

**Всероссийский конкурс «Территории впечатлений»:
развитие корпоративного и делового туризма,
продвижение территорий и поддержка бизнеса**

1. О конкурсе

Всероссийский конкурс «Территории Впечатлений» — это независимый проект, направленный на выявление, развитие и продвижение территорий, объектов и профессиональных программ в сфере корпоративного и делового туризма (MICE). Конкурс не имеет государственного финансирования и реализуется силами автора при содействии отраслевого сообщества при поддержке Ассоциации малых туристских городов, Российского союза туриндустрии и профильных комитетов Общественной палаты РФ.

Главная задача конкурса — создать прямой мост между поставщиками услуг в регионах (администрациями, отелями, туроператорами, event-агентствами) и корпоративными заказчиками, которые ежегодно выбирают площадки для стратегических сессий, конференций, инсентив-туров и тимбилдингов.

2. Этапы конкурса

Конкурс специально растянут во времени, чтобы участие не отвлекало конкурсантов от основной работы в высокий сезон. Подготовка идёт в спокойном режиме, без авралов и жёстких ежедневных дедлайнов.

Этап 0. Подача заявки и оплата взноса (до 30 июня 2026 года).

Участник регистрируется на официальном сайте конкурса, выбирает номинацию и оплачивает организационный взнос. После этого он получает форму заявки и инструкцию по ее заполнению. В дальнейшем заявка становится инструментом для подготовки проекта мероприятия. 01 июля все конкурсанты получают техническому заданию в соответствии со своей номинацией и расписанию вебинаров.

Этап 1. Обучение и подготовка проекта (1–20 июля 2026 года).

В этот период участники проходят четыре обязательных вебинара по брендингу, маркетингу, дизайну презентаций и продюсированию. Вебинары ведут практикующие эксперты. Параллельно участник разрабатывает

презентацию своего проекта по техническому заданию (не более 15 слайдов). К 20 июля презентация загружается и направляется организаторам.

Этап 2. Технический отбор (21 июля – 10 августа 2026 года).

Члены жюри проверяют каждую заявку на соответствие пороговым критериям и сам проект мероприятия в виде подготовленной презентации. Жюри выявляет количество объектов размещения, вместимость залов, транспортная доступность, опыт проведения мероприятий и так далее. Не прошедшие получают рецензию с указанием причин. Из числа прошедших отбираются 10 полуфиналистов в каждой номинации. Объявление полуфиналистов — 15 августа.

Конкурсанты, не прошедшие в следующий этап в течении 2х недель дорабатывают проект мероприятия на основании рецензии жюри и первыми попадают в «Галерею проектов».

Этап 3. Онлайн-предзащита полуфиналистов (1–15 сентября 2026 года).

Полуфиналисты приглашаются на онлайн-презентации. Каждому даётся 7 минут на выступление и 3 минут на вопросы от трёх членов жюри, закреплённых за номинацией. Оценка идёт по четырём критериям: полнота раскрытия темы, уникальность, логика выступления и потенциал для рынка.

Этап 4. Отбор финалистов и наставничество (15–22 сентября 2026 года).

По итогам онлайн-защит в каждой номинации определяются три финалиста. Каждый из трёх членов жюри выбирает себе одного финалиста и становится его наставником. Наставник проводит не менее трёх индивидуальных консультаций (онлайн или очно), помогая доработать презентацию, отточить выступление и подготовиться к вопросам жюри. Финалисты объявляются 22 сентября.

Конкурсанты, не прошедшие в следующий этап в течении 2х недель дорабатывают проект мероприятия на основании рецензии жюри и второй очередью попадают в «Галерею проектов». При этом конкурсант получает диплом полуфиналиста конкурса.

Этап 5. Финал в Москве (22 октября 2026 года).

Финальное мероприятие проходит в Москве. Каждый финалист выступает с 7-минутной презентацией своего проекта, после чего отвечает на вопросы жюри (3 минуты). Оценку выставляют все 15 членов жюри. Голоса наставников не имеют приоритета. Победитель в каждой номинации определяется по наибольшей сумме баллов.

После финала все презентации финалистов и полуфиналистов публикуются в открытой «Галерее проектов» на сайте конкурса, а электронный каталог направляется корпоративным заказчикам.

3. Номинации конкурса

Конкурс включает пять номинаций, охватывающих все ключевые сегменты делового туризма.

