



# Спонсорство, ивент, медиа Золотое сечение

# Конгресс



Площадка открытого диалога всех участников спонсорских проектов

300 участников: спонсоры, организаторы событий, медиакомпании, рекламные и ивент агентства, профессиональные ассоциации, технологические и инфраструктурные компании

Пакет участника: все мероприятия программы, обед и кофе-брейки, доступ к видеозаписи, получение материалов и резолюций Конгресса

Подробности: <https://sponsoreventmedia.ru>



26 сентября 2019 (ЧТ)  
полный день



Moscow Marriott Royal Aurora Hotel  
(ул. Петровка, 11)

Регистрация открыта: <https://congressorg.timepad.ru/event/1004493/>

# Партнеры

## АКАР

АССОЦИАЦИЯ  
КОММУНИКАЦИОННЫХ  
АГЕНТСТВ РОССИИ

## АКМР

Ассоциация директоров  
по Коммуникациям  
и корпоративным  
Медиа России

## НАОМ

НАЦИОНАЛЬНАЯ АССОЦИАЦИЯ  
ОРГАНИЗАТОРОВ МЕРОПРИЯТИЙ

## ГИПП

gipp.ru  
СОЮЗ ПРЕДПРИЯТИЙ ПЕЧАТНОЙ ИНДУСТРИИ



КОМИТЕТ ПО  
СОБЫТИЙНОМУ  
МАРКЕТИНГУ  
МОСКОВСКОЕ ОБЛАСТНОЕ  
ОТДЕЛЕНИЕ ОПОРА РОССИИ

## РАМУ

Российская  
Ассоциация  
Маркетинговых  
Услуг

Организатор: группа компаний



## КОНГРЕССОРГ

# Партнеры

**Event LIVE**

*Деловой портал для профессионалов ивент индустрии*

**SC** Sponsor Consulting

  
**ФИНАМ**

**ФИНАНСОВАЯ**   
Г А З Е Т А

 **RUSSIAN SPONSORSHIP FORUM 2018**

 *Ивентишес*

  
**Marriott**

**AVRA** АССОЦИАЦИЯ  
AR / VR И НОВЕЙШИХ  
ИНТЕРАКТИВНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ



# Особенности



Не обучение, не конференция, не презентация:  
видим проблемы, ищем решения – вместе и наравне



Фокус на отношениях и связях: участвуют все стороны,  
только профессионалы, только заинтересованные



Формат общения - диалог: дискуссионные панели по итогам выступлений. Диалог представителей одновременно нескольких индустрий - фактически впервые вместе обсуждают общий подход к спонсорству представители медиа, ивент и рекламного бизнеса и сами спонсоры



Обобщение результатов, письменные резолюции по итогам – для представления на обсуждение отраслевых союзов и для планирования тематики образовательных мероприятий

ИДЕЯ И ЦЕЛИ



# Спонсорство: успехи и проблемы

Признание эффективности,  
интерес к возможностям спонсорства



Взаимная заинтересованность  
спонсоров, ивентов, медиа растет



Развитие индустрии событий и  
необходимость финансовой  
поддержки проектов



Заметный рост активности в  
отдельных сегментах



Увеличение количества проектов,  
компаний и новые игроки



Технологическая трансформация  
медиа, появление новых технологий



Нет общепринятой системы анализа  
и оценки эффективности



Неполное совпадение интересов  
сторон и разные стандарты



Высокие риски (в т.ч. финансовые),  
разные бюджеты внутри компаний,  
юридические неувязки



Нет общей экосистемы – она  
разбросана по отраслям



Нет стандартов, нехватка кадров, нет  
системной подготовки специалистов



Технологические разрывы, неполная  
информированность о возможностях

**Спонсорство может быть эффективнее и выгоднее для каждого из участников.  
Потенциал роста – в развитии на основе общего видения и понимания**

# Отношения участников – ключ к эффективности

Более 50 интервью с коллегами и партнерами показали, что

- спонсорство переживает период заметного роста
- экосистема спонсорства не сформирована, существует масса общих проблем, которые решаются разными участниками зачастую без учета особенностей работы остальных
- диалог между индустриями на системной основе не выстроен
- отсутствие общих подходов и взаимопонимания тормозит развитие и снижает эффективность

В процессе осмысления возникла идея общего межиндустриального конгресса –  
нужно единое понимание для перехода от «пентаграммы» к «золотому сечению»





# Золотое сечение

Качественная реализация эффективного спонсорства событий возможна только с учетом интересов всех участников.

Каждый из них – Сторона и Величина в этом процессе.



**Золотое сечение** - соотношение двух Величин, при котором большая относится к меньшей так же, как сумма всех Величин к большей.

