Камчатке. Добраться до морозного Оймякона можно на самолете или автомобиле. На сайтах якутских туроператоров предлагается несколько вариантов – зимние автотуры или, например, тематическая поездка на фестиваль «Оймякон – Полюс Холода» в марте.

Чтобы увидеть, как и где добывают алмазы, нужно ехать в город Мирный. Здесь расположен самый большой на планете карьер по добыче этих полезных ископаемых. Место рождения было открыто в 1955 году. Как правило, местные туроператоры предлагают двухдневные обзорные экскурсии по городу Мирный с посещением смотровой площадки карьера «Мир» и музея компании «АЛРОСА». Размах карьера, конечно, поражает воображение. Его глубина 525 м, а диаметр 1,2 км.

Природа Якутии завораживает. Вдоль берега реки Лены в центральной части республики располагаются скальные

образования высотой около 100 м. Это – знаменитые Ленские столбы. В 2012 году они внесены в Список всемирного наследия ЮНЕСКО. В 2018 году Ленским столбам присвоен статус национального парка России. Рассматривать величественную природную архитектуру Дальнего Востока лучше всего летом с бортов комфортабельных теплоходов «Михаил Светлов» и «Демьян Бедный». Туроператоры предлагают путешественникам трехдневные поездки до Ленских столбов, а также двухнедельные круизы до южных берегов моря Лаптевых.

ТЕРРИТОРИЯ БРЕНДОВ

Про Якутию часто говорят: это край парадоксов. И дело не только в географических и климатических особенностях. При большой удаленности от других регионов и центров республика находится в числе передовых территорий в сфере промышленности, цифровых технологий, медицины, образования и культуры. Так, например, по данным исполнительных органов государственной власти Республики Саха (Якутия) об итогах работы за 2022 год, с 2018 года экономика Якутии растет опережающими темпами по сравнению со средними значениями по стране и Дальнему Востоку. Якутия – лидер Дальневосточного федерального округа по объему валового регионального продукта. В 2022 году в республике зафиксированы исторические максимумы добычи угля, нефти, газа и золота. Республика занимает первое место на Дальнем Востоке по уровню рождаемости. Глава Якутии Айсен Николаев

в интервью агентству «Интерфакс» отметил, что по добыче алмазов, угля, золота, серебра, сурьмы и углеводородов республика занимает ведущие позиции на общероссийском уровне. Даже в условиях существующего санкционного давления регион сохраняет высокие темпы развития промышленности. В 2022 году индекс промышленного производства составил более 110,1%, что стало одним из лучших результатов в России.

«Якутия напоминает в миниатюре Россию – такая же матрешка, только поменьше. Огромная территория, равная Индии по масштабу. Условия экстремальные, но и в России условия бывают разнообразными. Так же, как Россия, Якутия с юга на север меняется очень сильно. Это огромное разнообразие природных условий, традиции геокультурной мобилизации самих якутов и других народов Якутии», – рассказал в одном из интервью доктор культурологии, метагеограф, главный научный сотрудник Высшей школы урбанистики имени А. А. Высокоского Дмитрий Замятин.

Одним из брендов региона стал якутский кинематограф. В 2022 году на экраны вышли 13 полнометражных фильмов. Примечательно, что эти кинокартины являются лидерами по кассовым сборам в республиканском прокате. Якутские кинематографисты традиционно входят в число номинантов самых известных российских кинофестивалей. В 2023 году документальный фильм «Выход» режиссеров из Якутии Евгении и Максима Арбугаевых был номинирован на премию «Оскар».

РЕСПУБЛИКА САХА (ЯКУТИЯ) В ЦИФРАХ

3,1 млн км²

площадь территории

996 000

человек проживает в республике

20 часов

длится световой день летом

-67,7 °С

минимальная температура зимой

Источник: Конгресс-центр Якутия, 2023 г.

ОХОТА И РЫБАЛКА

Якутия – одно из наиболее популярных мест любителей активного отдыха. Конечно, такие поездки требуют времени, средств и должной экипировки. Несмотря на сложные климатические условия, охота и рыбалка доступны в республике в любое время года. Организацией таких туров занимаются туристические компании и частные лица. На живописных берегах рек есть благоустроенные базы отдыха и гостевые домики. В Якутии охотятся на снежного барана, восточносибирского лося и бурого медведя. Самый популярный трофей у рыбаков – таймень, который в основном обитает в труднодоступных реках Якутии. Перспективными местами для охоты на территории республики являются Южно-Верхоянская горная система, Сетте-Дабан, Момский и Черский хребты, бассейны рек Тыры и Сетанья.

ТУРИСТИЧЕСКИЕ СЕЗОНЫ

Чтобы понять Якутию, надо приехать зимой, а чтобы полюбить – летом. Так гласит местная поговорка. И зимой, и летом можно организовать совершенно незабываемое путешествие в самый большой регион России, богатый не только полезными ископаемыми, но и различными интересными событиями. Многие из них стали популярными и занимают почетные места в календарях путешественников.

Главное событие лета для жителей Якутии и гостей – праздник Ысыах – древний торжественный обряд встречи лета и солнца. Это масштабное, долгожданное событие, на которое собираются все от мала до велика: шьют праздничные наряды в национальном стиле, выбирают украшения, готовят любимые блюда, чтобы вместе с родными и близкими отметить приход теплого, изобильного лета. Как отмечают этнографы, еще одна немаловажная роль этого праздника – повод встретиться с родными и близкими после долгой и суровой зимы.

По многовековой традиции Ысыах отмечают в день летнего солнцестоя-

ния – 21 июня. Но часто дата меняется, например, в разных районах Якутии он проводится и в другие дни. У тех, кто хоть однажды посетил Ысыах, навсегда остается в памяти невероятно красочное, многолюдное торжество, на котором можно познакомиться с самобытной культурой и историей Якутии, поучаствовать в спортивных состязаниях и, конечно, стать частью осуоха – традиционного национального кругового танца. Нередко в таком хороводе участвует несколько тысяч человек. В старину осуохай мог длиться несколько часов и даже дней.

Сегодня самый многочисленный Ысыах проводится в местности Ус Хатын недалеко от Якутска. Территория специально оборудована для проведения праздника. Здесь построены урасы – старинные летние жилища якутов. Ее украшают ритуальные коновязные столбы – сэргэ. Многие верят в их магическую силу. Всех гостей праздника встречает коновязь Алтан Сэргэ с восьмью гранями, прислонившись к которой, по местным поверьям, можно обратиться с просьбой к духам.

Ысыах – праздник рекордов. В 2011 году на мероприятии выступил самый большой в мире ансамбль хомусистов – 1344 участника исполнили мелодию якутского национального танца осуоха. В 2012 году был зафиксирован самый большой круговой танец в мире. Якутский осуоха тогда исполнили 15 293 человека. В 2014 году 11 136 человек в национальных костюмах участвовали в ритуале кумысопития из чорон – специальных сосудов для этого напитка. В 2017 году установлен мировой рекорд по самому большому количеству людей в национальной одежде – 16 626 участников.

По данным организаторов, в 2022 году праздник Ысыах в Ус Хатыне посетили более 220 тысяч человек. Это рекордное количество гостей за последние 25 лет. Во время праздника состоялось свыше ста культурных, спортивных мероприятий и конкурсов, в числе которых 14 обрядовых действий, более 50 концертов, а также состязания «Игры Дыгына», конные скачки и многое другое.

В декабре в республике ежегодно проводится фестиваль «Зима начинается с Якутии». Главное событие происходит в Якутске, когда властелин холода Чысхаан торжественно зажигает официальную новогоднюю елку. Для многих путешественников этот фестиваль – уникальная возможность за несколько дней увидеть, узнать и попробовать на вкус все то, что представляет собой древняя якутская земля. Именно в трескучие зимние морозы в Якутии очень много экстремалов-путешественников со всего мира. Для них Якутия – это своеобразная фабрика неповторимого контента, который успешно конвертируется в просмотры, лайки и перепосты.

Фестиваль «Зима начинается с Якутии» проводится с 2012 года. Это одно из ключевых мероприятий событийного туризма для продвижения самобытной якутской культуры и быта в экстремальных природных условиях. С 2014 года в его рамках проходит гастрономический фестиваль «Вкус Якутии», который предлагает гостям познакомиться с местной кухней – продегустировать кумыс, строганину, мясные и рыбные деликатесы. В 2016 году фестиваль «Зима начинается с Якутии» стал победителем национальной премии Russian Event Awards в номинации «Туристическое событие по популяризации народных традиций и промыслов».

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

В 2020 году принята Стратегия развития туризма в Республике Саха (Якутия) на период до 2025 года. В документе отмечается, что индустрия путешествий в Арктической зоне, к которой относится и Якутия, требует регулирования и поддержки государства. В документе определены несколько направлений для развития туризма – культурно-познавательный, деловой, круизный, промышленный, сельский и экологический. В числе основных факторов, которые сдерживают активность в сфере туриндустрии, указаны удаленность от центральных регионов России и вы-



сокая стоимость авиабилетов. Кроме того, существует ярко выраженная сезонность – первый пик турпотока обычно приходится на конец марта. Из-за географического положения и климатических условий большая часть территории республики не используется для туризма. В Якутии еще слабо развита материально-техническая база для полномасштабного развития туристической индустрии. Также недостаточно кадров для встречи гостей и организации экскурсий.

Однако, несмотря на ряд объективных проблем, туристическая индустрия Якутии развивается. Как отметил в одном из интервью министр по делам предпринимательства, развития туризма и торговли Республики Саха (Якутия) Тимур Ханды, интерес к региону стабильно растет, поступает большое количество запросов на разработку программ пребывания. Если в 2019 году на территории Яку-

тии работали 19 туроператоров, то сегодня их число увеличилось до 24. Также растет количество туристических баз на территории Якутии – в 2021 году их было 68 единиц, а в 2022 году стало 78.

КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Свой вклад в продвижение Республики Саха (Якутия) вносит событийная индустрия. В регионе организуются и проводятся конференции, выставки, фестивали и спортивные мероприятия российского и международного уровней. Основную работу в этом направлении проводит специально созданный в 2019 году Конгресс-центр Якутия. Республика обладает инфраструктурными возможностями и необходимыми квалифицированными кадрами для проведения мероприятий различных форматов.

В течение последних трех лет Конгресс-центром Якутии были организованы и проведены более 50 мероприятий как в республике, так и за ее пределами. В их числе такие события, как празднование 100-летия образования автономии Якутии в составе России, Международный экспертный форум «Северный форум по устойчивому развитию», VIII Конгресс местных и региональных властей Евразии в Якутске, Дни Республики Саха (Якутия) в Республике Татарстан, Деловой форум «Якутия – провинция Китая: побратимские связи ради укрепления российско-китайских отношений», Международная конференция по вопросам изменения климата и таяния вечной мерзлоты, Палеонтологическая выставка в КНР, презентация Республики Саха (Якутия) в Культурном центре МИД России, Дни Республики Саха (Якутия) в Федеральном собрании Российской Федерации, молодежный фестиваль «Муус устар» и другие. □



ФЕСТИВАЛЬ-ПУТЕШЕСТВИЕ «НЕРЕАЛЬНАЯ ТУЛА»

АВТОРЫ:

Анастасия Нефедова,
руководитель направления «Ивент-
дизайн. Театр. Перформанс» Школы
дизайна НИУ ВШЭ
Эмма Васильева,
куратор профиля бакалавриата
«Ивент-дизайн. Театр. Перформанс»
Школы дизайна НИУ ВШЭ, дизайнер
костюма

Школой дизайна НИУ ВШЭ направления «Ивент-дизайн. Театр. Перформанс» совместно с Агентством развития туризма Тульской области разработан проект организации и проведения фестиваля-путешествия по региону. Преподаватели и студенты вуза предложили вместе с художниками и мастерами народных промыслов переосмыслить декоративно-прикладное искусство и фестивальное движение.

ФОТО:

архив Школы дизайна НИУ ВШЭ

НА РУСИ ЖИТЬ ХОРОШО

В декабре 2022-го состоялся перформативный вернисаж выставки «Нереальная Тула» в павильоне индустриального творческого кластера «Октава». Проект был реализован Школой дизайна НИУ ВШЭ при поддержке Агентства развития туризма Тульской области. Студенты вуза, преподаватели и кураторы совместно с местными жителями создали ин-

сталляции, посвященные знаковым городам и ремеслам региона. Перемещаясь между инсталляциями, зрители совершили метафорическое путешествие по пяти городам Тульской области, исследуя культурную идентичность Тулы, Венева, Одоева, Крапивны и Белева. Выставка послужила апробацией нового проекта – летнего фестиваля «Нереальная Тула» по городам Тульской области. Традиционно такое событие проводится в одном

месте, но Школой дизайна НИУ ВШЭ предложен новый формат. По замыслу авторов проекта, туристы переезжают из одного населенного пункта в другой, где происходят различные мероприятия фестиваля-путешествия. Его участники увидят пять городов региона, арт-события и найдут ответ на вопрос: «Кому на Руси жить хорошо?».

Что ждет первых путешественников на фестивале-путешествии по нереальной Туле? Произойдет исследование жителей, приезжих и их отношения к городам, в которых они живут или побывали, друг друга, их взглядов на прошлое и запросов на будущее, надежд и желаний. Все это – новая нереальность образов Тулы, Белева, Венева, Крапивны и Одоева.

Миссия фестиваля-путешествия заключается в совместном творчестве, возрождении традиций, создании местной творческой экосистемы. В числе принципов события такие понятия, как антиколониальность, горизонтальные отношения, локальная идентичность, радость созидания, децентрализация творческих сил и гендерное равновесие. Основной целью организации фестиваля являются создание в каждом городе Тульской области доброжелательной, принципиально открытой и нелакированной среды, помогающей развитию новых культурных инициатив и междисциплинарных коллабораций. Творческие люди и местные жители объединятся и будут работать вместе в креативных лабораториях. Результатом такого сотрудничества станут спектакли, перформансы, инсталляции, музыкальные номера, костюмированные парады и кукольные представления.

Финал путешествия – это своеобразное народное вече, где по традиции каждый может высказаться и имеет право быть услышанным. Участники путешествия, художники, организаторы, жители городов, где организуются различные события, соберутся за огромным столом и обсудят, кому и как удалось ответить на вопрос: «Кому на Руси жить хорошо?». Такой финал планируется организовать как

ритуал возвращения домой из дальней дороги. Это званый пир, сочетающий в себе традиции и современность, с историческими и новыми блюдами-зачинами, застольными песнями и рэп-частушками, лубочными мини-перформансами, здравицами и тостами, историями путешественников и подарками. На память участники получат символический кусочек вселенной нереальной Тулы с надеждой на возвращение.

НАУЧНЫЙ ПОДХОД

В период разработки концепции фестиваля «Нереальная Тула» было организовано несколько экспедиций в регион студентов и преподавателей. Эту инициативу поддержали Агентство по развитию туризма Тульской области и отель Just WOOD. В рамках экспедиции перед участниками были поставлены определенные цели.

Исследовательские: изучение культурного, исторического, социального, архитектурного ландшафта малых городов Тульской области, знакомство с прикладным искусством, региональными промыслами, фольклором, традициями. Наблюдение за взаимодействием горожан, местного сообщества художников, дачников, туристов на культурных городских событиях.

Проектные: разработка на основе исследования выставочного, фестивального и перформативного проектов.

Основные задачи экспедиции:

- возрождение и переосмысление традиций малых городов Тульской области, исторических литературных источников и формирование новых объединяющих инструментов проектной работы за счет проведения фестиваля, передачи профессионального художественного опыта активным горожанам;
- выявление паттернов локальной идентичности, выстраивание программы на основе культурных кодов городов;
- разработка концепции событий и мероприятий фестиваля на основе

данных и опыта, полученных во время исследований;

- презентация проекта инициативным творческим группам, местным сообществам и властям города;
- изучение площадок для проведения мероприятий фестиваля и разработка сценографического декорационного решения.

ФИЛИМОНОВСКОЕ ДЕФИЛЕ

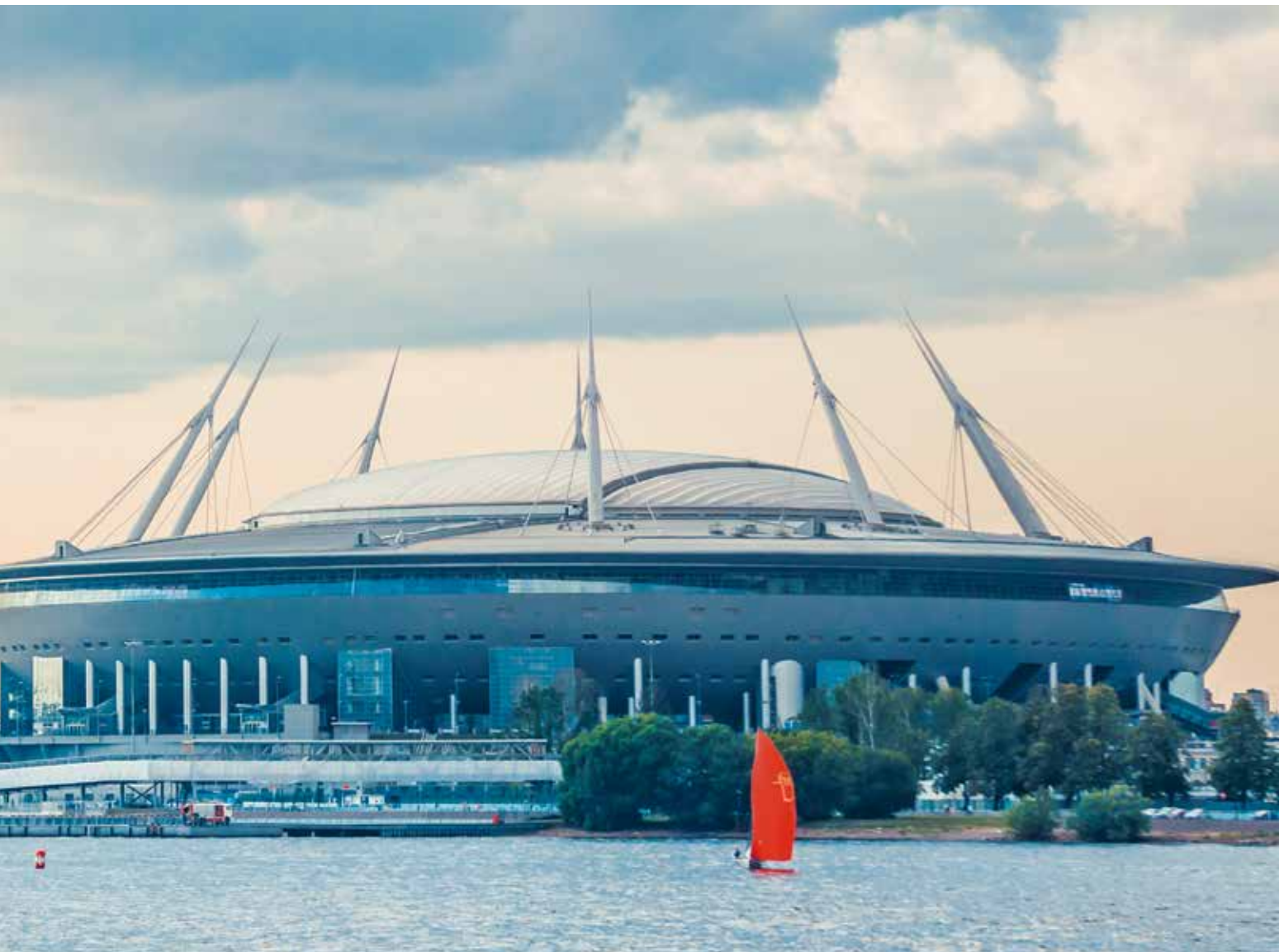
Одна из ярких точек на карте фестиваля-путешествия Тульской области – город Одоев. Здесь не только красивая природа, но и архитектура, музеи, памятники. Сегодня одной из достопримечательностей Одоева и Тульской области является Музей филимоновской игрушки. Этот промысел ярких глиняных свистулек и фигурок известен с XIX века. Сегодня филимоновские скульптурки со своим специфическим орнаментом и фантастическими растениями, лимонным, пинк-малиновым и изумрудным цветами невероятно актуальны для фешен-индустрии.