«Деловой регион года». Номинация для тех, кто представляет субъектов Российской Федерации. Оценивается комплексная МІСЕ-инфраструктура: наличие конгресс-центров, отелей высокого уровня, транспортная доступность, поддержка со стороны властей, опыт проведения крупных деловых событий.

«Самый гостеприимный муниципалитет». Номинация для тех, кто представляет район, городской округ и муниципальное образование. Акцент на качестве гостеприимства: объекты размещения, рестораны, навигация, работа туристско-информационных центров.

«Территория-открытие». Номинация для тех, кто представляет малые города (с населением до 100 тысяч человек), сёла и деревни. Упор на уникальность, аутентичность и способность территории принимать небольшие корпоративные группы (до 50 человек) для тимбилдингов, инсентив-туров, небольших деловых событий и выездных сессий.

«Легендарная локация». Номинация для объектов проживания, питания, конгресс-центров, музеев, арт-пространств и других уникальных площадок. Оцениваются вместимость, техническое оснащение, сервис и атмосфера.

«Программа-бестселлер». Номинация для туроператоров, DMC-компаний и event-агентств. Участники представляют готовые программы для корпоративных групп продолжительностью 2 и более дня, имеющие не менее 5 реализаций и подтверждённые отзывы.

4. Состав жюри

В состав жюри конкурса входят представители компаний и организаций, которые являются прямыми заказчиками услуг в сфере делового туризма. Это принципиальное отличие «Территорий Впечатлений» от большинства

отраслевых премий, где проекты оценивают коллеги по цеху или медийные персоны.

В числе членов жюри — топ-менеджеры крупнейших российских компаний из финансового сектора, девелопмента, розничной торговли, франчайзинга и др. Это директора, руководители департаментов и event-менеджеры, которые ежегодно принимают решения о выборе площадок и подрядчиков для мероприятий с многомиллионными бюджетами.

Кроме того, в жюри входят представители государственных корпораций — АО «ДОМ.РФ» и АО «Корпорация Туризм.РФ», чья экспертиза в вопросах развития территорий и туристической инфраструктуры имеет ключевое значение.

Полный список членов жюри с указанием должностей и компаний публикуется на официальном сайте конкурса в разделе ЖЮРИ.

5. Выгоды для региона, муниципалитета, города или села

Участие в номинациях позволяет региону попасть в перечень рекомендованных территорий, готовых к проведению деловых мероприятий. Этот перечень направляется в Министерство экономического развития Российской Федерации и АО «Корпорация Туризм.РФ» для оказания содействия в привлечении инвестиций в развитие МСБ-инфраструктуры. Кроме того, проект региона публикуется в электронном каталоге, который рассылается напрямую корпоративным заказчикам, минуя посредников.

Для муниципального образования позволяет району или округу получить официальное подтверждение своей готовности принимать деловые группы. Это повышает узнаваемость территории среди корпоративных заказчиков и может служить дополнительным аргументом при участии в федеральных программах развития туризма.

Для малых городов, сёл и деревень номинация «Территория-открытие» создана специально для небольших населённых пунктов, чья уникальность и аутентичность могут стать конкурентным преимуществом. Участие в конкурсе позволяет заявить о себе как о новом, нестандартном направлении для корпоративных выездов, инсентив-туров и командных мероприятий. Победа или даже выход в финал даёт мощный импульс для развития локального туризма и привлечения гостей с высоким чеком.

6. Взаимодействие с бизнесом, представляющим территорию

Конкурс позволяет бизнесу (туроператорам, отелям, DMC, event-агентствам) выступать от имени территории при условии поддержки со стороны местной администрации. Это выгодно обеим сторонам.

Бизнес получает статус официального представителя территории и прямой выход на корпоративных заказчиков через каталог и финал конкурса. Администрация получает готовый, профессионально упакованный продукт для продвижения территории без отвлечения бюджетных средств и штатных ресурсов.

Совместное участие бизнеса и власти в конкурсе демонстрирует корпоративным заказчикам системный подход к развитию делового туризма на территории, что повышает доверие и вероятность заключения долгосрочных контрактов.

7. Стоимость участия и что в неё входит

Организационный взнос за участие в конкурсе составляет 60 000 рублей для любой номинации. Это не плата за «победу» или «участие», а инвестиция в обучение, продвижение и аудит.

Обучение. Все участники пройдут четыре вебинара от экспертов по брендингу, маркетингу, дизайну презентаций и продюсированию. Рыночная стоимость аналогичного курса составляет от 40 000 рублей за каждый.