Оптимальное соотношение Сторон — соразмерность, выравненность частей; определённое соотношение частей между собой, равенство отношений двух и более пар



**МИССИЯ КОНГРЕССА: объединение профессионалов  
для развития спонсорства -  
общий язык, общие ценности, общие цели**

**Создать и развивать общий диалог Сторон с участием представителей всех индустрий, игроков разного уровня опыта и масштаба бизнеса**

**Способствовать формированию единой межиндустриальной экосистемы спонсорства, общего понимания и подхода к организации процесса и оценке результата**

**Сделать взаимовыгодной и общепринятой нормой бизнес-отношений в спонсорстве «гармоническое деление» ответственности, объема работ, интересов на основе прозрачности и измеримости спонсорских сегментов различных рынков**

**Содействовать использованию новых технологических возможностей в развитии спонсорства – эффективной коммуникации для спонсора, полезных интересных событий и медиапродуктов для аудитории**

# ПРОГРАММА



# Объекты внимания и фокус

1. Спонсорство – рынки и экосистема
2. Спонсор и события, спонсор и медиа, спонсор и агентства
3. Медиа и события, медиа как организатор и спонсор
4. Событие и медиа, партнерство событий и медиа, событие как медиапродукт
5. Аудитория, участники, комьюнити – для спонсора, медиа и организаторов
6. Возможности современных технологий для спонсоров в медиа и событиях

Фокусируемся

на отношениях: между рынками, между участниками

на специфике: бизнес спонсора, региональность, масштаб событий, медиасреда

на перспективах: технологические трансформации медиа, развитие событийности в маркетинге, изменения поведения потребителей

...и на проблемах

**Экосистема спонсорства. Российский и зарубежный опыт** (Евгения Мальцева, Sponsor Consulting)

**Выбор агентств и событий спонсором** (спикер на согласовании)

**Спонсорство на региональном рынке: технология эффективного сотрудничества** (Даниил Макеранец, Центр Событий, г. Екатеринбург)

**Проблемы спонсорства локальных бизнес-ивентов** (Ирина Патрикеева, комитет по событийному маркетингу ОПОРА России)

**Информационное партнерство медиа и мероприятий – семь смертных грехов изданий и организаторов** (Юлия Гончарова, Телнеделя)

**Малые события и большие выгоды спонсоров - по кейсам мероприятий до 1000 участников** (Артем Шабалин, Timerad)

**Профессиональные премии и развитие рынка. Презентация Russian Sponsorship Awards** (Артем Милаков, Russian Sponsorship Forum)

**Риски организатора и спонсора мероприятия – вопросы страхования** (Ингосстрах – спикер уточняется)

**Новые бенефиты партнерства с классическими медиа** (Наталья Кузнецова, PR-директор Zelensky Travel Group и Российской ассоциации бизнес-туризма АБТ-ACTE Russia)

**Оценка эффективности, мониторинг и измерения спонсорства** (АКАР, РАМУ - спикер на согласовании)

**Спонсорство: рынки и экосистема – точки роста** (КРУГЛЫЙ СТОЛ)

**Как сделать мероприятие эфирным событием и почему спонсорство – зона риска**

(Михаил Кравченко, Государственный Кремлевский Дворец)

**Спонсорский проект на ТВ – качественный продукт для зрителя** (ожидается подтверждение правообладателей проекта)

**Контент и события в эпоху экономики впечатлений** (АКАР - спикер на согласовании)

**Интерактивное вещание телеканала: игра как бизнес** (Ирина Савченко, Первый канал)

**Новые технологии телерекламы для спонсоров** (Евгений Гудкин, Teletarget; Андрей Григорьев, GetShopTV)

**Особенности спонсорства мероприятий алкобрендами** (Родион Брагин, частная винокурня «Родионов с сыновьями» - бренд «Полугар»)

**Селебрити, события, медиа, спонсоры – сложите пазл правильно!** (Петро Шекшеев, Больше Чем Агентство)

**Диджитал-компании и спонсорские спецпроекты онлайн и офлайн** (Тимофей Лось, Mail.ru Group)

**Девять способов спонсорской интеграции в мобильном приложении** (Владимир Кравченко, Ивентишес)

**Виртуальная реальность в коммуникациях брендов** (Игорь Мельников, Voxglass)

**Когда ивенты уйдут в VR...** (Екатерина Филатова, президент Ассоциации AR/VR и новейших интерактивных технологий)

**Золотое сечение** (КРУГЛЫЙ СТОЛ)



**Милаков Артем,**  
«Strategium Conference»,  
генеральный директор и  
продюсер  
Russian Sponsorship Forum



**Савченко Ирина,**  
АО «Первый канал» заместитель  
директора дирекции общественных  
связей и интернет-вещания



**Мальцева Евгения,**  
«Sponsor Consulting», директор,  
НАОМ - руководитель комитета  
по спонсорству. Член ESA



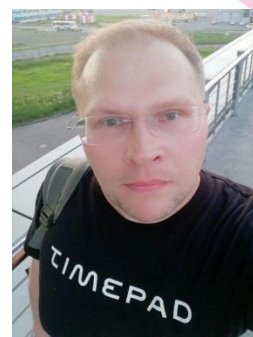
**Лось Тимофей,**  
Mail.Ru Group,  
Marketing Relations Officer