В проекте фестиваля «Нереальная Тула» предлагается переосмыслить традицию с помощью демонстрации модных тенденций на специальном показе, подиумом которого будут улицы города. Такое событие привлечет внимание дизайнеров и любителей красивой одежды, туристов и местных жителей. Художники трансформируют традицию, орнаменты и формы филимоновской игрушки, создадут арт-объекты и костюмы для уличного шествия.

По предварительному плану город должен готовиться к фестивалю в течение года. Вместе с мастерами филимоновской игрушки, приезжающими дизайнерами и художниками по гриму, на мастер-классах будет создаваться авторская коллекция одежды для парада, на котором у каждого горожанина появится свой образ. В дальнейшем проект планируется развивать совместно с представителями бизнеса и туриндустрии Тульской области. ■



САНКТ-ПЕТЕРБУРГ: 320 ЛЕТ ТЕРРИТОРИИ СОБЫТИЙ



110 Новости юбилея
Санкт-Петербурга

112 Сергей Воронков:
«Санкт-Петербург –
конгрессная столица России»

118 Площади Петровы:
конгрессно-выставочная
инфраструктура
Санкт-Петербурга

122 Карта событийных площадок
Санкт-Петербурга

126 Конгрессный центр
«ПетроКонгресс»:
с заботой о мероприятиях

СПЕЦПРОЕКТ

130 Под знаком Горного
университета:
события особой породы

134 Театр в авангарде.
Новая сцена для событий

138 Подготовка специалистов
событийной индустрии
в Санкт-Петербурге

142 Образовательные практики
для событийной индустрии

143 Отраслевая туристская рамка
квалификаций

ЮБИЛЕЙ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА ОТМЕТИЛИ МАСШТАБНЫМИ МЕРОПРИЯТИЯМИ

В Санкт-Петербурге в рамках празднования 320-летия города прошло более 200 мероприятий. Ключевым событием юбилейных торжеств стал традиционный концерт «Классика на Дворцовой». По-петербургски элегантно событие сочетало современные сценические технологии и классическое искусство – оперное пение и хореографию. Фестиваль «Петровские Ассамблеи 3.2.0» на «Газпром Арене» был организован для горожан и гостей города в формате концертного шоу. В нем приняли участие молодые популярные исполнители. В полночь Дворцовый мост развели под «Гимн Великому городу» Глиэра.



У ГОРОДА НА НЕВЕ ПОЯВИЛСЯ СОБСТВЕННЫЙ СТИЛЬ

Специально к 320-летию Санкт-Петербурга разработан фирменный стиль. Его основная идея – совмещение графических элементов исторической золотой эпохи Северной столицы и современных направлений в дизайне, что стало причиной создания двух равнозначных логотипов на стыке прошлого и настоящего. Юбилейная символика использовалась в наружном оформлении, сувенирной продукции и других элементах коммуникации. В июне ее продемонстрировали на Петербургском международном экономическом форуме и планируют применять на других крупных событиях в текущем году.



ТУРИСТЫ ОТКРЫЛИ НОВЫЙ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Новая туристическая география стала важной частью петербургских маршрутов. Сегодня более 370 предложений туроператоров включают посещение атмосферных общественных пространств, музеев, культурных центров, о которых до недавнего времени гости города ничего не знали. Объектами-рекордсменами по популярным запросам среди путешественников стали Музей Фаберже, Петровская акватория, Новая Голландия, Музей РЖД, инсталляция Ленфильма «Пропащие в кинохронике». В числе безусловных лидеров объекты «Петербурга будущего» – «Газпром Арена» и «Лахта-центр».



КЛАССИКА НА ДВОРЦОВОЙ ПРЕВЗОШЛА ОЖИДАНИЯ

Гала-концерт «Классика на Дворцовой» стал кульминацией городских торжеств, связанных с 320-летием Санкт-Петербурга. Одинадцатое по счету шоу по масштабу и применению современных технологий превзошло предыдущие мероприятия. Для события сшили 220 костюмов, общая площадь видеоэкранов, демонстрирующих живописные полотна, превысила 500 м², а сцены – почти 1500 м². Программа состояла из 23 номеров, каждый из которых был небольшим спектаклем. В 2023 году крупнейшему в стране концерту под открытым небом присвоен статус национального события России.



В ЧЕСТЬ ЮБИЛЕЯ САНКТ-ПЕТЕРБУРГУ ПОДАРИЛИ «СЕРЕБРЯНОЕ ОЖЕРЕЛЬЕ»

На Соборной площади Петропавловской крепости состоялся фестиваль «Серебряное ожерелье» – Дни народной культуры Северо-Западного региона в культурной столице. В этом году проект был посвящен 320-летию Петербурга. В масштабном уличном фестивале участвовали более тысячи артистов – хореографические, вокальные, театральные коллективы и оркестры. С русской программой выступили Российско-китайский симфонический оркестр и хор. Музыканты исполнили произведения русских композиторов, а также обработки народных песен.



МУЗЫКАЛЬНЫЙ МАРАФОН НА «ГАЗПРОМ АРЕНЕ»

На фестиваль «Петровские Ассамблеи 3.2.0», состоявшийся на «Газпром Арене» в честь 320-летия Петербурга, пришли почти 50 тысяч зрителей. Грандиозный музыкально-танцевальный марафон для молодых петербуржцев продолжался почти пять часов. Огромная сцена была выполнена в форме стилизованного кораблика со шпилья Адмиралтейства с экранами-парусами. Открытием фестиваля стали секретные гости – артисты, которые впервые выступили на большой площадке.



ПЕТЕРБУРГСКИЕ ТАЙНЫ РАСКРЫЛИ НА ВЫСТАВКЕ

В историческом парке «Россия – моя история» открылась выставка «Мистический Петербург. Город, которого нет». Необычная экспозиция приурочена к 320-летию основания Санкт-Петербурга и рассказывает о петербургских легендах и тайнах, возникших на фоне ключевых событий истории. Экспозиция состоит из 13 мистических разделов, посвященных различным этапам развития города, его архетипам и символам. При помощи технологии дополненной реальности посетители узнают истории загадочных призраков Санкт-Петербурга – как реальных исторических персонажей, так и вымышленных. Выставка продлится до 20 декабря 2023 года.

ПЕТРОВСКИЙ ФЕСТИВАЛЬ ОГНЯ СОБРАЛ МИЛЛИОН ЗРИТЕЛЕЙ

Победителем Петровского фестиваля огня – яркого финала празднования 320-летия Санкт-Петербурга – стала команда из Азербайджана. Лидеров определили жители и гости города, проголосовав на официальной странице портала Visit Petersburg «ВКонтакте». В соревнованиях шоу фейерверков также участвовали представители Беларуси, Киргизии, Таджикистана, Турции, Китая и России. Фестиваль объединил в себе пиротехническое и мультимедийное искусство и превратил стрелку Васильевского острова в цифровой театр. Шоу стало самым массовым юбилейным мероприятием – его посмотрели более миллиона человек.



Фото: newhollandspb.ru, vk.com/classicgalaspb, vk.com/pa320, vk.com/dntspb, vk.com/festivalfire



СЕРГЕЙ ВОРОНКОВ: «САНКТ-ПЕТЕРБУРГ – КОНГРЕССНАЯ СТОЛИЦА РОССИИ»

ФОТО:

архив мероприятий компании
«ЭкспоФорум-Интернэшнл»

В рамках специального проекта журнала CongressTime «Санкт-Петербург – 320 лет территории событий» генеральный директор компании «ЭкспоФорум-Интернэшнл», президент Российского союза выставок и ярмарок Сергей Воронков рассказал в интервью о том, зачем сегодня нужно больше проводить деловых мероприятий. Он уверен, что российские регионы обладают событийным потенциалом, но отрасли необходима государственная поддержка.

Выступая на сессии по туризму в рамках Петербургского международного экономического форума, вы упомянули, что российским регионам нужны мероприятия. Их сейчас недостаточно? Что дает регионам проведение событий?

В Санкт-Петербурге ежегодно проходит до 5000 деловых событий. У мировых лидеров, например, Дубая, Парижа, Берлина цифра больше в несколько раз. Если брать глобальный уровень, в странах ШОС проводится около 40 тысяч мероприятий в год. При нынешних темпах потребуется 20 лет, чтобы сформировать коллективное сознание в рамках ШОС, БРИКС и других объединений, которые уже составляют две трети мирового населения и ВВП. Нам же необходимо за пять, максимум семь лет установить деловые связи, наладить сотрудничество, чтобы решить стратегические задачи и успешно противостоять глобальным вызовам.

Одно из главных конкурентных преимуществ Запада над Востоком сейчас – высокая организованность, налаженные связи. По сути, там выстроена единая нейронная сеть, которая позволяет в кратчайшие сроки принимать консолидированные решения. Задача государств ШОС, БРИКС, ЕАЭС – построение аналогичной структуры. Для ее создания и возникновения коллективного сознания необходимы личные встречи. Как деловое сообщество, мы имеем дело примерно с 1% населения стран ШОС и БРИКС – представителями власти, научной и бизнес-элиты. Это примерно 70 млн человек. У каждого должно возникнуть хотя бы

1000 связей, чтобы сформировалось коллективное сознание. На крупном мероприятии уровня Петербургского международного экономического форума происходит порядка 150 тысяч встреч. Значит, в год странам ШОС и БРИКС необходимо проводить 700 тысяч мероприятий. А сейчас их лишь 40 тысяч.

Крупные события – не только инструмент консолидации, установления связей, это еще и драйвер развития территории.

Крупные события – не только инструмент консолидации, установления связей, это еще и драйвер развития территории. Объединенные Арабские Эмираты начали построение новой экономики с проведения ЭКСПО в Дубае. Китай для развития провинций первым делом строит конгрессно-выставочные центры. Или взять тот же Владивосток. Именно Восточный экономический форум стал катализатором повышения бизнес-активности в регионе, развития территории. В итоге во Владивосток из Хабаровска переехала столица Дальневосточного федерального округа России, и сейчас

город – один из ключевых деловых центров страны.

Потенциал каких городов как событийных центров может раскрыться в ближайшее время?

Для раскрытия событийного потенциала необходимо наличие соответствующей инфраструктуры. Крупное событие мирового уровня можно провести только на современной специализированной конгрессно-выставочной площадке, которая отвечает всем международным стандартам. В Санкт-Петербурге, например, такая только одна – «Экспофорум». В Москве, как в столице, таких площадок, конечно, больше. Еще есть «Екатеринбург-Экспо», «Казань Экспо». Большой событийный потенциал у Сочи. Город создан для проведения мероприятий. После Олимпиады 2014 года, чемпионата мира по футболу 2018 года и «Формулы-1» осталась вся необходимая инфраструктура. Мягкий климат, природа, хорошая транспортная доступность, туристическая привлекательность, инвестиции – у Сочи есть все, чтобы стать одним из центров притяжения деловых туристов.

Важно учитывать и географические факторы. Наши ключевые международные партнеры сейчас находятся в Азии. Поэтому необходимо развивать событийный потенциал Азиатской части Российской Федерации. Владивосток, Хабаровск, Новосибирск, Красноярск и другие крупные города могут стать новыми центрами деловой активности и развития международных связей с Китаем, Индией, Вьетнамом, Мьянмой, Ин-

Конгрессно-выставочный центр «Экспофорум» открыт в Санкт-Петербурге 7 октября 2014 года. Это одна из наиболее современных в Европе и России площадок для проведения деловых и развлекательных мероприятий любого масштаба и формата – выставок, конгрессов, форумов, спортивных и культурных событий. В его составе: три выставочных павильона, конгресс-центр общей вместимостью 30 000 человек, гостиницы категории четыре и пять звезд, бизнес-центр, таможенно-логистический комплекс, кафе, рестораны и другие объекты сопутствующей инфраструктуры. Оператор площадки – компания «ЭкспоФорум-Интернэшнл», организатор таких мероприятий, как Петербургский международный газовый форум, Международная выставка и конференция по гражданскому судостроению, судоходству, деятельности портов, освоению океана и шельфа «Нева», Международный форум-выставка «Российский промышленник», Международная агропромышленная выставка «Агрорусь» и других.



донезией и другими государствами. Необходимо лишь создание и развитие соответствующей инфраструктуры, в том числе при государственной поддержке.

Есть ли особенности запуска новых конгрессно-выставочных проектов в регионах?

Свои географические, логистические, транспортные, инфраструктурные особенности есть везде. В первую очередь необходимо обращать внимание на экономическую специализацию, компетенции региона. Санкт-Петербург, например, передовой центр судостроения. Поэтому здесь логично проводить крупные международные выставки в этой сфере. В «Экспофоруме» проходит Международная выставка и конференция по гражданскому судостроению, судоходству, деятельности портов, освоению океа-

на и шельфа «Нева». Юг России, в частности Краснодарский край, – сельскохозяйственный центр. Поэтому там большим успехом будут пользоваться агропромышленные мероприятия.

Еще один важный фактор в нынешних реалиях – учет культурных особенностей и традиций участников. Растет количество гостей из стран мусульманского мира. Для них площадка должна быть оборудована особым образом – моленные комнаты, специальное питание и так далее. Поэтому, например, организатор Петербургского международного экономического форума Фонд Росконгресс сейчас подает заявку в Роскачество на сертификацию конгрессно-выставочной деятельности по стандартам халяль.

Удастся ли Санкт-Петербургу удерживать лидерство на этом рынке?

Санкт-Петербург по количеству мероприятий три года подряд обходит Москву. Город – абсолютный лидер в сфере делового туризма. В прошлом году с деловыми целями в Северную столицу приехало более миллиона человек, которые принесли в городской бюджет порядка 150 млрд рублей. И это только прямой эффект. Есть еще косвенный – от контрактов во время крупных мероприятий. Только на Петербургском международном экономическом форуме город ежегодно заключает договоры на 500 млрд рублей.

Такую активность генерируют конгрессно-выставочные площадки, 80% деловых туристов приезжают именно на деловые события, а 70% из них – на мероприятия «Экспофорума». При этом такие туристы еще и выравнивают сезонность, обеспечивают всю туристическую инфраструктуру клиентами, повышают компетенции региона.

Чтобы сохранить положительную динамику и, наконец, констатировать восстановление после пандемии коронавируса и адаптацию к новым геополитическим реалиям, необходимо сохранение поддержки конгрессно-выставочных площадок и мероприятий со стороны государства. В том числе за счет налоговых льгот. В 2023 году «Экспофорум» смог принять важнейшие для города не только с экономической, но и с репутационной точки зрения мероприятия – Петербургский международный юридический форум и Петербургский международный экономический форум. В июле состоится саммит Россия – Африка. Осенью у нас пройдет финал всероссийского чемпионата «Профессионалы». Это – пример импортозамещения в конгрессно-выставочной сфере. Проект заменит отмененный чемпионат EuroSkills.

В чем особенности Санкт-Петербурга как территории для проведения мероприятий?

Санкт-Петербург – конгрессная столица России. По выставкам мы не можем конкурировать с Москвой. Там и экспозиционных площадей больше, и транспортная доступность выше, и много других факторов. Но по конгрессам нам сейчас нет равных.

Во-первых, Петербург – самое привлекательное российское направление для поездок, в том числе деловых. У города богатейшая история, потрясающая архитектура, помноженные на соответствующую развитую инфраструктуру.

Во-вторых, сказывается фактор «Экспофорума». Наш центр в первую очередь конгрессный. Наши конференц-залы оборудованы по последнему слову техники. Это мировой уровень. А некоторым технологиям аналогов нет практически нигде, например, таким как мобильные звукопроницаемые перегородки. Одновременно мы можем принять более 30 тысяч участников конгресса в 65 самых современных залах. Безусловный плюс и географическое положение. От «Экспо-

форума» до аэропорта Пулково – 15 минут езды на машине. Занятые люди, которые всегда ценят время, могут прилететь, принять участие в конгрессе и в тот же день вернуться обратно без лишних затрат и проблем. Если же человек хочет познакомиться с городом, то к его услугам наши отели Hampton и Hilton. Отсюда быстро и легко можно добраться до Царского Села, Павловска, Стрельны, Петергофа, Гатчины, Ораниенбаума. Исторический центр Санкт-Петербурга в пределах часовой доступности.

Сколько мероприятий сейчас входит в календарь «Экспофорума»? Есть ли среди них те, что отражают отраслевую специфику Санкт-Петербурга?

Петербург – самое привлекательное российское направление для поездок, в том числе деловых.

До пандемии коронавируса у нас проводилось больше 200 событий. Сейчас цифры, к сожалению, поменьше. В 2022 году в «Экспофоруме» прошло 120 мероприятий, в этом будет порядка 130. При этом 30% из них – наши собственные проекты. Среди них – Международная выставка и конференция по гражданскому судостроению, судоходству, деятельности портов, освоению океана и шельфа «Нева». Я уже упомянул, что она отражает компетенции города как передового центра судостроения. Считаю, сюда можно отнести и Петербургский международный газовый форум. С открытием «Лахта-центра» в городе на Неве разместятся все ключевые офисы компании «Газпром» и ее дочерних предприятий.