Аудит. Каждый участник, даже не прошедший в полуфинал, получает рецензию от жюри с анализом сильных сторон и конкретными рекомендациями. Стоимость такого аудита у профильных консультантов начинается от 30 000 рублей.

Продвижение. Проект участника публикуется в открытой «Галерее проектов» на сайте конкурса до конца 2027 года, а также попадают в электронный каталог, который напрямую рассылается корпоративным заказчикам, включая государственные предприятия и структуры. Самостоятельное продвижение аналогичного качества потребовало бы бюджета от 150 000 до 300 000 рублей в месяц.

Организация финала. Средства также направляются на аренду площадки, техническое оснащение, фото- и видеосъёмку, изготовление наградной продукции и полиграфии. Без этих вложений качественное проведение финала и его медийное освещение были бы невозможны.

Таким образом, организационный взнос — это не расход, а инвестиция, которая многократно окупается за счёт полученных знаний, экспертной оценки и долгосрочного продвижения.

8. Что получает участник даже при отсутствии победы

Конкурс построен так, что проигравших в классическом смысле нет. Каждый участник получает гарантированный набор выгод.

Рецензия от жюри. Экспертный аудит продукта с конкретными рекомендациями. Это полезно и тем, кто только выходит на рынок, и опытным игрокам, которые хотят улучшить своё предложение.

Публикация в «Галерее проектов». Презентация участника остаётся на сайте конкурса, который регулярно просматривают корпоративные заказчики. Это долгосрочный маркетинговый актив.

Попадание в каталог. Все участники, прошедшие технический отбор, включаются в электронный каталог, который направляется корпоративным заказчикам. Даже без выхода в финал вы становитесь видимыми для целевой аудитории.

Методические материалы, который можно использовать для обучения сотрудников и подготовки будущих проектов.

9. Что получает победитель

Победитель в каждой номинации получает не только диплом, а полноценный пакет продвижения и признания, работающий на репутацию и привлечение клиентов.

Статус «Победитель Всероссийского конкурса “Территории впечатлений”». Победитель вправе использовать этот статус и официальный логотип конкурса во всех своих рекламных и презентационных материалах — на сайте, в соцсетях, в коммерческих предложениях, на вывесках и в полиграфии. Это знак качества, подтверждённый реальными заказчиками, а не отраслевыми экспертами.

Включение в реестр рекомендованных поставщиков. Реестр направляется корпоративным заказчикам, входящим в состав жюри, а также партнёрам конкурса. Быть в этом списке — значит получать прямые запросы на организацию мероприятий, минуя долгие тендеры и холодные звонки.

Публикации в деловых и отраслевых СМИ. Для каждого победителя готовится отдельная публикация (статья, интервью, новость) в СМИ — партнёрах конкурса, включая федеральные интернет-порталы и деловые издания. Это дополнительное продвижение, которое не требует бюджета со стороны победителя.

Профессиональная фото- и видеосъёмка. Победитель получает качественные фотографии с церемонии награждения и финального мероприятия, а также видеоролик (нарезку выступления или интервью). Материалы можно использовать для портфолио, соцсетей и сайта.

Приоритетное размещение в «Галерее проектов». Презентация победителя закрепляется на видном месте в «Галерее проектов» на сайте конкурса с пометкой «Победитель 2026». Это работает как постоянная витрина перед корпоративными заказчиками, которые изучают каталог.

Долгосрочное партнёрство. Победители автоматически включаются в закрытый Клуб финалистов и победителей конкурса, где получают приоритетный доступ к новым возможностям: участию в следующих сезонах на льготных условиях, приглашениям на закрытые мероприятия партнёров, эксклюзивным образовательным программам.

Наставник победителя также получает отдельную награду — диплом «Наставник года» и специальный приз. Это дополнительный стимул для членов жюри вкладываться в подготовку финалистов.

10. Как принять участие

Для участия в конкурсе необходимо до 30 июня 2026 года зарегистрироваться на официальном сайте <https://территориивпечатлений.рф>, оплатить организационный взнос, заполнить заявку, и до 20 июля загрузить презентацию проекта в личный кабинет. Все технические задания, шаблоны и инструкции предоставляются после регистрации.

По всем вопросам можно обращаться в Оргкомитет конкурса:

+7 925 286-90-38 или по электронной почте director@amtg-rus.ru.