

«ВЫСТАВКИ — ДРАЙВЕР ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ»

ГЛАВНАЯ ВЫСТАВОЧНАЯ ПЛОЩАДКА СССР ВДНХ, НЫНЕ ВВЦ, ГОТОВИТСЯ К КРУПНОЙ РЕКОНСТРУКЦИИ. НА ЕЕ ТЕРРИТОРИИ ПЛАНИРУЕТСЯ ВОЗВЕСТИ СОВРЕМЕННЫЙ ВЫСТАВОЧНЫЙ КОМПЛЕКС «РОССИЯ», О ТОМ, КАК ТОРГОВЫЕ РЯДЫ БУДУТ СМЕНЯТЬСЯ ВЫСТАВОЧНЫМИ ПАВИЛЬОНАМИ И ПОЧЕМУ ЭТО СТАЛО СЕЙЧАС ВЫГОДНЫМ, КОРРЕСПОНДЕНТУ ВГ АЛЕКСЕЮ ИВАНОВУ РАССКАЗАЛ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ОАО ГАО ВВЦ МАГОМЕД МУСАЕВ.

BUSINESS GUIDE: Магомед Халилулаевич, если сравнивать с 1990 годом, как количественно изменился поток посетителей ВВЦ. И за счет каких категорий посетителей произошли изменения?

МАГОМЕД МУСАЕВ: Если говорить о количественных показателях, то, по нашим данным, на ВВЦ бывает порядка 12 млн посетителей в год. По сравнению с 1990 годом это явно больше. Но самое главное даже не количество, а качество. Мы исследовали потребительское восприятие ВВЦ. Если в 90-е годы комплекс воспринимался как место торговли, то сегодня большинство посетителей воспринимает ВВЦ как место, где проходят выставки, а также как рекреационную площадку. Наш прогноз: эта тенденция сохранится.

ВГ: Сравнивая выставочную индустрию Москвы и других европейских столиц, какие различия можно отметить? В каком состоянии находится отечественный экспобизнес?

М. М.: При всей кажущейся шумихе и бурлении наш выставочный бизнес еще в начале своего формирования. По оценке аналитиков, Москва ощущает потребность в современных выставочных площадях — нужно еще около 300 тыс. кв. м в краткосрочной перспективе. Но дело не только в количественных показателях. По качеству выставочных павильонов, по технологиям проведения самих мероприятий даже то, что есть, не соответствует мировым стандартам. Посмотрите, сегодня средняя площадь отечественных выставок 10–20 тыс. кв. м. В Европе — 150–200 тыс. Доля нашей страны на мировом выставочном рынке составляет меньше 2%, а у Германии 20%, Италии — 7%.

Однако, несмотря на трудности, есть обнадеживающие моменты. Положительная тенденция состоит в том, что государство оценило уже те плюсы, которые приносят выставки, и сейчас мы ощущаем поддержку со стороны федеральных и региональных органов власти. На государственном уровне есть понимание того, что формирование цивилизованного выставочного рынка — эффективный инструмент для развития всей экономики. Начинается приток инвестиций, идет работа над выработкой целевых программ развития выставочной деятельности, и в начале года такую программу уже приняло правительство Москвы.

Отечественный выставочный рынок очень быстро растет. Россия имеет примерно двукратный потенциал роста в десятилетней перспективе. Я уверен, что со временем у нас сформируются нормальные рыночные условия, появятся выставочные павильоны европейского уровня и рынок сам все расставит по местам. Слабые игроки уйдут — останутся лучшие. Впрочем, в этой сфере нет ничего нового или особенно специфического: растет экономика — растут и услуги по организации выставок. Все взаимосвязано.

ВГ: Если сравнивать с 1990 годом, как изменился ВВЦ?

М. М.: Кардинально! Сегодня ВВЦ возвращается к своему прямому назначению — проведению выставок. Если вы бывали на ВВЦ несколько лет назад, то наверняка видели торговые палатки, тянувшиеся на километры. Сегодня этого уже нет. Ликвидированы нецивилизованные формы торговли, а это более 700 торговых палаток и лотков. Планово выводится торговля и из исторических павильонов. Приведена в порядок территория.

Доходы от выставочной деятельности увеличиваются. Только в 2005 году по сравнению с 2004-м — на 80%. В 2006-м по сравнению с 2005-м — еще на 89%. В 2006 году валовая прибыль выросла на 51,3%.

В 2006 году было проведено 164 выставки. Экспозиционная площадь брутто выставочно-ярмарочных мероприятий составила 658 508 кв. м, по сравнению с 2005 годом площадь брутто увеличилась более чем на 80 тыс. кв. м. Более половины от общего числа мероприятий (57%) составили традиционно проводимые на площадях ВВЦ (занимаемая ими площадь — 491 738 кв. м, то есть 74%).