Северная столица, безусловно, один из передовиков индустриального развития, что доказывает Международный форум-выставка «Российский промышленник». В регионе сегодня сформировался сильный медицинский кластер, поэтому ведущие деятели в сфере здравоохранения, например, представитель ВОЗ в России Мелита Вуйнович, принимают участие в Петербургском международном форуме здоровья. Ленинградская область – в числе лидеров в сфере сельского хозяйства, особенно по мясу, яйцу, молочному животноводству. Поэтому экспозиция Ленобласти – значимая часть Международной агропромышленной выставки-ярмарки «Агрорусь».

Сколько новых проектов удалось запустить за последние время? Какие это проекты?

«Экспофорум» всегда ищет новые направления для развития. Наша инфраструктура позволяет проводить не только выставки и конгрессы. Набирает популярность новый формат мероприятий – профессиональные корпоративные форумы. Компании уходят от практики обычных корпоративов, выбирают мотивационные мероприятия с поощрением лучших работников, курсами повышения квалификации, профессиональными конкурсами, организацией обмена опытом, обсуждением внутрикорпоративных вопросов. Сегодня корпорации заинтересованы в повышении лояльности персонала, вовлечении сотрудников в реализацию стратегии. Есть потребность в создании ощущения стабильности, социального оптимизма, будущей перспективы, сопричастности человека к трудовому коллективу.

Среди успешных проектов в портфеле компании «ЭкспоФорум-Интернэшнл» – «Yadro Bootcamp» для IT-компании Yadro, «МИССиЯ Рив Гош», «Вахта Форум» для компании «Газстройпром». Тренд на профессиональные корпоративные форумы набирает силу, и наша задача – помочь российскому бизнесу получить доступ к лучшим практикам в этой сфере.

Мы развиваем и событийное направление. В феврале 2023 года с большим успехом состоялась премьера иммерсивной оратории «Амур и Психея». А 2 сентября пройдет патриотический фестиваль в поддержку бойцов специальной военной операции и жителей новых российских регионов. Эта идея родилась во время проведения Петербургского международного экономического форума. Мы ее реализуем совместно с каналом «Санкт-Петербург».

Среди собственных новых конгрессно-выставочных проектов – выставка передовых технологий обеспечения безопасности личности, общества и государства «ЭКСПО-ТЕХНОСТРАЖ». Росгвардия выбрала нас в качестве площадки и соорганизатора. Впервые выставка прошла в 2022 году и в нынешних реалиях оказалась крайне актуальной и значимой.

Мы также уделяем большое внимание спортивному направлению. Площадка имеет для этого необходимые помещения и оборудование. «Экспофорум» аккредитован как спортивный объект и может принимать соревнования по 77 видам спорта, таким как художественная гимнастика, стритбол, единоборства, тяжелая атлетика, спортивные танцы и другим. На Петербургском международном экономическом форуме мы подписали соглашение с Комитетом по физической культуре и спорту города, что расширит наши возможности.

Как площадка, в конце июля «Экспофорум» примет саммит Россия – Африка. Это совершенно новое для нас мероприятие и большой вызов. На него приедут главы более 50 африканских государств. Мы должны провести его на высочайшем уровне, подтвердить наши профессиональные компетенции и закрепить статус Санкт-Петербурга как ключевой конгрессной дестинации страны.

Как сегодня «Экспофорум» выстраивает международное сотрудничество? Какие проекты и инициативы реализуются?

Наши стратегические международные партнеры сегодня – страны Азии, Африки, Латинской Америки. Но прежде всего – Китай. В мае мы совместно с Комитетом по развитию туризма и Конгрессно-выставочным бюро Санкт-Петербурга организовали бизнес-миссию в формате роуд-шоу в КНР. Представители туристического бизнеса Северной столицы презентовали возможности города китайским компаниям.

Кроме того, «Экспофорум» открыл представительство Китайского делового центра в Шанхае. Его основные направления работы – привлечение китайских компаний к конгрессно-выставочной и туристической деятельности в России, продвижение торговых инвестиций, организация юридического сопровождения и консультаций для торговых сделок, развитие туризма между странами, а также активизация контактов по линии культуры и искусства.

Мы гордимся, что внесли большой вклад в становление Санкт-Петербурга как центра делового туризма.

Первые результаты уже видны. Представители КНР демонстрируют повышенное внимание к каждому нашему проекту. Китайские компании участвовали в выставках «Зооиндустрия», «Сварка/Welding». Представители из КНР приедут на выставку «Агрорусь», Петербургский международный газовый форум и другие мероприятия.

По инициативе Российского союза выставок и ярмарок создан международный MICE-консорциум. В него

уже вошли представители Индии, ЮАР, Индонезии, Китая, Республики Беларусь и других стран. Ожидается, что к нему присоединятся еще более 10 государств. Новый союз позволит консолидировать международное сотрудничество в рамках БРИКС, ШОС, ЕАЭС, будет способствовать появлению новых отраслевых ассоциаций внутри этих объединений. Тогда появятся и новые крупные международные мероприятия с ориентацией на наш макрорегион.

В 2024 году «Экспофоруму» исполнится 10 лет. Какими результатами вы особенно гордитесь?

За 10 лет мы стали не просто брендом Санкт-Петербурга, а одним из лучших конгрессно-выставочных центров в мире. До известных геополитических событий «Экспофорум» был одной из самых привлекательных площадок для международных ротируемых конгрессов. В России за всю историю их проходило не более 600, а мы выиграли проведение десяти таких мероприятий до 2028 года.

Главное наше достижение – трансформация и адаптация под новые реалии сначала в период пандемии коронавируса, а затем с февраля 2022 года. Мы не просто устояли, а наделяем конгрессно-выставочную отрасль новыми смыслами и ролью. Выставки и конгрессы – места сборки современной российской экономики. Мы объединяем общество, проводим встречи, устанавливаем контакты и превращаем их в контракты, способствующие реализации стратегических задач, в том числе в части импортозамещения, цифровизации, сквозных технологий и направлений промышленного развития.

Мы – территория социального и бизнес-оптимизма, пространство доверия, инструмент народной дипломатии и мягкой силы. Те, кто не верит, что Россия развивается и успешно противостоит внешним факторам, могут прийти к нам и сами во всем убедиться.



С переездом в «Экспофорум» исполнительной дирекции Российского союза выставок и ярмарок мы стали центром компетенций конгрессно-выставочной отрасли, который объединяет всю нашу сферу. Консолидация позволила удержать индустрию на плаву в кризисный период, разработать меры по ее поддержке и развитию. Сейчас идет работа над стратегией и законом о конгрессно-выставочной деятельности.

Мы гордимся, что внесли большой вклад в становление Санкт-Петербурга как центра делового туризма. Более 70% деловых туристов генерируют наши мероприятия, и не случайно город решил создать на базе «Экспофорума» обучающий центр в сфере туризма и гостеприимства, где студенты и действующие сотрудники смогут на практике получить необходимые навыки. Соглашение об этом было подписано на Петербургском международном экономическом форуме.

Безусловное достижение – крупнейшие мировые события, которые прошли на площадке «Экспофорума». За 10 лет выросли и собственные проекты компании «ЭкспоФорум-Интернэшнл». Петербургский международный газовый форум начинался как локальное мероприятие, а сейчас вошел в мировой топ-3. В 2022 году значительно вырос Международный форум-выставка «Российский промышленник». Другие мероприятия также следуют тренду на укрупнение, повышение качества и актуальности деловых программ, растет количество посетителей и встреч.

Что бы вы пожелали Санкт-Петербургу в его юбилейный год?

Больше крупных и качественных мероприятий, постоянного роста входящего турпотока, в том числе за счет еще более интенсивного развития делового туризма. Конгрессно-выставочный центр «Экспофо-

рум» делает для этого все от себя зависящее, но нам нужна поддержка городских властей. Только ежегодное переоснащение комплекса для обеспечения безопасного и комфортного проведения Петербургского международного экономического форума и других мероприятий государственного значения требует свыше 25 млн рублей. Это практически нивелирует ту сумму, что мы получаем из бюджета за аренду комплекса. Восстановление отрасли даже от пандемийного шока еще не завершено. В наших общих интересах ускорить этот процесс на благо развития всей страны в условиях глобальных потрясений.

Конечно, я желаю городу, который стал мне второй малой Родиной, процветания, имперского величия и пышности, больших побед и свершений. Как говорят в народе, в Москву приезжают по работе, в Петербург – по любви. ■



ПЛОЩАДИ ПЕТРОВЫ: КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

ПО МАТЕРИАЛАМ

Конгрессно-выставочного бюро Санкт-Петербурга

ФОТО:

архив мероприятий Фонда Росконгресс, borjoti88 – Фотобанк Фотодженика

По данным Конгрессно-выставочного бюро Санкт-Петербурга, в настоящее время в городе располагается более 200 деловых пространств, которые могут быть использованы в качестве площадок для проведения бизнес-мероприятий. Больше половины из них – отели. На втором месте – дворцы, музеи, усадьбы, а также научные учреждения и иные пространства. Специализированные площадки составляют около двух процентов от общего объема. Но, несмотря на то, что их доля невелика, сегодня конгрессно-выставочная инфраструктура Санкт-Петербурга соответствует современным международным стандартам и в городе проводятся различные мероприятия высокого уровня.

ДЕЛОВЫЕ ОТЕЛИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Наибольшей популярностью у организаторов деловых мероприятий пользуются отели с конгрессными возможностями. Такой вариант площадки подходит для проведения форумов, конференций и выставок с участием порядка 1500 человек. При этом делегатам и экспонентам предлагается размещение в гостинице. Сегодня в этой категории мест для проведения событий в Санкт-Петербурге насчитывается более 130 объектов.

Гостиница «Прибалтийская» – один из самых больших в России конгресс-отелей, располагающий 26 конференц-залами, банкетным холлом для 1500 гостей, а также выставочной площадкой до 2400 м². Комплекс расположен в западной части Васильевского острова на берегу Финского залива, что создает комфортные условия для работы и отдыха.

Провести масштабное мероприятие в непосредственной близости от главных достопримечательностей города предлагает отель «Коринтия Санкт-Петербург». В гостинице 17 конференц-залов, которые вмещают до 1000 участников, а просторное фойе и бальный зал в стиле ар-деко могут стать местами для приветственного коктейля и ланчей.

Широкий спектр возможностей для организации мероприятий различного профиля представляет отель «Азимут Сити». Многофункциональные залы комплекса позволя-

ют провести как панельную сессию, так и рабочие встречи, кинопоказы или гала-ужин с вечерней программой, а оживленные общественные пространства идеально подходят для установления новых деловых контактов, проведения переговоров и неформального общения с бизнес-партнерами.

Визитными карточками индустрии гостеприимства Санкт-Петербурга являются отели, расположенные в исторических зданиях, представляющих культурное наследие города. Сочетание сервиса высокого класса и изысканного убранства гостиниц служит эффективным дополнением, выделяющим деловое мероприятие в событийном календаре города. К таким местам относятся гостиница «Астория», отметившая в 2022 году 110-летие, а также пятизвездочный отель «Лотте Санкт-Петербург», расположенный в старинном особняке на Исаакиевской площади. В апреле 2021 года в городе открылся отель Wawelberg, сочетающий интерьеры в стиле итальянского неоренессанса и высокие технологии. Гостиница расположена в здании бывшего Банковского дома Вавельберга в начале Невского проспекта, организаторы мероприятий могут воспользоваться возможностями мультимедийного пространства Wawelberg Hall.

В деловую жизнь города активно включаются апарт-отели, которые рекомендуют использовать новые креативные форматы для небольших событий. К таким площадкам относятся комплексы VALO, YE'S и Vertical.

В 2023 году список городских отелей с конгрессными возможностями пополнят гостиница Helen с тремя конференц-залами, расположившаяся на Большой Морской улице, а также филиал сети апарт-отелей Vertical – WE&I RAMADA в Московском районе с конференц-зонами и коворкингом.

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ПЛОЩАДКИ

Конгрессно-выставочный центр «Экспофорум» – одна из самых масштабных и технологичных специализированных площадок Санкт-Петербурга, расположенная на 56 га в пяти минутах езды на автомобиле от аэропорта Пулково. Современный многофункциональный комплекс является ярким объектом городской архитектуры и включает в себя три выставочных павильона, конгресс-центр общей вместимостью 30 000 человек в 68 конференц-залах, два отеля категории пять и четыре звезды, бизнес-центр, собственный таможенно-логистический комплекс, рестораны, кафе и другие объекты сопутствующей инфраструктуры.

Ежегодно здесь проходят знаковые международные деловые мероприятия России, ставшие визитной карточкой города на Неве, такие как Петербургский международный экономический форум, Международный юридический форум, Международный газовый форум, Международный муниципальный форум стран БРИКС+. Также в павильонах центра проводятся ведущие от-

ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА В ЦИФРАХ

690 000

деловых туристов
в 2021 году

940 000

деловых туристов
в 2022 году

520

бизнес-мероприятий
в 2021 году

572

бизнес-мероприятия
в 2022 году

Источник: Конгрессно-выставочное бюро Санкт-Петербурга, 2023 г.



раслевые события – Международная агропромышленная выставка «Агрорусь», Международная конная выставка «Иппосфера» и другие.

В историческом районе Санкт-Петербурга на Петроградской стороне находится специализированный конгрессный центр «ПетроКонгресс». В распоряжении организаторов мероприятий 14 залов, два из которых трансформируемые, вместимостью от пяти до 450 человек, а также просторное фойе для экспозиций выставочной площадью до 600 м².

Современные высокотехнологичные экспозиционные пространства расположены в историческом центре Санкт-Петербурга. Один из ярких примеров – Центральный выставочный зал «Манеж», находящийся в здании полкового манежа императорской Конной гвардии рядом с Исаакиевским собором. Ежегодно площадка принимает участников и гостей событий мирового уровня в

сфере искусства, культуры и образования.

ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ ДЕЛОВЫЕ ПРОСТРАНСТВА

Отличительной особенностью конгрессно-выставочной инфраструктуры Санкт-Петербурга является наличие уникальных деловых площадок – от всемирно известных дворцов и музеев до новых точек притяжения жителей и гостей современного города.

В Таврическом дворце – памятнике архитектуры и истории XVIII века – располагается штаб-квартира Межпарламентской Ассамблеи государств – участников СНГ, а также здесь ежегодно проводятся международные конференции, форумы и конгрессы. В комплексе 14 исторических залов, оснащенных современным оборудованием, которые могут принять до 800 участников.

Провести встречу на высоком уровне в атмосфере императорской резиденции предлагает комплекс «Дворец конгрессов», расположенный в Константиновском дворце в Стрельне. Государственная резиденция принимала участников и гостей саммитов Россия – ЕС, встреч глав государств и правительств лидеров «Группы восьми» и лидеров стран «Большой двадцатки». Сегодня комплекс в Стрельне сохраняет статус одного из крупных конгресс-центров города. Для проведения мероприятий здесь есть девять залов, рассчитанных на прием 1300 делегатов.

МЕСТА ДЛЯ ТВОРЧЕСТВА

Креативные кластеры и пространства, входящие в перечень объектов «Новой туристской и культурной географии Санкт-Петербурга», все чаще используются в качестве бизнес-площадок, позволяя организаторам и гостям открыть нечто

необычное в классическом образе Северной столицы России и получить яркие впечатления от деловой поездки. «Севкабель Порт», остров «Новая Голландия» и стадион «Газпром Арена» предлагают широкий спектр конгрессно-выставочных возможностей. Значимое место на городской карте креативных мест занимает конгресс-центр «Ленполиграфмаш». На территории промышленного предприятия функционирует современная площадка, состоящая из восьми залов общей вместимостью 700 человек. В течение года здесь проходят конференции, выставки, презентации, семинары, тренинги и мастер-классы.

ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ ГОРОДСКИХ ДЕЛОВЫХ ПРОСТРАНСТВ

Конгрессно-выставочная отрасль Санкт-Петербурга, преодолев ограничения пандемии коронавируса, смогла восстановить прежние объемы более быстрыми тем-

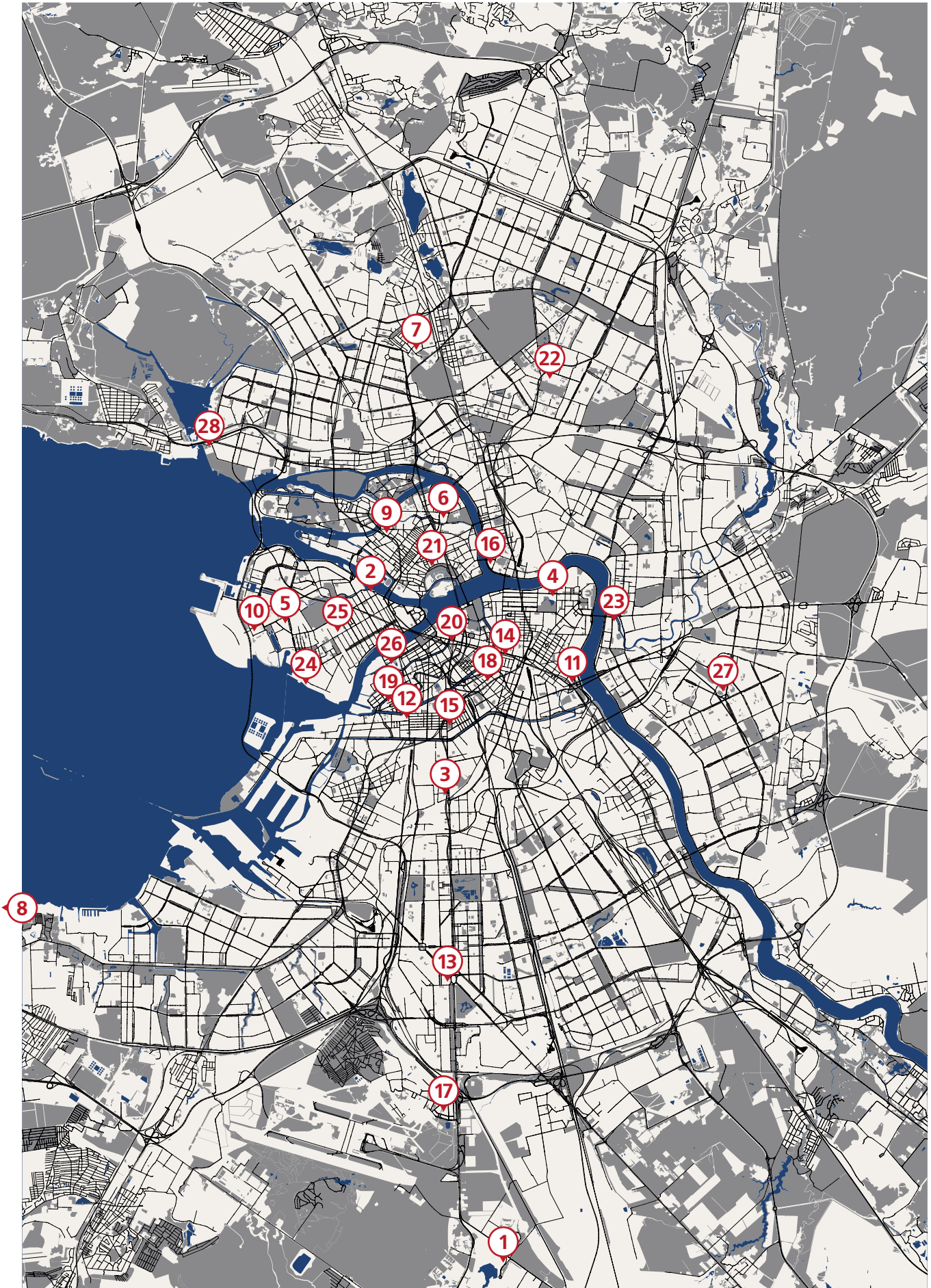
пами, чем другие регионы страны. Кроме того, за последние два года город закрепил за собой лидерство в деловом туризме, о чем свидетельствуют оценки экспертов Международной ассоциации конгрессов и конференций ICSSA. По данным Рейтинга событийного потенциала регионов® России*, который ежегодно проводит Выставочный научно-исследовательский центр (ВНИЦ) R&C, по итогам 2022 года Санкт-Петербург занимает третье место по развитию деловой инфраструктуры. Для укрепления позиций городу не хватает новых площадок, в том числе наибольший дефицит испытывается в конгресс-центрах, способных принять от 1500 до 3000 человек. Для решения проблемы требуется комплексный подход, подразумевающий разработку государственной программы формирования инфраструктуры на основе оценки потребности городской отрасли. Обеспечить импульс для появления новых объектов может развитие практики госу-

дарственно-частного партнерства, а также формирование системы сертификации объектов конгрессно-выставочной инфраструктуры. Особенный вклад в повышение конкурентоспособности площадок Санкт-Петербурга внесет оценка и модернизация технологической оснащенности, а также создание цифровых отраслевых сервисов.

