

КОРПОРАТИВЫ-2016: МЕЖДУ САЛАТОМ И СМЫСЛОМ ЖИЗНИ



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

Лихие вечеринки «нулевых» уходят в прошлое, организаторов корпоративных праздников все больше тянет к культуре, искусству и, страшно сказать, образованию.

Еще лет десять назад корпоратив выглядел просто: ресторан или загородная база, побольше алкоголя, музыка. Уровень того, другого и третьего мог быть разным, в зависимости от финансовых возможностей клиента. Крутой банк приглашал себе какую-нибудь знаменитую поп-звезду, а отделение «Роспечати» — баяниста из местного ДК, но по сути набор составляющих оставался неизменным», вспоминает Олег Димпул, директор ивент-агентства «Праздник РФ».

Такой подход имел свои основания. Корпоративный праздник, особенно если речь шла о Новом годе, 8 Марта или дне рождения компании, рассматривался в первую очередь как отдых, возможность «выпустить пар» в обстановке, отличающейся от рабочего места. Не всегда приятные последствия, вроде пьяных травм, мордобоя и спонтанной интимной близости, воспринимались как само собой разумеющееся приложение к корпоративу. Больше того, именно подобные приключения задавали тему для сплетен и пересудов в кулуарах компании надолго — до следующего корпоратива.

Отношение к «фирменным» праздникам изменилось незаметно, но сильно. Теперь HR и руководители рассматривают корпоративы как инструмент своей кадровой политики, с помощью которого сокращают текучку и насыщают жизнь персонала новыми смыслами.

«Мы стали замечать это еще три-четыре года назад, — говорит Олег Димпул. — Если раньше компании вспоминали о корпоративе за месяц, иногда даже еще позже, то сейчас подготовка к нему начинается за три-четыре месяца. Сотрудники готовятся, посещают уроки танцев, вокала, заказывают костюмы. И такой тренд становится всеобщим. Причем бюджеты на корпоративы не растут, а наоборот, сокращаются. Меньше водки, больше танцев — получается дешевле».

Другая современная тенденция — познавательные экскурсии, лекции, квесты. Фирмы заказывают необычные маршруты, связанные с историей их сферы: например, «Морской Петербург» или «История банков». Интересно, что корпоративы теперь дают «зеленый свет» семьям: все чаще мероприятия предусматривают участие жен и супругов сотрудников, что раньше было совершенно невозможно. Даже наоборот, корпоратив рассматривался как нечто противоположное семейному досугу.

Очень востребованы развивающие мероприятия, на которых сотрудники фирмы могут «подтянуть» не только профессиональные знания, но и ускорить личностный рост. На такие корпоративы приглашают известных спикеров, медийных персон, бизнес-тренеров и психологов.

По мнению Маргариты Датской, президента бизнес-школы АМІ, праздники становятся настоящей частью корпоративной культуры, поэтому к их организации фирмы подходят все серьезнее. Теперь уже нанимают не только сценариста и режиссера, но и специалистов по определению внутренних корпоративных ценностей. Это, конечно, усложняет и удорожает процесс, но делает его гораздо эффективнее. Деньги, потраченные на корпоративный праздник, возвращаются в виде лояльности персонала компании и бренду, повышают эффективность работы.

Константин Шолмов

«СОВРЕМЕННОЕ ВКУСНО»: ЕДА С ИСКУССТВОМ

Сеть «Две палочки», которая позиционируется как сеть ресторанов свободного полета, начала масштабное обновление своих заведений при поддержке музея современного искусства «Эрарта». Проект получил название «Современное вкусно».

В течение года каждый из ресторанов сети в Петербурге и Москве с помощью команды музея «Эрарта» должен стать особенным. «Главная задача проекта — создать для гостя комфортное и наполненное смыслами пространство для получения новых эмоций и идей, сменив устаревшие интерьеры ресторанов на нечто абсолютно новое, и интегрировать современное искусство в повседневную жизнь», — говорит Ксения Корабельник, директор департамента маркетинга и PR Food Retail Group (холдинга, куда входит сеть). Что касается музея «Эрарта», то он рассматривает проект апгрейда сети как новый подход к популяризации современного искусства. «Мы очень верим, что искусство делает человека добрее и счастливее, поэтому так важно включать произведения искусства в оформление общественных пространств, — объясняет Екатерина Атоян-Милюкова, директор по внешним связям музея «Эрарта». — Мы будем рады, если гости ресторанов „Две палочки“, благодаря нашему проекту, заинтересуются современным искусством и поймут, что оно по-настоящему украшает мир, помогает сбежать от суеты и проблем. Проект „Современное вкусно“ — это искусство вне границ».

Музейная команда будет создавать отдельную концепцию для каждого заведения. «Так, в каждом районе Петербурга появится кусочек музея „Эрарта“, а в совокупности сложится настоящий гид по современному искусству во всем

его многообразии — не только живопись или скульптура, но также видеоарт, инсталляции, street art и многое другое», — считают авторы проекта. Первое обновление проходит во флагманском ресторане сети в ТРЦ «Галерея», на очереди — еще более 20 заведений.

Часть обновленного интерьера ресторана «Две палочки» в ТРЦ «Галерея»



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