

«Экспо-2020» в формате Web2.0

интернет

Борьба за победу Екатеринбурга на право проведения всемирной выставки «Экспо-2020» идет по всем фронтам. Один из важных площадок продвижения города стал интернет. Эксперт агентства RaDigital Михаил Пономаренко специально для «Ъ-Экспо» подготовил обзор о том, как заявка представлена в социальных сетях.

Почему именно Екатеринбург должен стать местом проведения выставки, что представляет собой город сегодня? Ответы на эти и другие вопросы даются на официальных интернет-площадках «Экспо-2020». Основной из них является специально созданный сайт expo2020.ru, имеющий русскоязычную и англоязычную версии. Он рассказывает о том, почему Екатеринбург претендует на «Экспо-2020», рассказывает тему «Любимого разума», которая указана в заявке города, рассказывает о членах заявочного комитета.

Проект «Экспо» также представлен и продвигается в социальных сетях. Упор сделан на площадки, где общаются разная публика: из России, Европы, Америки. Поэтому аккаунты в социальных сетях ведутся на двух языках — русском и английском.

На сегодняшний день пользователи могут подписаться на следующие официальные страницы проекта: социальная сеть Facebook ([Expo2020.Ekaterinburg](https://www.facebook.com/Expo2020.Ekaterinburg) на русском языке и [Expo2020.Russia](https://www.facebook.com/Expo2020.Russia) на английском), микроблог Twitter ([@Expo2020Ekaterinburg](https://twitter.com/Expo2020Ekaterinburg) на русском языке и [@Expo2020Russia](https://twitter.com/Expo2020Russia) на английском), социальная сеть Google Plus (Экспо Екатеринбург или Expo Ekaterinburg), видеохостинг YouTube (отдельный канал [Expo2020Russia](https://www.youtube.com/user/Expo2020Russia)).

Разведение площадок удобно для пользователей. Иностранцам, которым привычен формат социальной сети Facebook и Google Plus, проще читать новости и узнавать о Екатеринбурге именно через социальные сети на английском языке. Если бы площадки велись сразу на двух языках, это отпугнуло бы англоговорящую аудиторию. Увидев текст на незнакомом языке, пользователи, скорее всего, уйдут со страницы. Наиболее активно публикации появляются в Twitter.

Новости на русском языке оперативно переводятся и публикуются на английском.

Публикации в социальных сетях преследуют две цели. Первая — показать Екатеринбург как динамично развивающийся город на границе между Европой и Азией (то есть познать с ним пользователей). Вторая — рассказать, чем сегодня живет город, и почему именно он достоин принять «Экспо-2020».

Официальные аккаунты в социальных сетях Facebook, Twitter, Google Plus и YouTube регулярно обновляются. Количество читателей постепенно увеличивается.

Российские подписчики могут узнать много нового о месте, где может пройти всемирная выставка. Иностранцы могут познакомиться с городом на границе Европы и Азии, который вовсе не находится «неизвестно где» (In the middle of nowhere, как говорят иностранцы, увидев Екатеринбург на огромной карте России). А так как ресурсов о Екатеринбурге на английском языке практически нет, то страница в Facebook и Twitter служит хорошим источником информации.

Интернет-пользователи из Екатеринбурга наиболее активно пишут на странице «Экспо» в Facebook. Предлагают опубликовать новости, помогают с поиском интересных материалов, публикуют фотографии Екатеринбурга, задают вопросы.

Среди иностранцев тоже есть поклонники Екатеринбурга, например, Лоран Энтони Лимо, который регулярно публикует на англоязычном аккаунте в Facebook но-

вости и статьи о Екатеринбурге как претенденте на право проведения всемирной выставки.

В целом пользовательская активность на большинстве площадок высокая. Видно, что люди искренне болеют за Екатеринбург и поддерживают его, нажимая клавишу «Мне нравится» под размещенными публикациями и фотографиями. Исключение составляет лишь Google Plus. Эта социальная сеть непопулярна в России в отличие от Запада. Пока у аккаунта «Экспо» лишь шесть русских подписчиков. На русскоязычную страницу в Facebook подписано более 680 пользователей, а на английскую — более 380. В Twitter [@Expo2020Ekaterinburg](https://twitter.com/Expo2020Ekaterinburg) новости проекта читают 500 человек из России и стран СНГ, а аккаунт [@Expo2020Russia](https://twitter.com/Expo2020Russia) — 300 пользователей из Европы и Америки. Что касается YouTube, то на канал [Expo2020Russia](https://www.youtube.com/user/Expo2020Russia) подписались 48 человек.

Негативные комментарии пользователей на официальных площадках не замечены. Вообще негативных упоминаний мероприятия в сети интернет попадает крайне мало. В них пользователи апеллируют к вопросу целесообразности проведения такого крупного мероприятия на территории Екатеринбурга, если не решены многие проблемы города. Среди них — состояние дорог и перегруженный трафик, нехватка детских садов и школ и прочее. Похожие темы появились в блогах и на форумах перед проведением в Екатеринбурге саммита ШОС-2009.