Кроме того, для достижения необходимой постоянной загрузки мероприятий требуется продвигать деловой потенциал города на внутреннем и внешнем рынках, расширять межрегиональное и международное сотрудничество в отрасли делового туризма. Данную функцию выполняет Конгрессно-выставочное бюро Санкт-Петербурга. ■

* 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.








КАРТА СОБЫТИЙНЫХ ПЛОЩАДОК САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

ФОТО:

depositphotos.com




УСЛОВНЫЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ

-  Общая вместимость
-  Выставочная площадь
-  Залы для мероприятий

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ПЛОЩАДКИ




1. КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР «ЭКСПОФОРУМ»

Санкт-Петербург, Петербургское ш., 64, к. 1

-  30 000 человек
-  50 000 м²
-  68 залов




2. КОНГРЕСС-ХОЛЛ «ВАСИЛЬВСКИЙ»

Санкт-Петербург, наб. реки Смоленки, 2

-  3643 человека
-  3045 м²
-  23 зала




3. КОНГРЕСС-ХОЛЛ «МОСКОВСКИЙ»

Санкт-Петербург, Московский пр., 97А

-  3288 человек
-  954 м²
-  19 залов




4. ТАВРИЧЕСКИЙ ДВОРЕЦ

Санкт-Петербург, Шпалерная ул., 47

-  2889 человек
-  4071 м²
-  14 залов




5. МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС «ГОРНЫЙ»

Санкт-Петербург, Наличная ул., 28/16, лит. Д

-  2822 человека
-  2454 м²
-  14 залов



6. КОНГРЕСС-ЦЕНТР «ЛЕНПОЛИГРАФМАШ»

Санкт-Петербург, пр. Медиков, 3, лит. А

-  2360 человек
-  2385 м²
-  12 залов




7. НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР ИМЕНИ В. А. АЛМАЗОВА

Санкт-Петербург, ул. Аккуратова, 2

-  1484 человека
-  10 залов




8. ДВОРЕЦ КОНГРЕССОВ

Санкт-Петербург, Стрельна, ул. Глинки, 6, стр. 4

-  1301 человек
-  1483 м²
-  10 залов

9. КОНГРЕССНЫЙ ЦЕНТР «ПЕТРОКОНГРЕСС»




Санкт-Петербург, Лодейнопольская ул., 5

-  1000 человек
-  600 м²
-  14 залов

КОНГРЕСС-ОТЕЛИ




10. PARK INN BY RADISSON PRIBALTIYSKAYA HOTEL

Санкт-Петербург, ул. Кораблестроителей, 14

-  3500 человек
-  2400 м²
-  27 залов




11. МОСКВА

Санкт-Петербург, пл. Александра Невского, 2

-  2018 человек
-  2847 м²
-  10 залов




12. А-ОТЕЛЬ ФОНТАНКА САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., 43/1

-  1820 человек
-  2123 м²
-  14 залов




13. PARK INN BY RADISSON PULKOVSKAYA HOTEL

Санкт-Петербург, пл. Победы, 1

-  1740 человек
-  2055 м²
-  21 зал




14. КОРИНТИЯ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Санкт-Петербург, Невский пр., 57

-  1493 человека
-  1881 м²
-  16 залов




15. OLYMPIA GARDEN HOTEL

Санкт-Петербург, Батайский пер., 3

-  1419 человек
-  1339 м²
-  14 залов




16. CITYTEL САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Санкт-Петербург, Пироговская наб., 5/2

-  1210 человек
-  1200 м²
-  11 залов




17. AIRPORTCITY PLAZA

Санкт-Петербург, Стартовая ул., 6, лит. А

-  1308 человек
-  1124 м²
-  5 залов




18. ЭРМИТАЖ

Санкт-Петербург, ул. Правды, 10

-  1050 человек
-  1536 м²
-  9 залов

19. CORT INN HOTEL & CONFERENCE




Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, 166, стр. 2

-  1007 человек
-  652 м²
-  10 залов

УЧЕБНЫЕ ЗАВЕДЕНИЯ




20. РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А. И. ГЕРЦЕНА

Санкт-Петербург, наб. реки Мойки, 48

-  2218 человек
-  2172 м²
-  13 залов




21. УНИВЕРСИТЕТ ИТМО

Санкт-Петербург, Кронверкский проспект, 49

-  1500 человек
-  1000 м²
-  1 зал

22. САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПЕТРА ВЕЛИКОГО




Санкт-Петербург, Политехническая ул., 29

-  1000 человек
-  2800 м²
-  13 залов

КРЕАТИВНЫЕ ПРОСТРАНСТВА




23. DESIGN DISTRICT DAA

Санкт-Петербург, Красногвардейская площадь, 3

-  10 000 человек
-  9630 м²
-  5 залов




24. СЕВКАБЕЛЬ ПОРТ

Санкт-Петербург, Кожевенная линия, 40Б

-  8750 человек
-  10 000 м²
-  6 залов



25. ДВОРЕЦ КУЛЬТУРЫ ИМЕНИ С. М. КИРОВА

Санкт-Петербург, Большой пр. В. О., 83

-  1570 человек
-  4700 м²
-  4 зала

26. НОВАЯ ГОЛЛАНДИЯ




Санкт-Петербург, наб. Адмиралтейского канала, 2

-  1500 человек
-  6000 м²

СПОРТИВНЫЕ СООРУЖЕНИЯ




27. ЛЕДОВЫЙ ДВОРЕЦ

Санкт-Петербург, пр. Пятилеток, 1, лит. А

-  11 762 человека
-  7000 м²
-  2 зала

28. МТС LIVE ХОЛЛ

Санкт-Петербург, Приморский пр., 80/1

-  4500 человек
-  11 624 м²
-  1 зал

Источник: ВНИЦ R&C





КОНГРЕССНО-
ВЫСТАВОЧНОЕ
БЮРО

Ваш помощник в организации бизнес-мероприятий



Это надежно

При Правительстве Санкт-Петербурга



Под ключ

Комплексное сопровождение мероприятий



Только лучшие

Выбор профессиональных поставщиков
услуг в Санкт-Петербурге



О вас узнают

Информационная и консалтинговая
поддержка



www.spbcb.ru



+7 (812) 679-61-33



info@spbcb.ru



spbcb



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





КОНГРЕССНЫЙ ЦЕНТР «ПЕТРОКОНГРЕСС»: С ЗАБОТОЙ О МЕРОПРИЯТИЯХ

ПО МАТЕРИАЛАМ

конгрессного центра «ПетроКонгресс»

ФОТО:

CongressTime

Ежегодно в Санкт-Петербурге проходит одно из ключевых мероприятий профессионалов событийной индустрии – Евразийский Ивент Форум (EFEA). Его участников и гостей более десяти лет принимает конгрессный центр «ПетроКонгресс». Современная площадка для проведения мероприятий располагается на Петроградской стороне, в историческом районе Санкт-Петербурга.

КОНГРЕССНЫЙ ЦЕНТР В ИСТОРИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Петроградский район Санкт-Петербурга знаменит достопримечательностями. Именно отсюда началась история строительства города на Неве – на Заячьем острове была заложена Петропавловская крепость. Здесь находится и домик Петра I. В начале XX века на Петроградской стороне появились жилые кварталы в стиле модерн. Позже к архитектурному облику района добавились здания эпохи конструктивизма, заводы и фабрики, ленинградская телебашня и деловые пространства нулевых. В 2009 году состоялось открытие конгрессного центра «ПетроКонгресс». Здание построено по проекту архитектора Игоря Шапошникова, который решил поставленную задачу – выдержать петербургский стиль. На проект в значительной степени повлияло то, что место для сооружения было выделено в исторической части города, где преобладают здания, построенные в стиле модерн, и требовалось гармонично вписать новый объект в окружающую застройку.

Конгрессный центр «ПетроКонгресс» стал одним из тех современных проектов, в котором соединились традиции петербургской архитектуры и новые технологии. В оформлении фасада использовались материалы и элементы эпохи модерн – гранит, клинкерная плитка, металлические двутавры, дубовые входные двери и прочее. При этом здание располагает современным трансформируемым пространством и оснащено всем необходимым оборудованием для проведения деловых мероприятий. Эта задача была решена при участии немецкой проектной компании JVConsult, которая специализируется на разработке конгрессно-выставочных площадок.

ВРЕМЯ ПЕРЕМЕН

В 2019 году «ПетроКонгресс» был обновлен. Автором новой концепции залов является петербургский дизайнер и художник Элона Имяни-

нова. Изменения коснулись в первую очередь интерьера, так как визуальные тренды серьезно изменились, а организаторам мероприятий важно приглашать своих участников на действительно современную площадку. Для оформления были выбраны спокойные пастельные тона, в каждом зале создано собственное настроение. Трансформируемые залы дают возможность моделировать помещение под задачи мероприятия, а также позволяют быстро изменять его конфигурацию при необходимости. Техническое оснащение конгрессного центра также было обновлено. В «ПетроКонгрессе» появились лазерные проекторы высокого разрешения 4К, которые обеспечивают четкое изображение, более насыщенные цвета при трансляции презентаций, видеороликов и организации онлайн-подключений.

Регулярно в центре проводятся мероприятия различных форматов и направлений: от крупных международных, таких как Евразийский Ивент Форум (EFEA) и заседания Всемирного совета по алмазам, до локальных тренингов, семинаров, конференций. С момента открытия конгрессный центр принял более 5000 мероприятий не только делового, но и развлекательного характера: разнообразные выставки, тематические фестивали, профильные ярмарки и выпускные вечера.

С 2019 года конгрессный центр «ПетроКонгресс» является активным членом Национального конгресс-бюро. Участие в этом профессиональном объединении дает возможность регулярно встречаться с коллегами по отрасли, получать всю необходимую актуальную информацию о событийной индустрии одними из первых.

ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ

В конгрессном центре «ПетроКонгресс» 14 конференц-залов, в том числе два трансформируемых. Конфигурацию помещений можно изменить в перерыве между сессиями



*Александр Островский,
руководитель конгрессного центра
«ПетроКонгресс»*

Конгрессы, выставки и ярмарки играют одну из ключевых ролей в борьбе за укрепление конкурентных позиций компаний, регионов и стран, особенно в условиях кризиса и современных вызовов. Опыт конгрессного центра «ПетроКонгресс», других компаний сегодня показывает, что сделки, заключенные на различных мероприятиях, составляют до одной трети объема оборота фирм, принимающих в них участие. Для заключения обычного договора по продаже требуются затраты, в четыре раза превышающие средние расходы на оформление соглашения, которое заключается с помощью делового события.

В настоящее время самые статусные и важные мероприятия становятся все более демократичными, тенденция отхода от протокола и строгой иерархии стремительно нарастает год от года.

С каждым днем мы видим, как растут требования организаторов к площадке при стабильном, но не увеличивающемся бюджете. Сегодня эта тенденция вызвана как общим стремлением к оптимизации расходов, так и развитием событийной отрасли. Стоимость аренды залов в конгрессном центре «ПетроКонгресс» не повышалась с 2020 года, при этом объем оказываемых услуг для организаторов мероприятий остается на прежнем высоком уровне.



деловой программы. Вместимость залов – от пяти до 450 человек. Для различных экспозиций можно использовать выставочное пространство площадью 600 м².

На первом этаже конгрессного центра «ПетроКонгресс» расположен большой трансформируемый зал на 450 человек и многофункциональное пространство для выставок. На втором этаже находятся залы и переговорные комнаты вместимостью от пяти до 250 человек. Некоторые организаторы используют все существующие форматы, занимая полностью первый этаж, включая зону конгрессного зала и фойе, под регистрацию и выставку, а круглые столы, мастер-классы проводят на втором этаже.

Площадка имеет в своем распоряжении современное техническое оснащение, включающее в себя системы звукоусиления, аудиоконференции, видеосвязи, синхронного перевода и проекционное оборудование. С 2020 года выставки, конгрессы и конференции, как правило, проходят с подключением онлайн-спикеров из разных регионов. Несмотря на то, что значимость личных встреч по-прежнему невероятно высока, использование современных технологий позволяет значительно расширить аудиторию мероприятия, в том числе за счет виртуальных участников. Оборудование конгрессного центра позволяет про-

водить онлайн-конференции с большим количеством спикеров и участников.

Конгрессный центр «ПетроКонгресс» расположен в пешей доступности от станции метро «Чкаловская». Это оживленный деловой район, рядом находятся отели различных категорий, рестораны, банкетные залы. До основных достопримечательностей Санкт-Петербурга – Петропавловской крепости, Летнего сада и Эрмитажа – поездка на автомобиле займет 15 минут. Поэтому для участников конференций, гостей города легко планировать обзорные экскурсии после завершения делового дня.

ПУТЬ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

В 2020 году конгрессный центр «ПетроКонгресс» присоединился к международной программе по обеспечению безопасного туризма – Safe Travels. В ее протоколы включены рекомендации местного и национального законодательства с предписаниями Всемирной организации здравоохранения.

В 2021 году конгрессный центр «ПетроКонгресс» взял курс на повышение экологической грамотности, норм и стандартов. В комплексе соблюдаются принципы устойчивого развития.

- Использование энергосберегающего освещения, оборудования и вентиляции, выключение света и кондиционирования в залах, где не проводятся мероприятия, максимальное использование естественного освещения и вентиляции залов.
- В центре установлены кулеры с питьевой водой. Также предоставляется возможность использования собственных емкостей. Туалетные комнаты оборудованы водосберегающей сантехникой, в том числе оснащенной сенсорами и технологиями двойного смыва.
- На каждом этаже конгрессного центра расположены баки для раздельного сбора мусора.
- Площадка доступна для маломобильных категорий граждан. У входной группы установлен пандус, который позволяет удобно перемещаться людям с дополнительными потребностями, есть два просторных лифта и оборудованная туалетная комната.

ВАЖНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОНГРЕССНОГО ЦЕНТРА

Менеджеры конгрессного центра «ПетроКонгресс» отмечают, что требования организаторов мероприятий с каждым годом становятся более разнообразными, но всегда есть основные, выполняя которые ком-

плекс на Петроградской стороне является востребованной площадкой для организаторов мероприятий.

Транспортная доступность. С 1 июля 2023 года в Петроградском районе Санкт-Петербурга все улицы переходят в режим платной парковки. Для конгрессного центра «ПетроКонгресс» это нововведение не стало проблемой, так как организаторам мероприятий предоставляется место на парковке во дворе здания, а шаговая доступность от метро гарантирует, что участники смогут комфортно добраться на общественном транспорте, оставив машину у ближайшей станции. Это снижает не только нагрузку на дорогу, но и делает воздух в городе чище за счет уменьшения выхлопных газов и общего углеродного следа.

Многофункциональность. На площадке должно быть несколько помещений для мероприятий различного типа и масштаба с возможностью изменения залов с использованием трансформируемых мобильных стен для разделения большого пространства на несколько независимых друг от друга. Организаторы мероприя-

тия в конгрессном центре «ПетроКонгресс» знают, что за 10–15 минут из зала для 300 человек они могут получить два помещения для размещения 180 и 90 участников события. При этом не придется арендовать несколько залов, не нужно думать, как объединить потоки во время мероприятия, например, для общего тренинга. Это достигается благодаря мобильным перегородкам, которые просты в использовании и специально разработаны для решения таких задач в конгрессном центре. Конструкции обладают высокой шумоизоляцией и имеют изящный внешний вид.

Разнообразие залов. Сегодня организаторам мероприятий необходимы залы разной вместимости, формы и визуального оформления. Разнообразные залы конгрессного центра «ПетроКонгресс» позволяют принять участников и небольших мероприятий до десяти человек: обучающие тренинги, недельные мастер-классы или экстренные совещания. Для проведения масштабных событий есть два просторных зала, в которых могут комфортно разместиться до 400 участников.

Оснащенность площадки современным мультимедийным оборудованием. Конгрессный центр «ПетроКонгресс» обладает всем необходимым для проведения трансляций, подключений из разных мест, записи выступлений. Во время всех мероприятий на площадке присутствует штатный технический специалист, который помогает настроить оборудование.

