



Первая выставка-конференция International MICE Geography Show, организатором которой выступила АБТ-АСТЕ Russia, состоялась в гостинице «Метрополь» 17 и 18 сентября. Участники заводили полезные контакты, делились опытом, получали новые знания, приобщались к культуре разных стран и получали подарки.

Подготовила Наталья Травова

## Старт дан! Первое IMG Show оценили на пятерку

В двухдневном мероприятии приняли участие 66 российских и зарубежных экспонентов и порядка 200 закупщиков MICE-услуг, среди которых представители агентств, корпоративные клиенты и 50 hosted buyers из Санкт-Петербурга, Тюмени, Иркутска, Новосибирска, Екатеринбурга, Перми, Ростова-на-Дону, Воронежа и Нижнего Новгорода. В рамках выставки в общей сложности состоялось более 1,5 тыс. запланированных встреч покупателей с поставщиками. При этом многие экспоненты отметили: в свободное время возникали и спонтанные встречи.

Во время гала-ужина в главном зале гостиницы «Метрополь» 17 сентября гости подключились к проведению тендеров. Профессиональные закупщики бизнес-трэвел и MICE-услуг – компании Jet Infosystems, Nissa Centre, Johnson & Johnson, Fazer, «Уралкалий», Leroy Merlin и Honeywell – заранее разместили на сайте IMG Show свои заявки на организацию и проведение корпоративных мероприятий. В RFP были зафиксированы все основные требования тендерного задания. Экспоненты могли ответить на RFP, формат которого был им максимально интересен, видеороликом длительностью до двух минут. Приветствовался творческий подход – сами организаторы сравнивали это с домашним заданием на КВН. Победителями тендеров стали ZCTS, Greek National Tourism Organization, MaxiMICE, «Планета Сочи» и Jumeirah at Etihad Towers. Выставка не обошлась без традиционного для АБТ-АСТЕ Russia образовательного компонента. В первый день, 17 сентября, состоялась конференция для экспонентов. О трендах и цифрах российского рынка MICE рассказали генеральный директор ZCTS **Вадим Зеленский** и генеральный директор HRG Russia **Филипп Лукьяненко**. А директор по бизнес-операциям и административным вопросам компании Visa **Ирина Зернова** постаралась ответить на вопрос: «Как понять российского MICE-заказчика?»

Образовательная сессия второго дня IMG Show была рассчитана на корпоративных покупателей. Как оценить успешность мероприятия по системе эффективности окупаемости инвестиций, рассказал **Дмитрий Савельев**, независимый эксперт в сфере делового туризма и административной поддержки бизнеса. Менеджер по закупкам компании Accenture **Инна Рухадзе** говорила об основах проведения тендеров в сфере MICE. Как распределить бюджет, если он маленький, рассуждала **Ольга Семафорова** из агентства UTS Group.

В рамках деловой программы IMG Show состоялись презентации MICE-возможностей Абу-Даби и Макао, а также первой в России кобрендинговой дебетовой корпоративной карты – Raiffeisenbank Visa Corporate & Zelenski Loyalty Pass. Кроме того, участники выставки могли отправиться на экскурсию по гостинице «Метрополь», продегустировать грузинские вина, увидеть процесс изготовления доминиканских сигар и выступление танцевального коллектива из Доминиканской Республики, сфотографироваться с коллегами и партнерами в фотобудке и многое другое.

Активные пользователи социальных сетей размещали свои снимки с мероприятия в Instagram с хэштегом #imgshow – в рамках конкурса авторы трех фотографий, собравших максимальное количество «лайков» в период с 10.00 до 13.00 18 сентября, получили призы из Аргентины. Фото победителя – Дмитрия Шапилова из Air France KLM – за три часа оценили 149 пользователей. Завершилось IMG Show 2015 лотереей с розыгрышем ценных призов от партнеров и экспонентов.

«IMG Show я бы оценил на твердую пятерку. Здесь хорошие потенциальные клиенты — люди с конкретными вопросами и заказами, а не просто празднично-тающая публика, что, к сожалению, встречается на многих профессиональных мероприятиях, – поделился координатор Управления по туризму Правительства Макао в России **Дмитрий Смирнов**.