**Гончарова Юлия,**  
ТЕЛЕНЕДЕЛЯ,  
директор по  
маркетингу и PR



**Патрикеева Ирина**  
Председатель комитета  
по событийному маркетингу  
МОО ОПОРА России



**Шабалин Артём, «Тимерад»,**  
коммерческий директор



**Даниил Макеранец,**  
«Центр Событий» (Be Brand Group  
- Екатеринбург)

**...и ещё более двадцати экспертов из профессиональных объединений и компаний-лидеров приняли участие в подготовке Конгресса и будут его участниками в качестве спикеров и модераторов**

ПОДГОТОВКА







11 июня – прошла презентация для партнеров, Начато формирование оргкомитета и программы

29 августа – прошли презентация для участников и пресс-конференция

с 30 августа – доступна регистрация участников

Подробнее о подготовке:  
<https://event-live.ru/articles/>



Event LIVE

новости календарь мероприятий статьи дестинации

диалоги цитаты и факты кейсы мнение шорт-листка

Конгресс «Спонсорство, ивент, медиа. Золотое сечение»: о чем расскажут на новом отраслевом событии?



На информационном поле ивент-рынка Золотое сечение. Для чего это? Индустрия? Об этом мы и поговорим. Алена Медведева и директор по развитию...

- Какие цели вы ставите перед собой сечением - ивент-рынка?  
Олег Алымовцев: Цель Конгресса - развитие спонсорства как инструмента быть эффективнее, и рост эффективного роста доходов всех участников. На профессиональном уровне спрашиваем за рубежом: что из оффлайна? Мы тогда группы компаний «интересности» и...



# УЧАСТНИКИ



# Участники

350 участников  
Конгресса  
(из них 170 –  
по представлению  
ассоциаций)\*



Представители компаний-спонсоров  
(специалисты по маркетингу, PR и  
рекламе)



Организаторы мероприятий  
(руководители и правообладатели,  
специалисты по планированию и  
реализации спонсорских интеграций,  
продвижению и продажам)



Представители традиционных СМИ и  
новых медиа (специалисты по  
маркетингу, продвижению,  
спецпроектам, отделы продаж)



Рекламные и event- агентства  
(специалисты по маркетингу,  
стратегическому планированию,  
баингу и работе со СМИ, продажам,  
спецпроектам)

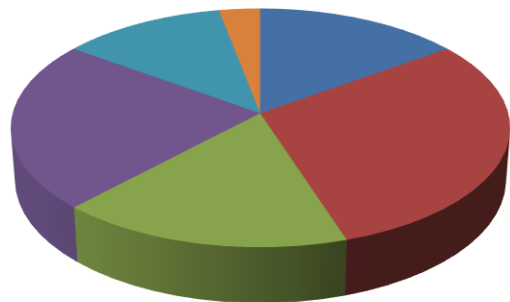


Профессионалы event-индустрии,  
представляющие технические и  
технологические сервисы, услуги  
для организаторов и медиа,  
агентства селебрити, промоутеры,  
площадки

\* Возможно предоставление предварительного списка компаний-участников. Списки и контакты участников – партнерам после завершения аккредитации, только при наличии этой опции в договоре и исполнении партнерских условий

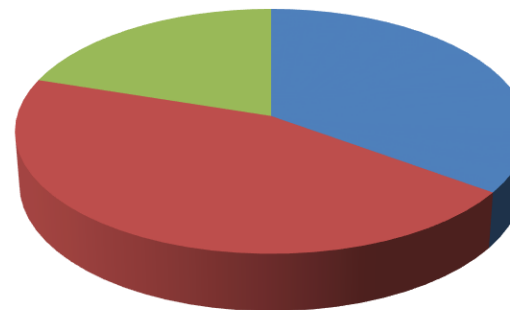
# Участники

## Сфера деятельности



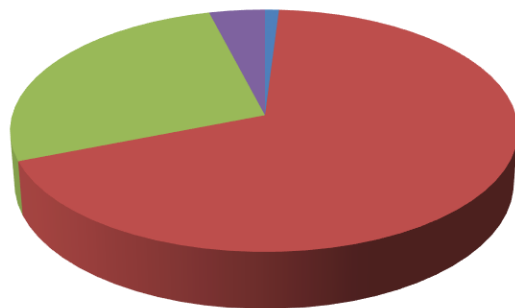
- Бренды (спонсоры)
- Организаторы, агенты
- Медиа
- Агентства
- Технологии и инфраструктура
- Гости (союзы, пресса)