Сервис и услуги: застройка конференции / выставки, кейтеринг, клининг. Организаторам мероприятий в конгрессном центре «ПетроКонгресс» предоставляется возможность работы с аккредитованным застройщиком и кейтеринговой компанией. Это гарантирует, что все оказанные услуги будут выполнены качественно и в срок, и ничто не омрачит мероприятие. Типовая застройка, как и все пребывание организаторов и участников на площадке, проходит в сопровождении персонального менеджера отдела проведения. Все вопросы решаются в режиме реального времени, поэтому каждый организатор знает, что его мероприятие является важным и приоритетным для конгрессного центра «ПетроКонгресс». ■





ПОД ЗНАКОМ ГОРНОГО УНИВЕРСИТЕТА: СОБЫТИЯ ОСОБОЙ ПОРОДЫ

АВТОР:

*Вера Зарицкая,
директор многофункционального
комплекса «Горный» и Академического
центра «Горный»*

ФОТО:

*архив мероприятий
многофункционального
комплекса «Горный»*

В мае в многофункциональном комплексе «Горный» в Санкт-Петербурге состоялся Международный форум-конкурс молодых ученых «Актуальные проблемы недропользования». В мероприятии приняли участие более 900 специалистов из 19 стран, в том числе Алжира, Армении, Республики Беларусь, Венгрии, Ирана, Китая и других государств. Многофункциональный комплекс «Горный» на Васильевском острове является одним из центров притяжения деловых событий в сфере промышленности, науки и образования.

МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС

В 2016 году Васильевский остров Санкт-Петербурга преобразился – здесь появились новые здания Горного университета. На пересечении улиц Нахимова и Наличной открылись многофункциональный комплекс и современная гостиница категории четыре звезды. Комплекс аккуратно вписан в уже существовавший исторический квартал, авторы проекта применили ажурные конструкции, имитирующие балконы, а также облицовку фасадов с разноцветным кирпичом, использовали стилистические решения, характерные для неоретроспективного стиля. Многофункциональный комплекс «Горный» является универсальной площадкой для проведения деловых событий, так как участников и гостей мероприятий можно разместить под одной крышей.

В тринадцатизэтажном здании отеля есть 212 номеров различных категорий, в том числе пять из них для гостей с ограниченными возможностями. В комплексе работают ресторан на 300 посадочных мест, ВИП-зал для 80 гостей, лобби-бар вместимостью до 100 человек. На территории МФК «Горный» расположен конгресс-холл, который способен принять участников крупного международного мероприятия. Вместимость главного зала до 1500 делегатов, а в 12 помещениях можно разместить от 10 до 120 человек. Площадка оборудована всем необходимым для проведения мероприятий разного масштаба и уровня, таких как международные симпозиумы, всероссийские научные

конференции, пленарные заседания, выставки, фестивали, курсы, лекции, концерты, рабочие встречи, семинары и тренинги. Помещения оснащены профессиональным оборудованием, которое позволяет проводить мероприятия онлайн и в гибридном формате. Здесь предусмотрена организация кофе-брейков, обедов, фуршетов с возможностью адаптации меню под нужды заказчика. Приверженцев здорового образа жизни и участников событий, в программу которых включены спортивные соревнования, примет современный двухуровневый фитнес-зал. Если для мероприятия необходимы дополнительные места размещения, можно воспользоваться услугами Академического центра «Горный», расположенном в поселке Солнечное Ленинградской области.

ОТРАСЛЕВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

В 2019 году на площадке многофункционального комплекса «Горный» состоялось значимое отраслевое событие – VI Форум будущих лидеров Мирового нефтяного совета. В нем приняли участие более 1300 молодых специалистов из 62 стран мира, руководители ведущих энергетических компаний, видные политики, ученые и эксперты.

Председатель Совета Федерации Валентина Матвиенко назвала крайне удачным выбор площадки для проведения форума, поскольку Санкт-Петербургский горный университет является одним из авторитетных высших учебных заведений не только России, но и мира, а в его стенах обучается будущая

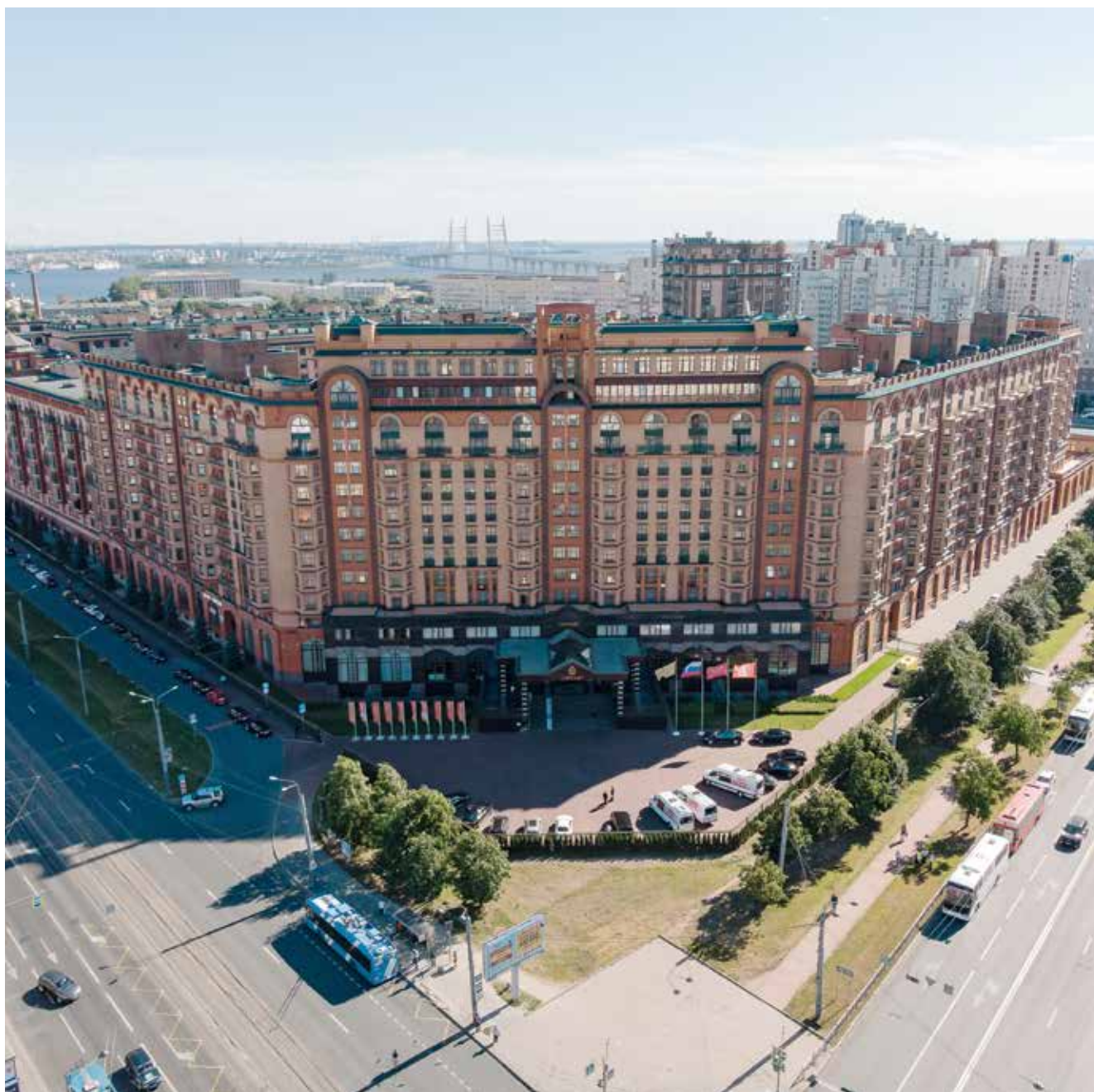
элита минерально-сырьевого комплекса. С ней согласился и президент Мирового нефтяного совета Тор Фьеран, который назвал вуз уникальным местом в фантастическом городе.

На территории конгресс-холла проходил XXI Менделеевский съезд по общей и прикладной химии. В его работе приняли участие 2500 человек, среди которых были 300 ученых – представителей научных сообществ из 62 стран, в том числе лауреаты Нобелевской премии.

В 2021 году на площадке многофункционального комплекса «Горный» состоялись такие крупные деловые мероприятия, как «Международный жилищный конгресс – Санкт-Петербург», Международный форум RAO/CIS Offshore, Международная конференция «Кибербезопасность и проблемы борьбы с новыми видами киберпреступлений», Европейский симпозиум EUROCK, Российско-Британский сырьевой диалог, Российско-Германский сырьевой форум, форум некоммерческих организаций «Социальный Петербург 2.0. Формула Роста». В них принимали участие представители власти, министерств и ведомств, администрации города, ученые и политики, топ-менеджеры и специалисты компаний «Газпром», НОВАТЭК, «Роснефть», Росатом, Атомфлот, «ОСК», «Транснефть».

В декабре 2022 года в конгресс-холле под эгидой ЮНЕСКО прошел Международный форум «Природопользование и сохранение всемирного природного наследия». Участники события обсудили вопросы сохра-

Санкт-Петербургский горный университет императрицы Екатерины II основан в октябре 1773 года. Сегодня вуз включает в себя девять факультетов: геологоразведочный, нефтегазовый, горный, строительный, механико-машиностроительный, переработки минерального сырья, экономический, энергетический, факультет фундаментальных и гуманитарных дисциплин. Горный университет реализует все уровни высшего профессионального образования с присвоением квалификации бакалавр, магистр, дипломированный специалист для крупнейших российских и зарубежных компаний, занимающихся прогнозом, поисками, разведкой, разработкой и переработкой полезных ископаемых – нефти, газа, руд благородных, цветных и редких металлов, драгоценных камней.



нения биоразнообразия и экосистем. На форум прибыли делегации из 70 стран. Участников приветствовали председатель Совета Федерации Валентина Матвиенко, глава МИД Сергей Лавров, вице-премьер Александр Новак, министр энергетики Николай Шульгинов, губернатор Санкт-Петербурга Александр Беглов, глава Республики Татарстан Рустам Минниханов, министр науки и высшего образования Валерий Фальков.

В апреле 2023 года на площадке комплекса состоялся интернацио-

нальный фестиваль «Встреча культур». В нем приняли участие 140 человек из 29 вузов Санкт-Петербурга, представляющие 13 стран, в том числе Азербайджан, Вьетнам, Индонезию, Китай, Мьянму, Танзанию, Турцию и другие. Это традиционный конкурс, который дает возможность всем желающим ознакомиться с культурой и традициями народов разных государств. Иностранцам, приехавшим в Россию получать высшее образование, фестиваль помогает быстрее адаптироваться к местным реалиям и найти друзей из числа соот-

ечественников. Ежегодно на базе многофункционального комплекса «Горный» проводятся многочисленные студенческие мероприятия различных направлений, форматов и тематик.

ОБРАЗОВАНИЕ И КУЛЬТУРА

Так как многофункциональный комплекс является подразделением Санкт-Петербургского горного университета императрицы Екатерины II, участники и гости мероприятий, проходящих на площадке, могут по-

сетить исторический корпус вуза. Здание у набережной Лейтенанта Шмидта построил русский архитектор Андрей Воронихин. Автор Казанского собора в Санкт-Петербурге оформил здание университета дорическим портиком из двенадцати колонн. Главный корпус вуза украшают скульптуры «Поединок Геракла с Антеем» и «Похищение Прозерпины», на фоне которых часто фотографируются туристы.

В историческом здании университета расположен Горный музей. Участники и гости мероприятий могут ознакомиться с уникальными коллекциями минералов, макетов горнозаводской техники XVIII–XIX веков, метеоритов, холодного оружия. Многие экспонаты не имеют аналогов и являются гордостью коллекции. Желающие могут побывать и

в лабораториях вуза – современных научно-учебных центрах.

Многофункциональный комплекс «Горный» находится в сердце Васильевского острова. Благодаря этому его отличает не только удобная транспортная доступность, но и возможность, не теряя времени, ознакомиться с достопримечательностями и окунуться в культурную жизнь города. Остров богат не только историческими объектами, такими как Кунсткамера, Академия художеств, но и современными проектами, в числе которых Музей современного искусства «Эрарта», общественное культурно-деловое пространство «Севкабель Порт», культурный квартал «Брусницын» и одна из главных гастрономических точек на карте Санкт-Петербурга – Василеостровский рынок.

БЛИЖЕ К ПАРТНЕРАМ

Многофункциональный комплекс «Горный» активно участвует в специализированных мероприятиях, посвященных темам туризма и индустрии гостеприимства. Его специалисты представляли возможности площадки на Евразийском Ивент Форуме (EFEA), выставках MITT, BE-FORUM, конференциях «Территория гостеприимства: возможности, технологии, перспективы», «Актуальные вопросы государственного регулирования и развития средств размещения. Защита, повышение конкурентоспособности и минимизации рисков в новых условиях», а также в B2B-встречах, что способствует привлечению событий и налаживанию контактов с партнерами. ■





ТЕАТР В АВАНГАРДЕ. НОВАЯ СЦЕНА ДЛЯ СОБЫТИЙ

ПО МАТЕРИАЛАМ

пресс-службы Новой сцены
Александринского театра
имени Вс. Мейерхольда

В 2023 году Новая сцена Александринского театра имени Вс. Мейерхольда отметила юбилей со дня открытия. Десять лет назад в центре Санкт-Петербурга появилась современная необычная площадка с модным черным залом и прозрачным потолком холлов. Место сразу стало популярным не только среди театралов, но и организаторов событий. На площадке Новой сцены проходят спектакли и перформансы, фестивали, деловые мероприятия и выставки.

ИСТОРИЧЕСКОЕ МЕСТО

Новая сцена Александринского театра расположена на набережной реки Фонтанки в нескольких шагах от Невского проспекта. Инициаторы и авторы проекта отнеслись с уважением к уникальной петербургской среде. Место обязывает – центр города, рядом историческая сцена Александринского театра и здания Академии Русского балета имени А. Я. Вагановой, улица Зодчего России – эталон в архитектуре. По замыслу художественного руководителя Александринского театра Валерия Фокина, бывшие мастерские, спрятанные во дворах Фонтанки, должны были стать центром обновления и развития российской сцены, сближения с современной культурой и молодой зрительской аудиторией.

Проект разработан архитектурным бюро «Земцов, Кондияйн и партнеры». Авторы бережно, правильными линиями сформировали ансамбль зданий Новой сцены в исторической городской среде между площадью Островского и набережной реки Фонтанки. Первоначально на этом месте планировалось построить жилой шестиэтажный комплекс. Однако позже от идеи отказались, проект был доработан и утвержден Комитетом по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры (КГИОП). Трехэтажное здание театра позволило сохранить панораму Фонтанки.

Новая сцена Александринского театра примыкает к стенам историче-

ского склада балетных декораций, построенного в 1890–1891 годах по проекту архитектора Александра Гешвенда. Фасады отреставрировали и сделали эффектной кирпичной стеной зрительного зала. Участок ограничен брандмауэрами дворовых корпусов жилых домов, лицевые флигели которых выходят на набережную, зданиями Управления Октябрьской железной дороги, администрации Александринского театра и общежития Академии Русского балета имени А. Я. Вагановой. Для максимально полезного использования земельного участка в центре города основные объемы здания театра размещены в реконструированных театральных мастерских, а два новых корпуса построены на свободной территории.

У проекта счастливая судьба – его не критиковали за появление современного здания в историческом центре города, он удостоен ряда архитектурных премий и наград, в том числе Гран-при конкурса «Архитектон-2013», Гран-при Российской национальной премии «Хрустальный Дедал».

ПЛОЩАДКА СОБЫТИЙ

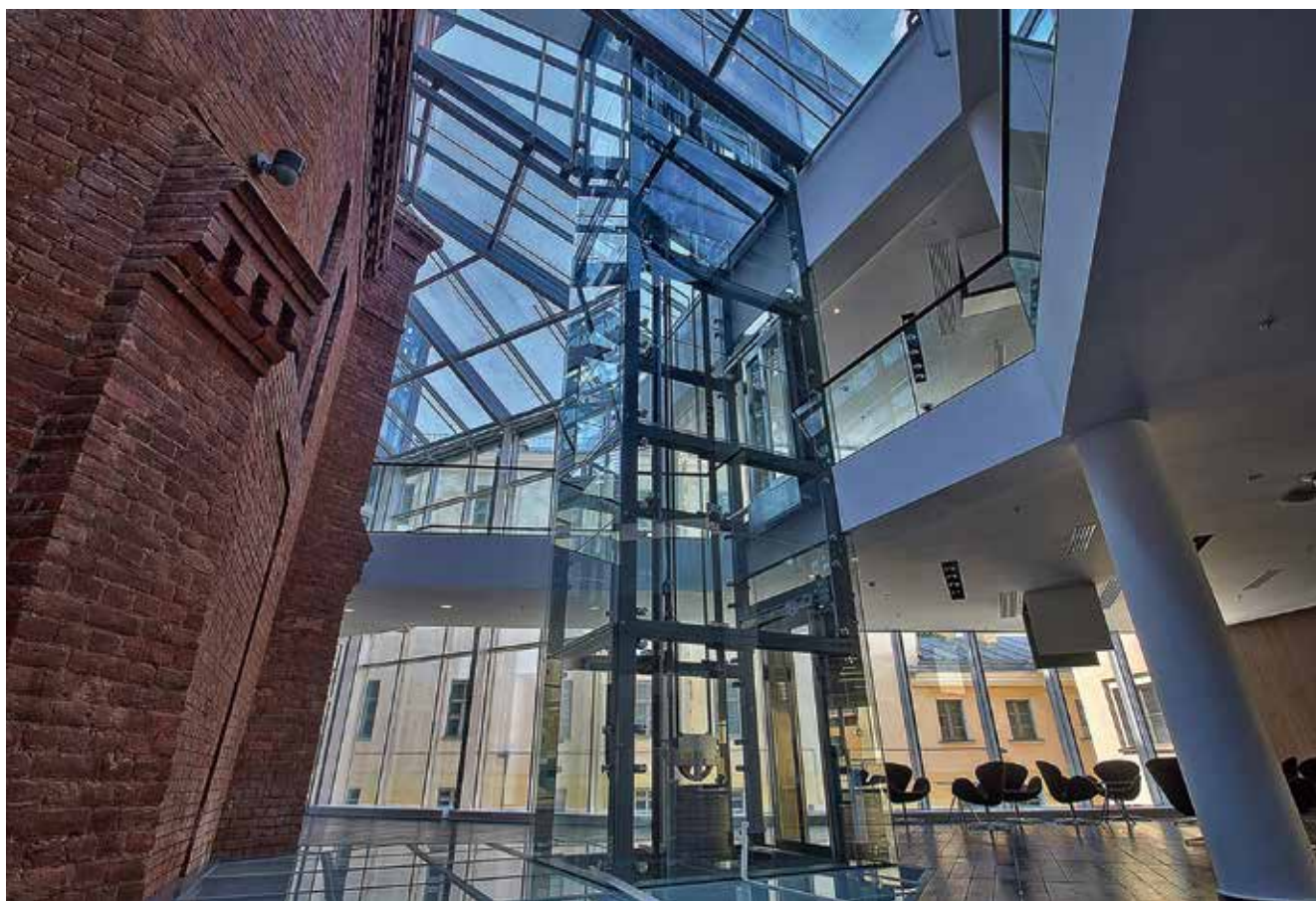
Новая сцена Александринского театра – это три корпуса, связанные двумя уровнями общего фойе. Построенный объем поднят от уровня земли на этаж, что позволяет пешеходам пройти дворами к площади Островского и набережной реки Фонтанки. Архитектурный облик театрально-

го комплекса, оснащенного передовыми технологиями, продиктовало расположение театра в квартале исторической застройки. Для эстетической связи с реконструированным зданием сцены башни построенных корпусов облицованы красным кирпичом. Общая площадь Новой сцены 10 500 м². Единовременная вместимость театра до 500 человек.

