

# АБТ-АСТЕ Russia: Все мечты о MICE ведут на IMG Show!

Впервые в Москве 17 и 18 сентября состоится International MICE Geography Show, организатором которого выступает АБТ-АСТЕ Russia. Мы встретились с директором выставки Аленой ГУРИНОВОЙ и директором по работе с партнерами АБТ-АСТЕ Ириной МИХАЛЬКОВОЙ и поговорили о концепции мероприятия, географии MICE и творческом состязании в стиле КВН.

Подготовила Наталья ТРАВОВА



Директор выставки International MICE Geography Show Алена ГУРИНОВА и директор по работе с партнерами АБТ-АСТЕ Ирина МИХАЛЬКОВА

## Как родилась идея International MICE Geography Show?

**ИМ:** Идея IMG Show возникла давно – и она буквально «выросла» из хорошо известных профессионалам отрасли мероприятий АБТ-АСТЕ Russia. Чуть больше года назад мы запустили принципиально новый формат – серию обучающих семинаров под общим названием «География MICE». Это деловые завтраки, на которых поставщики услуг получают возможность рассказать своим потенциальным клиентам – корпоративным покупателям – о разных направлениях... Вскоре стало ясно, что эти мероприятия привлекают все более широкую аудиторию MICE-закупщиков: так возникла концепция ежегодного масштабного события – отраслевой выставки.

**Но ведь в Москве регулярно проходят выставки, в том числе и в сфере MICE...**

**ИМ:** Да, но с таким форматом индустрия пока незнакома! Во-первых, это будет первая для Москвы двухдневная MICE-выставка. Первый день станет своего рода погружением в российскую действительность: это будет и обзорная экскурсия по Москве на двухэтажных автобусах, и семинар для экспонентов, на котором мы расскажем о показателях и тенденциях российского рынка MICE, и даже тематический гала-ужин «Мечты о MICE» в главном зале отеля «Метрополь».

**АГ:** Мы надеемся, что гала-ужин станет гвоздем программы, ведь гости будут не только знакомиться, отдыхать и развлекаться, но и получат уникальную возможность поучаствовать в настоящем состязании, конкурсе на RFP!

**То есть вы собираетесь устроить своеобразную «биржу» MICE-заказов?**

**ИМ:** Это будет виртуальный тендер. Мы заранее разместим на сайте IMG Show 5–7 реальных заявок от корпоративных покупателей. Скажем, у одной компании – конференция на 40 человек, у другой — инсентив на 150 сотрудников. Будет обозначено количество дней, география проведения мероприятия и другие подробности и требования. Соответственно, экспоненты выбирают то мероприятие, формат которого им максимально интересен, и отвечают на данный RFP видеороликом длительностью до двух минут, который будет показан на гала-ужине.

**АГ:** При этом обычное видео про страну или сам продукт не подойдет – здесь нужен творческий подход. Мы сами иногда сравниваем это с домашним заданием в КВН или с видеороликами, которые демонстрируют перед выступлением конкурсантов Евровидения.

**Неужели во время вечера гости успеют посмотреть ролики всех участников?**

**ИМ:** Далеко не все экспоненты захотят или будут готовы участвовать в этом конкурсе. К тому же некоторые RFP могут оказаться самыми «лакомыми» – на этот случай мы ограничиваем число ответов на каждую заявку тремя, а предварительным отбором участников займутся сами корпоративные покупатели.

**Кто будет основными участниками самого воркшопа?**

**ИМ:** Мы делаем ставку именно на специализированных закупщиков MICE-услуг – корпоративных покупателей, представителей TMC и event-агентств. Свободное посещение IMG Show не предполагается. Около пятидесяти участников мы привезем из регионов России по программе Hosted Buyers. Каждому из приглашенных поку-

пателей будет необходимо провести минимум десять встреч в течение воркшопа 18 сентября.

**АГ:** Кстати, на второй день также запланирована конференция, которая будет состоять из двух образовательных блоков – для корпоративных покупателей и представителей агентств делового и MICE-туризма. Важно, что идти она будет не параллельно с воркшопом, так что гости успеют посетить и то, и другое.

**Будет ли мероприятие актуально для экспонентов, предоставляющих услуги за рубежом?**

**ИМ:** С учетом ситуации на рынке, мы заинтересованы в максимально широком привлечении на IMG Show российских поставщиков. Для них стоимость участия даже зафиксирована в рублях. В то же время мы отмечаем возросший интерес бизнеса к странам ближнего зарубежья – Грузии, Армении, Азербайджану, Казахстану, Узбекистану и другим.

**АГ:** Мы проводили анкетирование на мероприятиях АБТ-АСТЕ: корпоративным покупателям интересны Малайзия, Китай, Сингапур, Таиланд, Словения, Румыния, Дания, Польша, Сербия, Мексика, Доминиканская Республика — как видите, география направлений самая широкая. Мы уверены, что поставщики, предоставляющие услуги MICE и размещения в разных странах, смогут многократно вернуть инвестиции в мероприятие за счет полученного бизнеса и долгосрочных контактов.

