



IMG Show-2016:

«Давайте проведем выставку так, чтобы нами гордилась вся MICE-индустрия!»

Совсем скоро, 22–23 сентября, в отеле «Метрополь» состоится долгожданное событие российской MICE-индустрии – International MICE Geography Show-2016. О сюрпризах, темах и фишках IMG Show рассказали директор по работе с партнерами АБТ-АСТЕ Russia Ирина МИХАЛЬКОВА и директор выставки Алена ГУРИНОВА.

Беседовала Марина ОСИПОВА

□ Если вспомнить IMG Show-2015 – за что бы вы сами себя похвалили, а за что поругали?

Ирина: Безусловно, правильным было то, что мы решили собрать корпоративных покупателей из регионов. Поставщики тоже сказали нам за это отдельное спасибо. Согласитесь, объехать 6–7 российских городов, набрать корпоративных покупателей, до которых иной раз не дозвониться... Для этого нужно время. А завоевать их доверие – задача еще более непростая.

Во многом успех мероприятия определила площадка – легендарный отель «Метрополь». Здесь нам помогли организовать самый настоящий праздник MICE!

Алена: Идея с показательным тендером стала настоящей «бомбой»! Заявки на проведение корпоративных мероприятий будут и в этом году. В конкурсе участвуют компании Mary Kay, L'Oréal, «Сен-Гобен», «МегаФон» и другие. Всего семь. У поставщиков еще есть время подготовить к их RFP's свои видеоролики.

Еще партнерами IMG Show в этом году вновь стали оператор двухэтажных экскурсионных автобусов City Sightseeing Moscow и флотилия Radisson, благодаря которым участники шоу смогут совместить деловую часть мероприятия с прогулками по самым живописным местам столицы.

Что же касается упущений, недостатков, то, хочется верить, их оказалось не так много. Пожалуй, самый главный – среди профессиональных покупателей на прошлой выставке было недостаточно MICE-агентств. Но в этом году мы этот пробел точно исправим.

□ Что нового в организации IMG Show?

И: Мы извлекли уроки из прошлогоднего мероприятия и исправили недочеты. Например, на прошлом шоу Corporate Buyers Lounge работал вторую половину второго дня – для корпоратив-

ных клиентов. На этот раз никаких ограничений не будет: теперь все профессиональные покупатели смогут прийти в Lounge в удобное для них время. Зона будет открыта в течение всего дня 23 сентября. На площадке будет организована образовательная программа от партнеров мероприятия.

А: Также в онлайн-кабинете сайта IMG экспоненту предлагается назначить важные для него встречи. В прошлом году система позволяла направлять приглашения только корпоративным клиентам из регионов. А в этом году все открыто для всех, то есть экспонентам доступны любые категории покупателей – и региональные, и московские, плюс агентства. Так же как и закупщикам. То есть у всех наших участников появились равные возможности.

И: Кстати, в этом году ожидается большее количество экспонентов, чем в прошлом, – до 80. Стратегическими партнерами шоу в этом году выступают японские авиалинии Japan Airlines, отель «Swissotel Красные Холмы», отдел туризма посольства Испании. Партнером Study Zone – Швейцарское бюро деловых и инсентив-поездок (SCIB), генеральным партнером – гостиница «Метрополь». Приятно, что поддержку мероприятию оказывает Департамент национальной политики, межрегиональных связей и туризма г. Москвы.

Мы рассчитываем на большую аудиторию – свыше 350 закупщиков. Кстати, а это тоже наша маленькая «фишка»: самые первые наши гости (корпоративные покупатели) получают сертификат на речную прогулку от флотилии «Рэдиссон Ройал, Москва». Ждем вас, не опаздывайте!

Во время воркшопа будут работать сразу два конференц-зала «Онегин» и «Чацкий» – у делегатов появится больше пространства для общения.

□ Какие темы будете поднимать в рамках образовательной программы IMG Show?

И: MICE – это все-таки история про разные страны, иногда даже про разные миры. И поэтому одной из тем нашей программы станут межкультурные коммуникации. К слову, ее замечательно восприняли делегаты форума АСТЕ, который прошел в марте. Потом мы бы хотели остановиться на спортивных мероприятиях.

Внимание к своему здоровью – это тренд в MICE? Или в целом современной жизни?

А: И еще у нас будет образовательная секция о разнице закупок при организации деловых путешествий и проведении ивентов. Речь пойдет о самом процессе за рубежом и в России. А также о venue check list – требованиях, которые сегодня предъявляются к различным площадкам. Гостям будет представлен Yearbook 2015 – ежегодное отраслевое исследование о состоянии и тенденциях российской трэвел-индустрии.

□ Что ждет гостей на гала-ужине?

И: В прошлом году темы гала-ужина как таковой у нас не было. И главный эмоциональный всплеск произошел благодаря видеороликам, которые подготовили поставщики – участники конкурса. В этом году мы подошли к организации вечера более профессионально, ведь мы тоже учимся. А учитывая, что одна из задач шоу – показать Москву, Россию с точки зрения MICE-возможностей, мы подумали, что наши делегаты будут не прочь почувствовать себя в роли обычных туристов. Поэтому гала-ужин будет выдержан в русском стиле. Но вы не увидите ни кокошников, ни медведей – слишком избитое представление о нашей стране. Вы увидите элегантную Россию. Надеемся, профессионалы рынка не забудут отметить в календаре даты 22–23 сентября, чтобы принять участие в нашем мероприятии. Давайте вместе поднимем его на новый уровень, так, чтобы нами гордилась вся индустрия!