У Новой сцены несколько публичных площадок, которые активно используются как для проката театрального репертуара Александринки и выпуска новых спектаклей, так и для проведения мероприятий самого разного типа и формата. В комплексе есть вместительный зал, Медиацентр, репетиционная и учебная сцены, конференц-зал, а также фойе – ежедневно открытое пространство с кафе и книжным магазином.

В августе 2022 года площадка по инициативе художественного руководителя Александринского театра Валерия Фокина получила имя режиссера, реформатора театральной сцены Всеволода Мейерхольда, творческая биография которого в период с 1907 по 1917 год была тесно связана с Императорской Александринской сценой. Здесь режиссер поставил около двадцати спектаклей, в том числе такие шедевры, как «Дон Жуан» и «Маскарад». В мае 2023 года во дворе Новой сцены был торжественно открыт памятник Всеволоду Мейерхольду.

За десять лет на Новой сцене было выпущено около сорока театраль-



ных премьер. Ежегодно на площадке проходит более 700 событий разного формата – встречи, мастер-классы, лекции, концерты, выставки, танцевальные спектакли и прочее.

Новая сцена сегодня – это команда кураторов и Медиацентра под руководством генерального продюсера Александра Малича. Ключевые направления деятельности, помимо театра, – современный танец, музыка, медиа и инклюзивные проекты.

ГЛАВНАЯ СЦЕНА

В первом корпусе здания Новой сцены обустроен театральный зал. Его площадь 450 м² позволяет разместить до 300 человек. Трансформирующееся пространство зала и зрительской зоны расположены на уровне второго этажа, ниже находится технологический трюм. Это определение подходит к помещению, потому что для перемещения конструкций используются специальные механизмы, которые приме-

няются на морских лайнерах и промах. В зале смонтированы окна, позволяющие зрительно объединять сцену с пространством внутреннего двора. Использование глухих штор дает возможность полного затемнения сцены. Над пространством сцены расположен репетиционный зал площадью 376 м².

Главная сценическая площадка комплекса построена с применением нестандартных конструкторских решений, позволяющих трансформировать и изменять конфигурацию сцены и зрительного зала. Набор оборудования верхней и нижней механизации обусловлен требуемой гибкостью при построении взаимодействия сценического пространства и зоны для публики. Предусмотрено более десяти вариантов размещения зрителей. Количество мест, в зависимости от творческих задач авторов спектакля, может изменяться до 300.

Верхняя механизация представляет собой уникальную систему мобильных точечных подъемов, пе-

ремещаемых по направляющим и охватывающих всю сценическую зону. Оборудование может быть переведено с одной направляющей на другую при помощи стрелочных узлов, что дает возможность быстро установить и переменить декорации в необходимой части сцены.

Нижняя механизация адаптирована для выстраивания пола и зрительских мест в различных зонах театрального пространства. С ее помощью можно изменить конфигурацию сцены, в том числе в реальном времени во время показа спектакля. Планшет сцены оснащен двенадцатью подъемно-опускными одноуровневыми площадками, на них могут быть установлены люк-провалы. Подъемные платформы позволяют организовать амфитеатр с установкой кресел для зрителей.

ЧЕРНЫЙ ЗАЛ

Во втором корпусе оборудована учебная сцена, в которой можно раз-

местить до 100 зрителей. Площадь пространства 207 м². В зале можно смонтировать и проецировать любые декорации. Его удобно использовать для конференций и встреч в популярном формате Black Box.

МЕДИАЦЕНТР

В третьем корпусе находится Медиацентр. С одной стороны, это еще одна площадка Новой сцены вместимостью до 100 человек, с другой – своего рода производственная база, оборудованная техническими, эфирными, режиссерскими, микшерскими аппаратами.

Сейчас Медиацентр Новой сцены – это команда профессионалов, которая создает, по сути, телевидение в театре, работает над представлением Александринского театра в медиасреде. В этом проекте задействованы 15 специалистов, в их числе главный редактор, режиссер-постановщик, оператор-постановщик, линейный продюсер, режиссеры звука, монтажа.

Команда Медиацентра создает уникальный контент, который представлен на YouTube-канале театра, обеспечивает прямые трансляции как в официальной группе театра во «ВКонтакте», так и на других платформах. Среди проектов: цикл интервью с корифеями театра «А2А. Александринцы – александринцам», тизер к спектаклю «Дети солнца» Николая Рощина, получивший премию European Cinematography AWARDS в категории «Лучшая работа режиссера», «Лучшая работа оператора» и «Лучший короткий метр», документальный фильм о подготовке спектакля Валерия Фокина «Один восемь восемь один», вебинары по театральному менеджменту в рамках проекта «Национальная театральная школа» и другие.

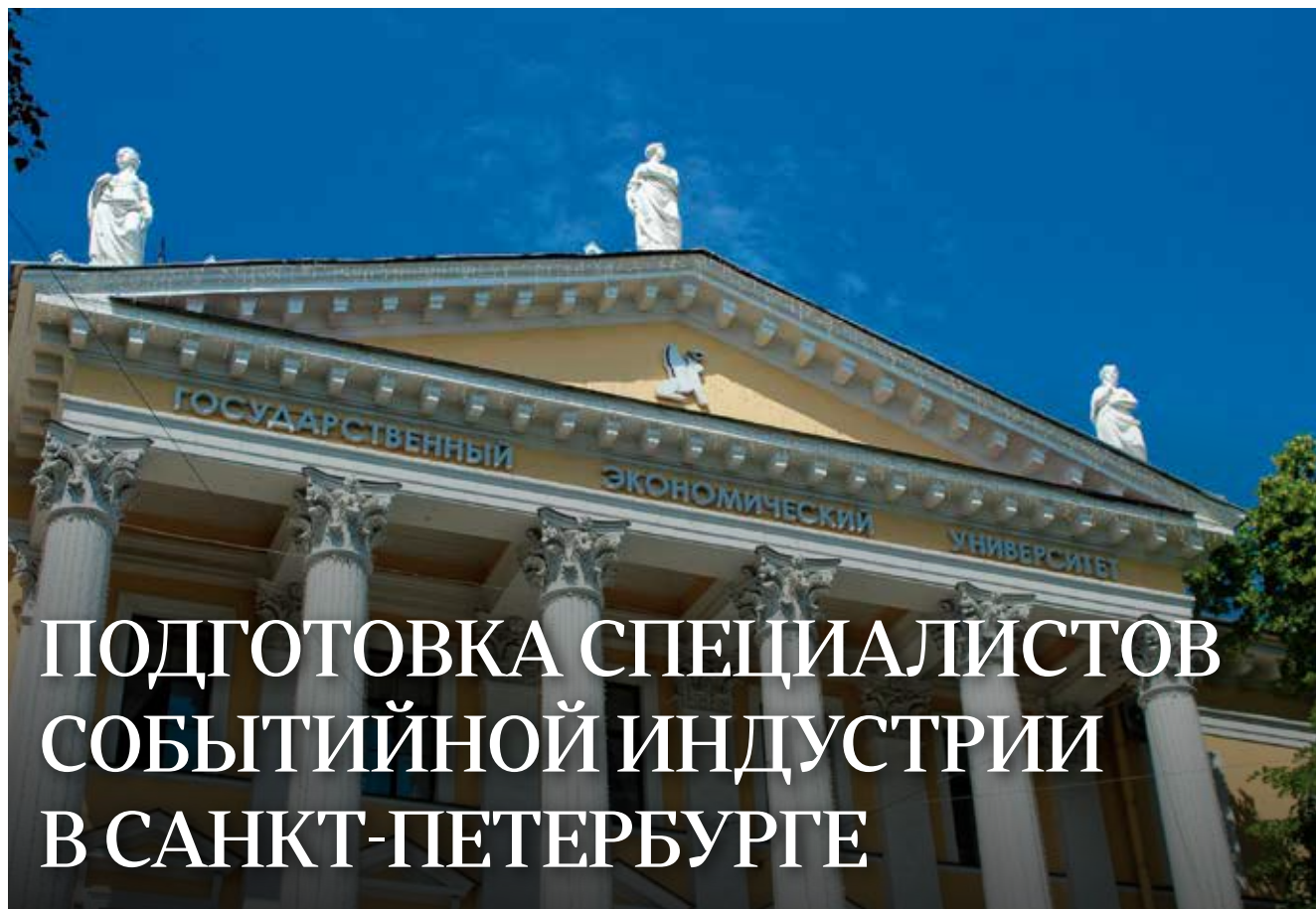
В период пандемии коронавируса, когда театры были закрыты, и Новая сцена не могла принимать зрителей, имеющиеся технические возможности, профессионализм специалистов позволили Александринке перейти на онлайн-вещание. Театр одним из первых в России показал премьеру онлайн, а затем выпустил видео ар-

хивных спектаклей на официальной странице «ВКонтакте», а также оригинальный контент онлайн-формата.

ДЕЛОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ В ТЕАТРЕ

За десять лет своего существования Новая сцена Александринки не раз выступала партнером и принимала на своих площадках крупные проекты городского, всероссийского и международного масштабов самых разных форматов. Здесь проводились деловые встречи и сессии Петербургского международного экономического форума, Санкт-Петербургского международного культурного форума, Петербургского международного юридического форума. Дважды в год фактически с момента открытия Новая сцена принимает участников и гостей международного профессионального модного события St. Petersburg Fashion Week. Представители бизнеса часто появляются на Новой сцене Александринского театра. Свои мероприятия здесь проводят компании «Газпром», Сбер, «ВКонтакте» и многие другие. ■





ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛИСТОВ СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

ПО МАТЕРИАЛАМ



ВЫСТАВОЧНЫЙ
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЦЕНТР
(ВНИЦ R&C)

ФОТО:

Санкт-Петербургский
государственный
экономический университет

СЕВЕРНАЯ СТОЛИЦА СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ

Согласно официальной отчетности, предоставляемой в государственные органы, в событийной индустрии Российской Федерации в 2022 году было занято 19 936 человек. Но их больше, так как в этом показателе не учтены самозанятые и индивидуальные предприниматели.

Сегодня мы видим, как быстро преобразуется мир деловых мероприятий, форматы событий, их оформление. Можно наблюдать, как появляются новые технологии и сменяются поколения посетителей. Для создания индивидуальных, зачастую уникальных, товаров и услуг событийная индустрия использует творческие способности и индивидуальные навыки проектных команд. Экономическое развитие отрасли зависит не от ресурсов и даже не от технологий, а от талантливых людей. Сколько их занято в событийной индустрии и где в России, в частности в Санкт-Петербурге, их готовят?

В 2022 году по основным сегментам рост среднесписочной численности сотрудников составил 1% относительно 2021 года. Однако в целом еще не достиг допандемийного уровня 2019 года.

По количеству компаний, работающих на рынке России, в топ-10 Рейтинга событийного потенциала регионов[®] России* лидирует Санкт-Петербург

(14%). В регионе работает более 400 компаний, и положительная динамика их количества наблюдается на протяжении всего периода, включая пандемию коронавируса.

По количеству занятых в индустрии Санкт-Петербург занимает второе место среди топ-10 регионов Рейтинга с долей 10% – порядка 2000 человек.

В 2022 году в городе на Неве, по сравнению с 2018 годом, сохранилась положительная динамика (+13%). Сотрудники компаний событийного рынка Санкт-Петербурга в основном трудятся в трех сегментах: в компаниях-организаторах (32%), предприятиях, предоставляющих сервис (29%), на площадках (20%).

Совместное исследование Выставочного научно-исследовательского центра (ВНИЦ) R&C и Национального конгресс-бюро показало, что в основном средний стаж работы сотрудников компаний событийного рынка составляет от 5 до 10 лет (57%). У четверти предприятий, работающих на событийном рынке России, доля сотрудников с высшим образованием в конгрессно-выставочной сфере составляет от 10–30%. Почти у половины компаний (42%) сотрудники участвуют в отраслевых конгрессных мероприятиях, а 55% проводят корпоративное обучение либо отправляют сотрудников на курсы повышения квалификации или переподготовки кадров.

Все субъекты Российской Федерации, в которых ведется подготовка специалистов для ивент индустрии, входят в топ-20 Рейтинга событийного потенциала регионов[®] России и Внерейтингового показателя креативного потенциала российских регионов.

ПОДГОТОВКА КАДРОВ ДЛЯ СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ

В рейтинге Times Higher Education World University Rankings (THE-2023)

Россия представлена 77 вузами, в топ-500 входят пять университетов. Лидирует среди них, конечно, МГУ имени М. В. Ломоносова, занимающий 163-е место, за ним идут МФТИ (201–250), Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (301–350), Высшая школа экономики и МИФИ (401–500). Впервые вошедший в рейтинг Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации сразу занял неплохие позиции в группе 601–800. Всего в топ-100 по узким отраслевым рейтингам входят 20 российских вузов.

Получить образование для работы в событийной индустрии в нашей стране можно, например, в Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Санкт-Петербургском государственном экономическом университете, Уральском федеральном университете имени первого Президента России Б. Н. Ельцина и во многих других вузах. Готовят этих специалистов по направлениям сервис, туризм, связи с общественностью, менеджмент. Организаторы мероприятий востребованы на рынке труда, но их деятельность размыта в таких образовательных стандартах, как «Реклама и связи с общественностью», «Менеджмент», «Искусство и культура» и других.

Анализ программ бакалавриата по подготовке специалистов событийной индустрии в России был проведен Санкт-Петербургским государственным экономическим университетом и ВНИЦ R&C во время

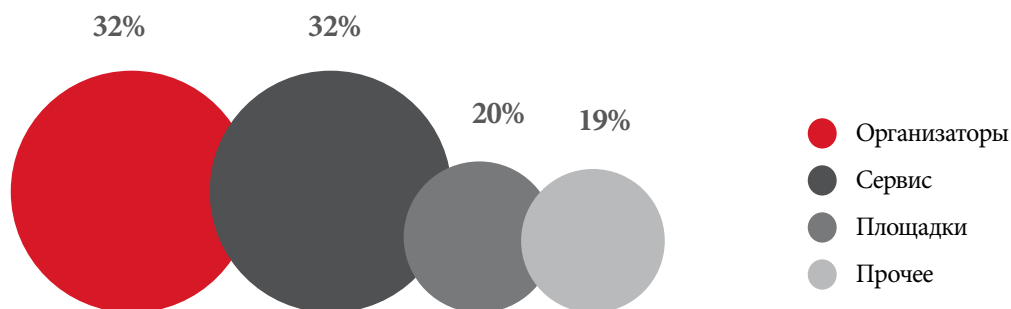
преддипломной практики студентов, которую организации ведут на протяжении многих лет.

Распределение образовательных программ бакалавриата по направлениям подготовки специалистов событийной индустрии показывает, что профессионалов для конгрессно-выставочной отрасли готовят и в гостиничном деле, и в рекреационном и спортивно-оздоровительном туризме. Самое часто встречающееся направление, где готовят сотрудников для конгрессно-выставочной отрасли – сервис (52%). На втором месте – социально-культурная деятельность (30%). Программы подготовки, связанные с событийной деятельностью, преобладают в Москве и Санкт-Петербурге. В топ-5 городов также входят Екатеринбург, Нижний Новгород, Новосибирск и Ростов-на-Дону. Если говорить о программах подготовки второго уровня высшего образования (магистратуры), то их всего 16.

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Обучение на профильных программах дополнительного профессионального образования позволяет придерживаться концепции непрерывного обучения в течение всей жизни, предоставляя возможность профессионального совершенствования всем заинтересованным. В событийной индустрии – это качественный ответ на вызов времени. Анализ программ дополнительного образования по подготовке специалистов отрасли показал, что различные курсы

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ СРЕДНЕСПISОЧНОЙ ЧИСЛЕННОСТИ СОТРУДНИКОВ КОМПАНИЙ СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА ПО ВИДАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



Источник: ВНИЦ R&C, 2022 г.

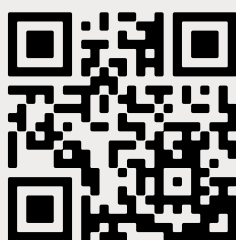


УЧЕБНЫЕ ПОСОБИЯ ДЛЯ СПЕЦИАЛИСТОВ СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ

Выставочный научно-исследовательский центр (ВНИЦ) R&C ежегодно издает отраслевые справочники в области профессионального образования в сфере событийной индустрии и делового туризма.

В рамках проекта «Библиотека ВНИЦ» выпущен «Краткий справочник основных профессий ивент индустрии». Это одна из книг серии, рассчитанных на студентов и преподавателей профильных вузов, а также на специалистов компаний событийной индустрии и делового туризма.

Издания позволяют учащимся и преподавателям высших учебных заведений, молодым специалистам познакомиться с теоретическими материалами и использовать их на практике. Печатные версии словарей переданы в библиотеки Санкт-Петербургского государственного экономического университета, Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого и доступны на сайте ВНИЦ R&C.



всевозможных форматов по всей России, связанных с конгрессно-выставочной деятельностью, можно разделить на три основные группы – повышение квалификации (44%), профессиональная переподготовка (28%) и курсы (28%).

ФОРМАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Программы дополнительного образования в большей степени ориентированы на повышение квалификации сотрудников, способствуют обновлению теоретических знаний и практических навыков. Следующий востребованный вид программ – профессиональная переподготовка, которая позволяет освоить новую специальность и считается ускоренным вариантом получения дополнительного высшего образования. Третья группа – авторские и высшие курсы.

Обучение программам дополнительного образования происходит как очно, так и заочно. В 2022 году преобладал онлайн-формат обучения (49%). На втором месте очное обучение (39%).

ЕЩЕ ОДНО ВЫСШЕЕ

Дополнительное образование представляется как игроками рынка, так и сторонними организациями. В России в рамках отрасли можно повысить уровень знаний и получить дополнительное профессиональное образование без сертификатов государственного образца. Это возможно в рамках мероприятий либо по специальной программе. Исследования компании Encore показали, что 25% сотрудников компаний в мире регулярно посещают образовательные сессии.