МАГОМЕД МУСАЕВ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ОАО ГАО ВВЦ, СТРОИТ НОВУЮ ВЫСТАВКУ ДОСТИЖЕНИЙ

89% проведенных мероприятий — тематические выставочно-ярмарочные мероприятия. Наибольшее их количество посвящено следующим тематикам: сельское хозяйство — 20,1%, спорт, развлечения, досуг — 8,5%, продукты питания — 7,9%, информация и связь — 7,9%, текстиль, одежда — 6,1%.

В целом динамика развития выставочной деятельности ВВЦ в 2006 году сохранилась на хорошем уровне. Российский рынок выставочных услуг характеризуется существенным усилением конкурентной борьбы, и в этих условиях не соответствующее современным требованиям состояние материально-технической базы комплекса становится основным сдерживающим фактором дальнейшего развития выставочной деятельности.

Поэтому самое главное, что мы сделали, — это запустили масштабный и серьезный проект строительства на ВВЦ нового современного выставочного комплекса мирового уровня, крупнейшего центра не только в Москве, но и в Восточной Европе.

ВГ: Расскажите подробнее об этом проекте.

М. М.: Строительство уже идет. Экспозиционная площадь проекта — 188 тыс. кв. м. Правительство Москвы выделяет на него порядка 18,4 млрд рублей. При разработке проекта выставочного комплекса (ВК) мы привлекли лучших российских и европейских специалистов.

ВК «Россия» будет включать несколько выставочных павильонов и конгресс-центр. Масштаб комплекса позволит принимать более 60 тыс. посетителей в сутки. Параметры новых павильонов будут позволять работать нескольким мероприятиям параллельно. И выставочные, и конгрессные площадки будут максимально мобильны и универсальны. Их номер будет с ходу адаптировать под каждое мероприятие.

ВГ: ВВЦ представляет собой законченный архитектурный ансамбль, соответствующий, впрочем, требованиям совсем иного времени. Чем вы будете жертвовать ради превращения центра в действительно современный выставочный комплекс?

М. М.: А зачем жертвовать? Мы сделаем самый современный выставочный комплекс так, чтобы он органично вписался в уже существующий историко-архитектурный комплекс, который является уникальным. Мы разработали стратегию развития центра и самой территории на ближайшие годы и определили принципы развития для каждого участка.

По моему мнению, наши подходы позволяют говорить о новом качестве предоставления выставочных услуг. Все

наши зоны будут работать друг на друга и обеспечивать синергетический эффект для любого экспонента и посетителя. Основой первой, выставочно-конгрессной зоны станет выставочный комплекс «Россия». Вторую зону, деловую и культурно-историческую, составят павильоны и фонтаны, которые являются федеральными памятниками архитектуры. Понимаете, все эти павильоны как раз и являются нашей сильной стороной — такого нет больше нигде в мире. Вот на этой территории и расположатся постоянно действующие выставочно-коммерческие павильоны — представительства регионов России, стран СНГ и дальнего зарубежья, министерств, а также павильон, посвященный реализации национальных проектов.

В научно-познавательной зоне мы создаем «Город науки, образования, инноваций». Это особая постоянно действующая интерактивная экспозиция, работающая по принципу «обучение плюс развлечение», который очень популярен в мире. В Париже нечто подобное можно увидеть в пригороде, в парке Ла Виллетт. Под эту программу мы реконструируем уже существующие павильоны. Проект будет располагаться в районе павильона «Космос». В дальнейшем мы планируем подключить к этому проекту Академию наук, наукограды, институты и просто известных ученых, создав площадку для продвижения инноваций и изобретений на рынок.

Четвертая зона — агровыставочный городок, где мы открываем аграрные экспозиции, информационно-образовательные и дилерские центры. Это своего рода дань традиции, ведь выставка организовывалась как сельскохозяйственная. И в то же время эта зона будет отвечать всем современным требованиям и экономическим запросам российских аграриев. Проект реализуется совместно с Министерством сельского хозяйства РФ и правительством Москвы.

Рекреационно-досуговая зона ВВЦ всегда будет любимым местом отдыха. Посетители должны иметь возможность не только удовлетворять свои потребности в знаниях, но и просто отдохнуть.

К слову, о досуге: ВВЦ — идеальное место для строительства парка развлечений. Между тем сейчас на его территории нет даже современного кинотеатра. Как вы планируете изменять рекреационную часть?