## Род занятий



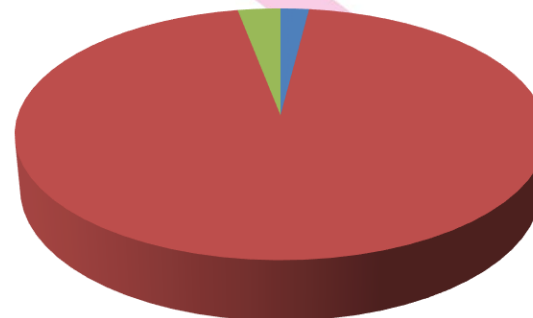
- Собственники, топ-менеджеры
- Руководители
- Специалисты

## Образование



- среднее, н/высшее
- высшее
- высшее+, MBA
- ученые степени

## Возраст



- 18-24
- 25-45
- 45+

**Участники Конгресса – активные, образованные, обеспеченные и независимые материально профессионалы.**

**В деятельности компаний принимают решения или оказывают влияние на их принятие. Являются лидерами мнений для окружающих.**

ВОЗМОЖНОСТИ



# Возможности для спонсора (общие)



Статус организатора (спонсора), участие во всех официальных активностях (приветствия, пресс-конференции, презентации, публикации)



Промо на площадке: возможность вручения презентационных материалов или подарков спонсора при регистрации, логотипы во всех промо-материалах Конгресса и в оформлении площадки (пресс-волл, баннеры, экраны и т.д.)



Бесплатная аккредитация представителей спонсора и его партнеров (количество в соответствии со статусом)



Полная база контактов участников (имена, компании, должности, телефоны и электронная почта)



Интеграция в мобильное приложение, сайт и соцсети (по статусу)



# Специальные возможности



Все спонсорские интеграции разрабатываются индивидуально для каждого спонсора – в соответствии с потребностями и уровнем участия



Участие представителя в качестве спикера (темы по предварительному Согласованию) или промо-зона для презентации



«Безлимитный нетворкинг» – участие во всех сопутствующих мероприятиях, Организация персональных встреч с любыми участниками и партнерами



Организация специальных проектов с медиа-партнерами Конгресса и персональных интеграций во время Конгресса, включение промо в видеоматериалы после Конгресса

# Возможности для спонсора

Статус	Генеральный спонсор и соорганизатор	Партнер-инвестор
Бесплатная аккредитация	до 10 чел.	3 чел.
Доклад спикера	ДА	по согласованию
База данных участников	ДА	ДА
Организация встреч с участниками и партн	ДА	-
Логотип на сайте	ДА	ДА
Официальные активности	ДА	ДА
Промо-зоны	ДА	-
Информация в мобильном приложении	ДА	ДА
Активации в мобильном приложении	ДА	-
<b>Промо на площадке</b>		
лого на беджах	ДА	-
возможность раздачи материалов	ДА	ДА
лого на пресс-волле	ДА (приоритетные позиции)	ДА (без приоритета)
лого на общем экране	ДА	ДА
лого на экранах отдельный	ДА	-
промо-ролик на экранах в перерыв	ДА	-
Информация в соцсетях	ДА (без ограничений)	ДА (по согласованию)
Спецпроекты с медиапартнерами	ДА	только упоминания
Возможность персональных интеграций	ДА	-
Включение промо в видеоматериалы	ролик, лого, сюжет	только лого





**СПОНСОРСТВО  
МОЖЕТ БЫТЬ ЭФФЕКТИВНЕЕ И  
ВЫГОДНЕЕ ДЛЯ ВСЕХ!**

**ЗАИНТЕРЕСОВАНЫ?**

**ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ!**



 SponsorshipEventMedia


 sponsorshipeventmedia

 [sponsoreventmedia.ru](http://sponsoreventmedia.ru)



Директор по развитию

**АЛЕКСЕЙ МЕЛЬНИКОВ**

 +7 (916) 344-77-72

 [melnikov@congressorg.ru](mailto:melnikov@congressorg.ru)

 [alexey.v.melnikov](https://vk.com/alexey.v.melnikov)

 [Alexey.V.Melnikov](https://facebook.com/Alexey.V.Melnikov)