Традиционно ежегодно в начале делового года в Санкт-Петербурге с 2012 года проходит Евразийский Ивент Форум (EFEA) – первое в России отраслевое мероприятие, которое собирает на своей площадке российских и зарубежных профессионалов в области событийной индустрии, регионального маркетинга и делового туризма. Программа EFEA охватывает все основные направления событийной индустрии и смежных отраслей. В Москве на фору-

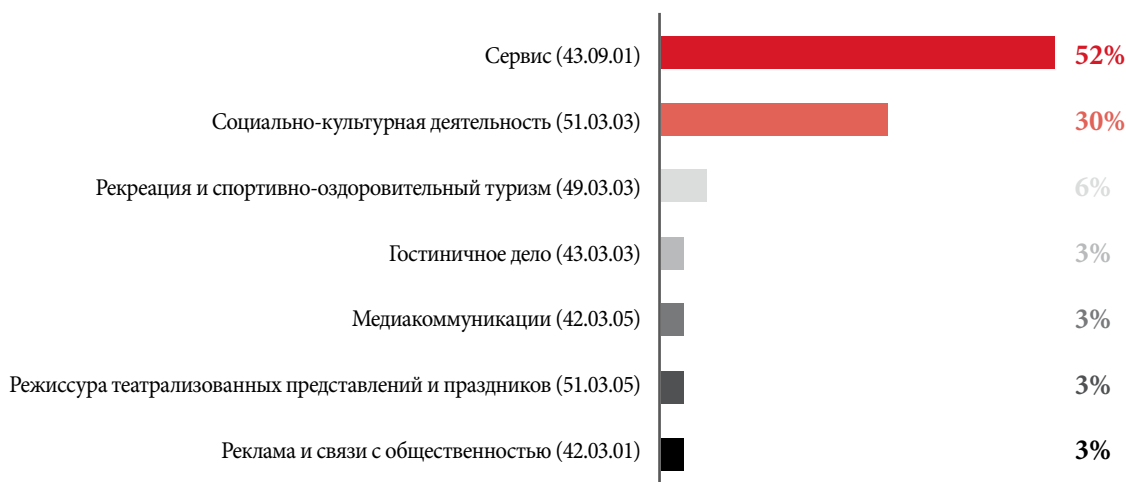
ме «5rEXPO» можно познакомиться с лучшими российскими практиками и международным опытом организации и проведения мероприятий. Два раза в год Российский союз выставок и ярмарок собирает профессионалов отрасли на MICE Нетворкинг Форум. Ежегодно проходит EVENT-ТЕРАПИЯ – совместный онлайн-проект Евразийского Ивент Форума и компании «Ивентишес», который дает возможность разобраться в текущих вопросах, найти эффективные решения и новые идеи для работы. Летняя Академия НКБ – бесплатный трехнедельный курс, организаторами которого выступили Национальное конгресс бюро и Выставочный научно-исследовательский центр (ВНИЦ) R&C. Проект реализуется при поддержке Фонда Росконгресс.

В России пользуется спросом удаленное обучение в интернете. Такие услуги предлагают, например, онлайн-университет Skillbox, университет интернет-профессий «Нетология», университет для разработчиков Geekbrains. Об их успехе можно судить по цифрам: курсы первых трех компаний суммарно окончили почти 100 тысяч студентов, а количество пользователей, зарегистрированных на портале Geekbrains, превышает 4 млн. Документы, которые выдают такие компании по окончании курсов, уже оцениваются многими работодателями на уровне диплома вуза. Но на данный момент в России нет сертификации специалистов в событийной индустрии.

ПОДГОТОВКА КАДРОВ ДЛЯ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Основной особенностью событийной индустрии является то, что она носит смежный характер – для того чтобы организовать мероприятие, необходимо использовать ресурсы многих отраслей экономики, поэтому сотрудников для отрасли готовят в разных вузах. В Санкт-Петербурге специалистов в области туристической и событийной индустрии обучают в Санкт-Петербургском государственном экономическом университете на факультете сервиса, туризма и гостеприимства. Кафедра сервисной и конгрессно-выставочной деятельности всегда идет

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ ПО ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ



Источники: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, ВНИЦ R&C, 2022 г.

в ногу со временем. Развитие образовательной программы в 2023-2024 и последующих годах заключается в реализации экосистемного подхода в выстраивании связей с партнерами программы и углублении практической подготовки, расширении профиля исследовательских и учебных событийных работ студентов. В новом учебном году в рамках курсового проектирования запланирован ряд проектов. Важным этапом также является организация стажировок студентов на предприятиях и мероприятиях партнеров.

Специалистов для туристической и событийной индустрии готовят также в Санкт-Петербургском государственном университете промышленных технологий и дизайна и его структурном подразделении – Институте бизнес-коммуникаций. Здесь обучают менеджменту и логистике, продвижению услуг и продукции в сферах дизайна, моды, легпрома, а также делового туризма и организации международных мероприятий.

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики под научно-методическим руководством ООН РАН готовит специалистов в Институте гуманитарных и социальных наук. Он дает возможность получить высшее, социально направленное управленческое и гуманитарное образование.

В условиях ускоренной трансформации технологических и бизнес-процессов знания в области туристической и событийной индустрий в вузах Санкт-Петербурга дают необходимые компетенции и умения. Только Санкт-Петербургским государственным экономическим университетом за восемь лет было подготовлено 490 молодых специалистов для событийной отрасли.

КАРЬЕРА В СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ

Исследование проблематики трудоустройства среди выпускников профильной образовательной программы «Конгрессно-выставочная деятельность», проведенное в рамках выпускной квалификационной работы Валерии Кожевниковой под руководством заместителя заведующего кафедрой сервисной и конгрессно-выставочной деятельности Санкт-Петербургского государственного экономического университета Карины Михайловой, показало, что среди выпускников 2019–2022 годов почти 60% специалистов работают в событийной индустрии или смежных отраслях. Данные о занимаемых ими должностях подтверждают тот факт, что профильное образование дает возможность занять более высокие позиции. Так, 53% трудятся в должности менеджера или специалиста среднего звена, а 30%

являются руководителями или ведущими менеджерами / специалистами. Примечательно, что 60% выпускников нашли работу сразу после окончания обучения – в течение трех месяцев.

В Санкт-Петербурге на профильных сетевых программах дополнительного профессионального образования, реализуемых совместно с Институтом дополнительного профессионального образования – «Высшая экономическая школа» Санкт-Петербургского государственного экономического университета и Российским союзом выставок и ярмарок (РСВЯ), у специалистов событийной индустрии со всей страны есть возможность для профессионального совершенствования. Предложения по повышению квалификации могут быть рассмотрены самостоятельно и в то же время как отдельные модули переподготовки «Событийный менеджмент и управление проектами в конгрессно-выставочной индустрии». Это единственная программа в отрасли, по окончании которой слушатели получают удостоверение о повышении квалификации государственного образца. За время ее существования было обучено около 80 человек более чем из 20 компаний, работающих в девяти регионах России. ■

* 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.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ ДЛЯ СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ



АВТОР:

Оксана Кострюкова,
декан факультета сервиса, туризма и гостеприимства, заведующий кафедрой сервисной и конгрессно-выставочной деятельности Санкт-Петербургского государственного экономического университета

Профессиональное сообщество и эксперты событийной индустрии в рамках различных мероприятий и инициатив неоднократно подтверждали необходимость подготовки и востребованность молодых специалистов с профильным высшим образованием. Ответом на запрос рынка в подготовке профессиональных кадров стало создание в 2014 году Санкт-Петербургским государственным экономическим университетом на базе кафедры сервисной и конгрессно-выставочной деятельности принципиально новой образовательной программы высшего образования «Конгрессно-выставочная деятельность» в рамках направления подготовки «Сервис». Впоследствии она трансформировалась и стала прикладной, с более широкими возможностями. Теперь программа называется «Управление и дизайн в индустрии событий». За период работы кафедры с 2014 по 2022 год состоялись выпуски 490 молодых специалистов.

Ключевая идея образовательной программы – реализация принципа опере-

жающей подготовки бакалавров для сервисной экономики, полностью готовых к инновационной профессиональной деятельности по всему циклу организации различных событий, обладающих непосредственно на выпуске практическим портфолио событийных проектов, реализованных в реальной среде.

Сегодня кафедра сервисной и конгрессно-выставочной деятельности Санкт-Петербургского государственного экономического университета является единственной профильной кафедрой, реализующей образовательные программы высшего и дополнительного профессионального образования для событийной индустрии.

Уникальными преимуществами реализуемых программ являются:

- непосредственное участие ведущих предприятий и организаций отрасли в образовательном процессе, обеспечение поэтапного глубокого вовлечения обучающихся в профессиональную деятельность;
- интегрированность учебного процесса в реализацию реальных и значимых событий;
- встраивание проектного подхода в обучение;
- развитие института наставничества;
- признание профессиональным сообществом выпускников и уровня подготовки обучающихся.

Итогом такого подхода стала победа программы бакалавриата в национальном конкурсе Федерального агентства по туризму в 2022 году в номинации «Лучшие образовательные практики в области разработки и реализации образовательных программ по направлению «Сервис и туризм» в сфере высшего образования».

В рамках концепции непрерывного образования кафедрой сервисной и конгрессно-выставочной деятельности

предоставляются возможности профессионального совершенствования для действующих и начинающих специалистов отрасли. Например, такой проект реализуется совместно с Российским союзом выставок и ярмарок и Институтом дополнительного профессионального образования – «Высшая экономическая школа» Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Программы повышения квалификации могут быть рассмотрены самостоятельно и как отдельные образовательные модули программы переподготовки «Событийный менеджмент и управление проектами в конгрессно-выставочной индустрии». Они отличаются менторским сопровождением при разработке специалистами собственного событийного проекта на протяжении всего периода обучения. За период реализации трех программ повышения квалификации обучение прошли свыше 80 человек из более 20 компаний из Москвы, Московской области, Санкт-Петербурга, Иркутска, Казани, Кирова, Краснодара, Ростова-на-Дону, Белгорода и других регионов. При этом преобладающее большинство слушателей – представители компаний конгрессно-выставочной отрасли.

В 2023 году кафедрой запущен пилотный проект профессиональных стажировок совместно с Конгрессно-выставочным бюро Санкт-Петербурга. Он включает углубленную подготовку и отработку практических навыков студентов на выставочном стенде Санкт-Петербурга. Совместно с Фондом Росконгресс запущен проект по организации стажировок студентов. Первый этап осуществлен на ПМЭФ-2023. Реализуется поэтапный переход по подготовке проектных дипломных работ в качестве стартапов и авторских проектов событий, которые могут дать старт предпринимательской деятельности студентов в развивающейся российской событийной отрасли. ■

ОТРАСЛЕВАЯ ТУРИСТСКАЯ РАМКА КВАЛИФИКАЦИЙ



АВТОР:

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

В Санкт-Петербурге реализован международный проект «Центр компетенций в сфере туризма и гостеприимства», благодаря которому разработана отраслевая рамка квалификаций и создано международное центра компетенций в сфере туризма и гостеприимства включены в Перечень поручений президента России по итогам заседания президиума Государственного Совета Российской Федерации от 6 сентября 2022 года. В работе над ней приняли участие специалисты Центра компетенций в сфере туризма и гостеприимства Санкт-Петербурга, Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга, Комитета по труду и занятости Санкт-Петербурга, Национального агентства развития квалификаций (НАРК), Выставочного научно-исследовательского центра (ВНИЦ) R&C и консорциума образовательных учреждений. В их число входят Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Балтийская академия туризма и предпринимательства, Петровский колледж и Колледж туризма Санкт-Петербурга.

В ходе реализации проекта были определены приоритетные области и направления деятельности сектора гостеприимства Санкт-Петербурга для отраслевой туристской рамки квалификаций. Она является ключевым элементом создания единого контура внешних требований к качеству подготовки специалистов для событийного и делового туризма, в том числе конгрессной и выставочной деятельности. Региональная отраслевая туристская рамка квалификаций Санкт-Петербурга формализует процесс непрерывной актуализации знаний, умений и социальных компетенций по горизонтальной и вертикальной профессиональной траекториям. Она предлагает специалистам отрасли сделать переход на следующий уровень по мере усложнения решаемых задач. Таким образом, профессиональная эволюция специалиста происходит в рамках гибкой индивидуальной профессиональной траектории:

- вертикальное карьерное развитие;
- горизонтальное овладение смежными компетенциями;
- латеральное движение в сторону интеграции смежных отраслей, таких как туризм, гостеприимство, креативные индустрии и прочее.

В дальнейшем рамка квалификации для туристического сектора может быть развита и приращена за счет описания других, указанных выше областей деятельности, и транслирована в другие субъекты Российской Федерации, а с учетом интеграции в ЕАЭС и БРИКС и за пределами государства.

В настоящее время матрица отраслевой рамки позволяет сформировать системный подход к организации образовательного процесса для сектора гостеприимства Санкт-Петербурга на основе концепции обучения в течение

всей жизни. Она используется при разработке программ дополнительного профессионального образования, микропрограмм, которые реализуются Центром компетенций как самостоятельно, так и в сотрудничестве с региональными средними и высшими учебными заведениями, учитывая потребность целевой аудитории – работодателей и обучаемых. Это позволяет повысить квалификацию как уже работающих специалистов, так и студентов последних курсов, предоставить выпускникам возможность трудоустройства и улучшить их конкурентоспособность на рынке труда. Такое дополнительное профессиональное образование помогает сформировать у людей актуальные компетенции.

Микропрограммы позволяют обучаться сотрудникам предприятия на рабочем месте без отрыва от профессиональной деятельности. Как отмечают обучающиеся, они формируют экстремально необходимые компетенции. Например, микропрограмма «Петербургское гостеприимство» помогла сотрудникам компании «Аэропорт Пулково» приобрести необходимые знания и умения для работы с китайскими туристами.

На базе матрицы отраслевой рамки квалификаций Центром компетенций по запросам представителей индустрии туризма и гостеприимства разработано и внедрено несколько программ дополнительного профессионального образования: «Креативные инструменты в организации туристского бизнеса», «Креативные подходы в гастрономическом туризме», модульная программа «Петербургское гостеприимство». Во время реализации данных проектов обучение прошли более 600 специалистов отрасли. ■

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

- 146** Продавцам вход запрещен.
Мероприятия для ИТ-отрасли
- 148** Добро внутри.
Благотворительность
на мероприятиях

ПРОДАВЦАМ ВХОД ЗАПРЕЩЕН. МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ ИТ-ОТРАСЛИ

ПО МАТЕРИАЛАМ

Event LIVE

ДЕЛОВОЙ ПОРТАЛ ДЛЯ
ПРОФЕССИОНАЛОВ ИВЕНТ-ИНДУСТРИИ

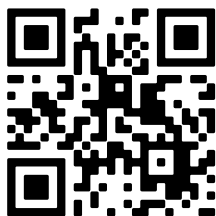


ФОТО:

jokerconf.com

Рынок информационных технологий – один из быстрорастущих и имеет большой потенциал. Вместе с развитием отрасли увеличивается и интерес к ней организаторов событий. Насколько сложно сегодня провести деловое мероприятие для ИТ-специалистов и что следует учесть? Об этом портале Event LIVE рассказали эксперты в сфере информационных технологий и организаторы деловых событий.

АУДИТОРИЯ

Существует распространенный стереотип о том, что айтишники – интроверты и избегают общения, но это не соответствует действительности. Да, по роду своей деятельности многие специалисты работают удаленно и годами не видят коллег. Однако никто не мешает общаться онлайн. Неслучайно именно в ИТ распространены сообщества по интересам, тематические форумы, которые нередко формируются вокруг событий.

«Интровертность ИТ-специалистов – известное заблуждение, – уверен исполнительный директор Международного объединения бизнес-трекеров Валентин Шумов-

ский. – По крайней мере на уровне принятия решений, коррелирующих с интересами индустрии деловых событий. Здесь лучше всего работает умение упаковать предложение в понятный клиенту алгоритм достижения измеримого результата».

Из особенностей ИТ-аудитории стоит отметить простые, но не всегда очевидные вещи. Разработчики и прочие технические специалисты любят комфортные и оригинальные площадки – нестандартный конференц-зал в гостинице и привычный для них режим работы – не с утра пораньше. Обычные люди. Именно так эксперты советуют думать об аудитории мероприятий для ИТ-индустрии.

ФОРМАТЫ

Мероприятия на тему ИТ разнообразны. Можно проводить одну ежегодную крупную конференцию и два-три раза в месяц – небольшие встречи. Популярны вебинары и хакатоны.

«Мы провели сотни конференций и небольших встреч для Java-программистов, – рассказывает совладелец компании JUG Ru Group Андрей Дмитриев. – Для нас очевидно, что люди по-разному относятся к конференциям. Среди нашей аудитории прошло четкое разделение на тех, кто любит встречи очно и живое общение, и тех, кто готов пару часов в день посвятить интересному обсуждению и докладу, но не согласен ради этого куда-то ехать. Особенно много вторых среди тимлидов – разработчиков и руководителей».

КОНТЕНТ

ИТ-специалисты тщательно и избирательно выбирают мероприятие. Конференция должна быть интересной и иметь максимально прикладной характер: участник хочет узнать что-то новое, познакомиться с похожими на него людьми, обсудить волнующие его вопросы, расширить кругозор и овладеть новыми подходами к разработке.

«Если программа мероприятия неинтересная, публика заскучает и не будет вовлечена. ИТ-аудитория – одна из самых непримиримых: когда скучно, сразу уйдут», – поделился опытом генеральный директор компании «Корпоративные игры» Роман Горбань.

Эксперт советует делать для ИТ-специалистов по-настоящему увлекательное и познавательное мероприятие. Если оно неформальное, то нужна неординарная легенда, плавное вхождение в программу с шутками и несложными играми, чтобы пробудить азарт и раскрепостить участников.

По словам руководителя отдела маркетинга «eТелеком» Ивана Пакулина,

ностальгический турнир по многопользовательскому шутеру вызовет больший интерес, чем мероприятие в галстуках. Опытные сотрудники трянут стариной, а молодые посмотрят, как это было в компьютерных клубах, и все останутся довольны. Турнир можно провести как в онлайн-формате, так и на киберспортивной арене – все зависит от состава участников и их местонахождения.

ЗАДАЧИ

Иван Пакулин считает, что мероприятия для ИТ-специалистов должны быть направлены на увеличение лояльности, создание позитивного имиджа и повышение узнаваемости самого организатора.

«Как правило, представители ИТ-профессий не принимают решения о покупке какого-либо товара или услуги, а только влияют на него. В будущем системный администратор или директор при решении задач компании будет знать к кому обратиться, но продавать «здесь и сейчас» то, что не требуется – бессмысленно и бесполезно. Все устали от конференций, где места спикеров купили продавцы тех или иных решений. Люди хотят честного и открытого диалога, а не слушать очередного производителя инновационных продуктов», – поясняет эксперт.