Для нас важно сохранить уникальную зеленую зону, которая, кстати, тоже является ландшафтным памятником. Мы проводим ландшафтные и флористические фестивали, которые продолжаются с мая по сентябрь, культурно-массовые, спортивные и корпоративные мероприятия, праздники и концерты на территории, которых ежегодно устраивается около 50. Согласно концепции, планомерно открываются рестораны и кафе, представляющие кухни народов мира, мы хотим возродить знаменитый ресторан «Золотой колос» и думаем над концепцией «зеленого театра». Также рассматриваем вопрос строительства торгово-развлекательного центра на основе опыта лучших европейских и американских аналогов. Упор мы делаем на развлечения, и при этом будет отведено место для сопутствующей торговли. Люди семьями смогут приходить на ВВЦ утром и уходить только вечером. Торговля примет цивилизованные формы и будет органично вписана в общие стратегические задачи комплекса.

ВГ: На сегодняшний день в Москве уже определились основные выставочные площадки: Экспоцентр расширяется, группа «Крокус» строит новый павильон. При этом бурного роста числа выставок не наблюдается. За какие выставки ВВЦ будет биться с конкурентами, и чем он их будет переманивать?

М. М.: Переманивать не будем — сами придут. Я бы вообще немного не так расставлял акценты. Дальнейшее развитие отечественного экспорынка будет состоять не в том, что

крупные игроки будут отбивать выставки друг у друга. Особой драки за выставки не будет, так как потенциал роста огромен и места хватит всем. Просто в добавление к тому, что уже есть, появятся новые крупные бренды, способные проводить мероприятия европейского масштаба и значимости.

В будущем баланс спроса и предложения станет определяться качеством выставочных услуг и площадей. Где лучше сервис, где лучше инфраструктура — туда и пойдут крупные проекты. У всех свои преимущества: у Экспоцентра — свои, у ВВЦ — свои, у «Крокуса» — свои. Соответственно, будет распределяться тематика выставочной программы. Без ложной скромности могу сказать, что у ВК «Россия» преимуществ я вижу гораздо больше.

ВГ: Перестройка ВВЦ потребует значительных финансовых вложений. Кто будет финансировать этот проект и как определены сроки и порядок его окупаемости?

М. М.: У нас есть несколько моделей финансирования. Прежде всего это деньги стратегических инвесторов — акционеров. Также это будут деньги частных инвесторов на условиях проектного финансирования. Мы предполагаем задействовать элементы государственного и частного партнерства. Еще один немаловажный источник средств — реинвестиции в развитие прибылей самой компании. Окупятся вложения с учетом быстрого рыночного роста и огромного спроса достаточно быстро.

ВГ: Сейчас на ВВЦ есть ряд павильонов, устаревших морально и физически. Планируете ли вы сократить число объектов на территории за счет помещений, не подлежащих реконструкции?

М. М.: Снос устаревших объектов не самоцель. На ВВЦ очень много памятников архитектуры федерального значения, которые, понятно, сносу не подлежат. Мы уже занимаемся и будем заниматься в дальнейшем их реставрацией. Если же объект, не являющийся памятником, не подлежит реставрации и не вписывается в создаваемую новую инфраструктуру, то я не исключаю возможности его демонтажа. Однако наша концепция предполагает, что из прошлого мы должны взять по максимуму.

ВГ: Выставочная деятельность в ряде стран Европы отдана на откуп частному капиталу, ВВЦ же полностью принадлежит государству. Считаете ли вы проведение приватизации центра полезным для его дальнейшего развития?

М. М.: Выставочные комплексы — это не просто коммерция и не столько коммерция, сколько инфраструктура города и страны. Например, 60% экспорта Германии идет за счет выставок, то есть выставки являются мощным стимулом развития товарооборота и продвижения национального производителя. А выставочные комплексы там принадлежат муниципалитетам и федеральным землям. Государственная поддержка ВВЦ является лучшей гарантией стабильного развития выставочных проектов, проводимых на его территории, и обеспечивает нашу прозрачность для иностранных партнеров. Важно понимать, что большая, хорошо подготовленная выставка — это локомотив национальной экономики, мощный инструмент коммерциализации технологий и инновационного развития. ■

НОВЫЙ ВЫСТАВОЧНЫЙ КОМПЛЕКС «РОССИЯ» БУДЕТ ВКЛЮЧАТЬ НЕСКОЛЬКО ВЫСТАВОЧНЫХ ПАВИЛЬОНОВ И СМОЖЕТ ПРИНИМАТЬ БОЛЕЕ 60 ТЫС. ПОСЕТИТЕЛЕЙ В СУТКИ