ПОВЕСТКА

В 2022 году контекст событий в сфере ИТ в силу экономических и геополитических причин был значительно пересмотрен. По словам Валентина Шумовского, ранее деловую повестку формировали представители зарубежных компаний, большинство которых покинули Россию или остались, но радикально изменили подход к публичности.

«Сейчас темы отраслевых мероприятий ориентированы на продвижение российских ИТ-решений, на отечественного потребителя, – комментирует эксперт. – Важный момент – это не разговоры в лоб об импортозаме-

щении, а диалог о поиске новых бизнес-моделей и интеграций».

Серьезным фактором для поиска новых подходов к организации мероприятий для ИТ-отрасли стал отъезд программистов из России. Для сотрудника, который оказался в другой стране, обучение и участие в конференциях становится второстепенной задачей. Для начала специалист пытается устроить свой быт: найти жилье, организовать рабочий процесс, устроить детей в сад, школу и прочее. По словам Андрея Дмитриева, не добавляет оптимизма и переезд российских компаний за границу, потому что в период нестабильности они в последнюю очередь готовы тратить деньги и время на обучение.

НОВЫЕ РЕШЕНИЯ

Эксперты предполагают, что в течение 2023 года рынок событий для сферы ИТ будет развиваться. Совладелец JUG Ru Group Андрей Дмитриев рассчитывает, если не будет происходить других кризисов, объем отрасли вырастет примерно на 20%. Генеральный директор компании «Корпоративные игры» Роман Горбань отмечает, что сохранится высокий спрос на обучающие мероприятия, как максимально полезные для работы команды. По его словам, кто не предложит что-то новое для своих заказчиков, не выдержит конкуренции и уйдут с рынка. Клиенты устанут от однообразных предложений, поэтому ищут новые решения.

«Российский ИТ-сектор в контексте деловых событий – это Сибирь для Ермака в XVI веке. Незисведанная земля, но идти надо, – подытожил Валентин Шумовский. – Наиболее перспективной считаю проблематику кадрового потенциала в ИТ – именно здесь ивент-механики максимально эффективны. Есть усталость от онлайн. Однако получить профит, просто вернувшись к форматам и бизнес-моделям мероприятий до пандемии, не получится. Преимущество получают те, кто сможет переизобрести событийный продукт и модель его ценности». ■

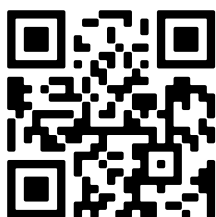


ДОБРО ВНУТРИ. БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ НА МЕРОПРИЯТИЯХ

ПО МАТЕРИАЛАМ

Event LIVE

ДЕЛОВОЙ ПОРТАЛ ДЛЯ
ПРОФЕССИОНАЛОВ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ



По данным ВЦИОМ, в настоящее время 88% россиян так или иначе включаются в практики взаимопомощи, а за последние десять лет число благотворителей в стране выросло в восемь раз. При этом самой эффективной стратегией сбора средств некоммерческими организациями остается проведение массовых мероприятий или интеграция в них различных акций. Портал Event LIVE узнал, как организовать событие с частичкой доброты.

КРУГЛЫЙ СТОЛ

Сотрудничество филантропов и организаторов мероприятий – распространенное явление в событийной индустрии. Чаще всего благотворительные акции встраиваются в деловые и спортивные события,

реже – в культурные и корпоративные. По словам председателя гильдии поставщиков, производителей и специалистов индустрии дизайна при Московской торгово-промышленной палате, директора по развитию Благотворительного фонда «Важные люди» Евгении Полатов-

ской, наиболее эффективны форматы круглых столов, форумов и выставок. «Это упрощает и часто ускоряет решение многих вопросов, – поясняет она важность интеграции благотворительных фондов в бизнес-процессы и события. – Организаторы усиливают свою

деловую репутацию и помогают некоммерческим организациям. Фонды же получают возможность рассказать о себе и своих «болях» аудитории, напрямую пообщаться с представителями коммерческих структур, получить дополнительную информационную поддержку и узнаваемость».

Фонд «Важные люди» провел в Московской торгово-промышленной палате серию круглых столов на темы «Искусство. Благотворительность. Бизнес» и «Спорт. Благотворительность. Бизнес». После мероприятий организация была включена в партнерскую программу Альфа-Банка, получила информационную поддержку «Крокус медиа» и «Крокус фитнес». Представителей Благотворительного фонда «Важные люди» пригласили принять участие в панельной дискуссии в рамках мероприятий ярмарки классического современного и ювелирного искусства «Арт Москва». Поступили предложения о сотрудничестве от предпринимателей.

ВЫСТАВКА И ЛОТЕРЕЯ

Генеральный директор компании Advantage Project Лилия Федорова поделилась с порталом Event LIVE опытом участия в форуме MICE Excellence Rehab, темой которого был корпоративный спорт. Событие прошло в комплексе «Лужники». На выставке, посвященной пятилетию проведения чемпионата мира по футболу FIFA 2018, состоялась благотворительная акция фонда «Футболка дарит жизнь». В числе экспонатов были майки игроков сборной России Федора Смолова, Александра Самедова, Владимира Габулова и Франции – трехкратных чемпионов мира – Килиана Мбаппе, Преснелы Кимпембе и Юго Льориса.

«Мы организовали на выставке встречу с амбассадором нашего фонда, олимпийской чемпионкой по теннису Екатериной Макаровой. Помимо этого, состоялась благотворительная лотерея, где в каче-

стве лотов были представлены мячи и футболки с ее автографом», – рассказала Лилия Федорова. Все пожертвования были направлены на помощь детям, находящимся в больницах и детских домах.

АУКЦИОН

Спортсмены активно поддерживают благотворительное движение. Они участвуют в различных акциях. Например, фонд «Созвездие добра» в рамках Кубка по гольфу традиционно проводит благотворительный аукцион «Гольф во благо». В мае 2023 года организаторы акции собрали 880 тысяч рублей. Все средства запланировано направить на строительство спортивной площадки для ребят из «Чебоксарского центра для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей».

Лотами стали личные вещи спортсменов: коньки Алины Загитовой, гоночная футболка с автографами звезд «Формулы-1», хоккейная джерси, на которой расписались чемпионы Олимпийских игр 2018 года, и другие предметы.

«ДОБРЫЕ» ТРИБУНЫ, БИЛЕТЫ, СПЕКТАКЛИ

Руководитель B2B-направления социальных проектов компании VK и сервиса «VK Добро» Алина Лебедева рассказала порталу Event LIVE, что интеграция благотворительности в мероприятия, которые изначально не ставят своей задачей сбор пожертвований, – частая история.

«Для нас, как для сервиса благотворительности, это выход к новой аудитории, которая, возможно, ранее никогда не помогала фондам, не участвовала в сборе средств. А для организаторов мероприятий – удобная точка входа для того, чтобы начать свой путь в благотворительности», – пояснила она. Алина Лебедева отметила моменты, кото-

рые важно учитывать при организации подобных акций.

- Интегрируя фандрайзинговые активности в свои мероприятия, организаторам важно выбирать проверенный фонд-партнер, сотрудничество с которым положительно скажется на имидже и принесет необходимый импакт.

- Помощь должна быть удобной: для того чтобы вовлечь людей в благотворительность, нужно делать это в тех местах, где им комфортно и привычно, то есть там, куда они пришли не из-за пожертвований, а ради себя и своих интересов.

«Например, мы сотрудничаем с футбольными клубами «Динамо» и «Локомотив». На «РЖД Арена» у нас есть «Сектор Добра» – трибуна, приходя на которую люди покупают билеты, процент с которых автоматически перечисляется в благотворительные фонды. А на «Динамо» мы периодически проводим акции с пожертвованиями в поддержку нуждающихся», – дополнила Алина Лебедева.

В настоящее время «VK Добро» тестирует формат работы с театральной аудиторией. Сервис запустил проект #театрпомогает с МХТ имени А. П. Чехова. Артисты со сцены рассказывают, амбассадорами каких фондов они являются, кому помогают и предлагают всем присоединиться к ним. Зрители спектаклей отзываются на такие обращения и вовлекаются в благотворительность.

Помимо этого, компания VK часто использует формат «доброты билета», когда посетитель события платит на 100–200 рублей дороже обычного, а разница перечисляется в благотворительный фонд. Это очень удобно для организаторов мероприятий: они не теряют прибыль, но при этом дают возможность людям посетить событие и сделать доброе дело. Такой формат подходит и для музыкальных мероприятий, выставок, лекториев и вебинаров. ■



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





ПОСТСКРИПТУМ

152 БИБЛИОТЕКА ВНИЦ

154 НОВИНКИ

156 ЕЖЕДНЕВНИК



Exhibition Halls. Construction and Design Manual **Clemens F. Kusch**

Издательство DOM publishers, Берлин, 2013 год
ISBN 978-3-86922-184-7

Выставочный центр – отражение достижений города в области экономики. Это место, где собираются профессионалы из самых разных сфер, которое обязано отвечать самым разнообразным экспозиционным задачам. Представленное пособие содержит описание 22 современных проектов выставочных центров, построенных в Европе, и экскурс в историю развития торговых ярмарок. Рассматриваются 10 основных параметров, которые необходимо учитывать при проектировании выставочных комплексов: локация, генеральный план – общая организация пространства, входы, параметры залов, количество уровней, типы крыш и формат перекрытий, освещение, организация коммуникаций залов, услуги и конференц-залы, фирменный стиль. Дополнительно в книге опубликовано интервью с основателем и партнером компании gmp Architekten Фольквином Маргом, всемирно известным специалистом по реализации успешных проектов выставочных центров.



Между небом и землей. История павильона «Космос» на ВДНХ **Павел Нефедов**

Издательство «Бослен», Москва, 2022 год
ISBN 978-5-91187-417-9

История павильона «Космос» на ВДНХ совпадает с важнейшими этапами развития страны в XX–XXI веках, от первых советских пятилеток до перестройки и далее, к современной России. В книге она подается как логичная последовательность взаимосвязанных этапов: сельскохозяйственная экспозиция, демонстрация промышленных достижений, крупнейший в стране показ космических технологий, рыночное торговое раздолье, возрождение и создание современного музея. Каждый из этапов внимательно проанализирован и представлен в популярной увлекательной форме. Книга написана на основании многолетних исследований в центральных государственных архивах, музейных фондах, архиве ВДНХ и изучении частных коллекций. Данные, представленные в издании, существенно обогатились благодаря личным интервью с наследниками архитекторов, бывшими сотрудниками павильона, профессиональными экспертами. Множество архитектурных рисунков, чертежей, фотографий, плакатов и документов опубликовано впервые. Книга адресована всем читателям, интересующимся историей, культурой и общественной жизнью Москвы и России. Она также будет полезна исследователям, студентам, московедам, музейным работникам, экскурсоводам и другим представителям профессионального сообщества.



Выставочный Петербург. От экспозиционной залы до Ленэкспо **Юрий Никитин**

Издательство «Полиграфист», Череповец, 2003 год
ISBN 5-901584-23-6

История Санкт-Петербурга неразрывно связана с событийной индустрией. Именно в этом городе было построено первое выставочное здание России, здесь в 1892 году состоялась Первая Всероссийская мануфактурная выставка. И сегодня Санкт-Петербург сохраняет свои позиции как центр международных экономических и политических контактов. Издание включает разделы: «Промышленные выставки дореволюционной России – уроки истории», «Первый выставочный зал России», «Городок для выставок», «Тематические экспозиции», «Мечта об экспоцентре», «Ленэкспо – вчера, сегодня, завтра». Из книги можно узнать документальные сведения о дореволюционных, советских и современных выставках города и о том, какое внимание уделялось организации экспозиций со стороны правительства, различных научных и деловых обществ, прессы. Книга ориентирована на всех интересующихся историей промышленных, сельскохозяйственных и различных специализированных выставок.



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

■ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ ПОКАЗАЛИ ТАНЦУЮЩИЙ ЭКРАН



В 2023 году внимание участников и гостей Петербургского международного экономического форума привлёк 3D-экран-трансформер. Такие кинетические инсталляции, в отличие от обычных экранов, представляют собой особый вид искусства. Это шоу, которое объединяет объёмные фигуры, движение модулей и графический контент. Инновационный экран разработан российскими и китайскими специалистами. Как сообщили в компании «Передовые Мультимедийные Технологии», отечественные инженеры доработали узлы и агрегаты экрана, чтобы повысить его надёжность и скорость монтажа на мероприятиях.

■ ПЛАТФОРМА ДЛЯ ИММЕРСИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ



Французский стартап Sparkup, специализирующийся на привлечении аудитории в режиме реального времени для виртуальных и гибридных мероприятий, представил новую разработку. Презентация решения состоялась на выставке Event Tech Live 2023 в Лас-Вегасе. Платформа извлекает видеопотоки, поступившие от онлайн-зрителей, и создает крупномасштабную видеомозаику. Спикеры или исполнители на сцене могут видеть свою аудиторию, чтобы иметь невербальную обратную связь. Онлайн-зрители получают возможность наблюдать за событием из первого ряда с полностью иммерсивных сидений, как если бы они были телепортированы на площадку события.

■ В РОССИЙСКИХ ОТЕЛЯХ ГОСТЕЙ ОБСЛУЖАТ УМНЫЕ ТЕЛЕВИЗОРЫ



Компания SberDevices создала платформу с интеграцией виртуальных ассистентов «Салют» от Сбера для российских гостиниц. Оно называется «Салют отель» и реализовано на базе умных ТВ-приставок SberBox со специальной прошивкой. С помощью ассистентов гости могут заказать и оплатить услуги отеля, продлить срок проживания, заказать ужин или трансфер, а также выбрать кино на вечер или узнать о достопримечательностях поблизости. Все эти опции доступны с экрана телевизора в номере, а задать любой вопрос можно голосом. Решение также адаптировано для ресторанов.

■ ПРИЛОЖЕНИЕ ДЛЯ ТУРИСТОВ НА ШРИ-ЛАНКЕ



Власти Шри-Ланки в целях увеличения турпотока запустили специальное мобильное приложение для обеспечения безопасности туристов на отдыхе. По словам советника посольства Шри-Ланки в Российской Федерации Чамила Джаяратна, речь идет об организации сервиса «все в одном». Когда путешественник приезжает в страну, при установке приложения ему присваивается специальный QR-код. Если случается какая-то проблема, то в приложении можно отправить запрос и сообщить о непредвиденной ситуации. Приложение работает на семи языках, в том числе на русском.

Фото: компании «Передовые Мультимедийные Технологии», Sparkup, Сбер

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

7–9 сентября,
2023 годХошимин,
Вьетнам

ИТЕ HCMC

Крупнейшая во Вьетнаме ежегодная туристическая выставка ITE HCMC пройдет в гибридном формате. Реальная экспозиция будет демонстрироваться одновременно с виртуальными стендами 2D. Ожидается, что ITE HCMC привлечет более 300 компаний-участников, 150 байеров более чем из 50 стран, а также около 30 000 посетителей. По информации оргкомитета, выставка символизирует воздействие, силу и креативность индустрии туризма Вьетнама в период беспрецедентной нестабильности. itehcmc.travel

12–14 сентября,
2023 годМосква,
Россия

ОТДЫХ LEISURE

Международный форум-выставка по туризму состоится в ЦВК «Экспоцентр» перед осенне-зимним сезоном. Ключевая тема форума: «Код будущего». Планируется обсудить, каким будет туризм в ближайшие годы, станет ли основной туристический тренд обезличено цифровым или эта область экономики будет продолжать свое развитие благодаря желанию общаться и делиться впечатлениями. В 2022 году в ОТДЫХ Leisure приняли участие 787 компаний и организаций из 40 регионов России и 14 зарубежных стран. tourismexpo.ru

15–17 сентября,
2023 годГуанчжоу,
Китай

CITIE

Международная выставка индустрии туризма в Китае CITIE успешно проводится с 2005 года. Она проходит под патронажем Государственного управления по туризму Китайской Народной Республики и Народного правительства провинции Гуандун. Этот регион является одним из крупных туристических центров Китая и наиболее привлекательным местом для путешественников. Выставка CITIE фокусируется как на рынке B2B, так и на B2C. Мероприятие посещают представители администраций, туристического бизнеса, СМИ и путешественники. gzlmice.cn

10–13 сентября,
2023 годВладивосток,
РоссияВОСТОЧНЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
ФОРУМ

VIII Восточный экономический форум – ключевая международная площадка для создания и укрепления связей российского и мирового инвестиционного сообществ, всесторонней экспертной оценки экономического потенциала Дальнего Востока. Программа включает панельные сессии, круглые столы, теледебаты, деловые завтраки и бизнес-диалоги. Форум 2022 года собрал более 7000 участников и представителей СМИ из 68 стран и территорий, включая Россию, в их числе около 1700 представителей бизнеса из 700 компаний. forumvostok.ru

15–17 сентября,
2023 годЕреван,
АрменияОТДЫХ
И РАЗВЛЕЧЕНИЯ
EXPO

Двадцать вторая по счету международная специализированная выставка «Отдых и развлечения EXPO» посвящена туризму, спорту и отдыху. Мероприятие состоится в рамках универсального регионального торгово-промышленного выставочного форума «Армения EXPO». Ожидается участие более 170 компаний, ассоциаций, союзов и организаций. Среди тематических разделов, которые будут представлены на экспозиции, – туризм, лечебно-оздоровительный отдых, спорт и отдых, рыбалка и охота, развлекательные центры. expo.am

29–30 сентября,
2023 годДели,
Индия

BLTM

Туристическая выставка Business + Leisure Travel & MICE (BLTM) является одним из ведущих отраслевых событий в Индии, которое ориентировано на досуг и событийную индустрию. Она объединяет более чем 130 представителей бизнеса из 14 стран, а также 275 байеров. Выставка BLTM предоставляет поставщикам туристических услуг бизнес-платформу для встречи сотен корпоративных покупателей, а также возможность организации переговоров онлайн со многими отраслевыми участниками, которые находятся в разных крупных городах Индии. bltm.co.in

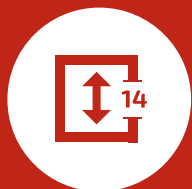
Для публикации использована информация официальных сайтов мероприятий по состоянию на 27 июня 2023 г.



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



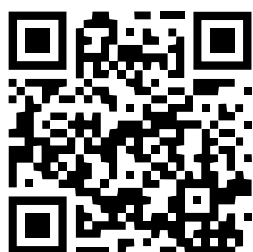
Выделенная зона
для кейтеринга



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