Но в целом упоминаний с положительной окраской («Здорово, что именно Ебург станет площадкой для „Экспо“») и нейтральной («Екатеринбург претендует на право проведения выставки „Экспо“») гораздо больше. Новостями о ходе отборочного этапа и о подготовке города к «Экспо-2020» чаще всего делятся жители Урала. Сообщения можно увидеть на всех популярных интернет-площадках — от LiveJournal и Blogspot до Twitter и «ВКонтакте».

Администрация официальных площадок «Экспо» никак не реагирует на сообщения пользователей на своих и чужих площадках. Большинство комментариев в Facebook не получило ответов. Руководству проекта следует обращать больше внимания на обратную связь и активнее привлекать пользователей к работе. Пусть подписчики делятся фотографиями города, интересными историями, рассказывают, почему именно Екатеринбург должен быть площадкой «Экспо-2020». В итоге получится уникальный проект, который совместно создается администрацией проекта и обычными пользователями.

Два основных соперника Екатеринбурга — Дубай (ОАЭ) и Сан-Паулу (Бразилия) — тоже ведут активную работу онлайн. Оба города, помимо официальных сайтов (dubaiexpo2020.ae/en и saopauloexpo2020.com.br/en), присутствуют в социальной сети Facebook, сервисе Twitter и видеосайте YouTube. На странице [DubaiExpo2020](https://www.facebook.com/DubaiExpo2020) в Facebook подписано более 127 тыс. пользователей. По данным статистики, активнее всего голосует молодежь в возрасте от 13 до 24 лет. В Twitter число подписчиков гораздо меньше — 8 тыс. На YouTube постоянных подписчиков — 77.

Свежие публикации на официальных аккаунтах [DubaiExpo2020](https://www.facebook.com/DubaiExpo2020) в социальных сетях появляются почти каждый день и получают активный отклик читателей. Успехи Сан-Паулу гораздо скромнее. Всего 365 подписчиков страницы [Expo2020SP](https://www.facebook.com/Expo2020SP) в Facebook. Кстати, она, в отличие от [DubaiExpo2020](https://www.facebook.com/DubaiExpo2020), ведется на португальском, а не английском языке. На YouTube на канал [saopauloexpo2020](https://www.youtube.com/user/Expo2020SP) подписались 68 пользователей. Официальный Twitter-аккаунт отсутствует.

Выставочные репетиции

тенденции

Ежегодно в Екатеринбурге проходит более 200 выставочно-ярмарочных мероприятий, посвященных торговле и услугам, строительству и промышленности. Основной репетицией к возможному проведению «Экспо-2020» в Екатеринбурге можно назвать «Иннопром», которому в 2012 году был присвоен статус главной промышленной выставки России.

Сегодня в Екатеринбурге подготовлено более 59,7 тыс. кв. метров специализированных выставочных площадей, на которых в 2011 году прошли около 200 тематических выставок. Средняя посещаемость каждой выставки — 10,5 тыс. человек. Однако основной репетиционной площадкой перед возможным проведением «Экспо-2020» в Екатеринбурге считается индустриальная выставка «Иннопром», которая ежегодно проходит с 2010 года.

Инициатором проведения «Иннопрома» стал губернатор Свердловской области Александр Мишарин, под патронажем которого выставка поворачивалась дважды (в 2010 году и 2011 году). «У нас сегодня большое и очень значимое событие — рождение „Иннопрома“, выставочной площадки нового поколения, цель которой — аккумулировать современные перспективные инновационные разработки, содействовать их скорейшему внедрению и формировать в обществе интерес к инновациям и их созданию», — объяснил господин Мишарин на церемонии открытия первой выставки. «Иннопром-2010» собрал на своей площадке крупнейшие компании топливно-энергетического комплекса и металлургии, машиностроения, медицины, телекоммуникационного и финансового сек-

торов. Выставку посетили 25 тыс. человек, было заключено около 20 рамочных соглашений между правительством Свердловской области, российскими и зарубежными компаниями на сумму свыше 40 млрд рублей.

К моменту проведения «Иннопрома-2011» был построен новый выставочный комплекс «Екатеринбург-Экспо» площадью 60 тыс. кв. метров. Участие в выставке приняли более 400 компаний из 30 государств. Количество посетителей выросло в два раза — до 50 тыс. человек, а сумма подписанных соглашений выросла в 4,5 раза — до 180 млрд рублей.

Смена губернатора в мае 2012 года поставила под вопрос проведение «Иннопрома-2012», но новый глава региона Евгений Куйвашев решил продолжить традицию. Изменился лишь подход к организации выставки — особое внимание было уделено зрелищности и насыщенности экспозиции и деловой программы. Количество экспонентов выросло до 500, десятая часть которых представляли крупные корпорации и концерны из США, Германии, Франции, Италии, Чехии и других стран мира. За четыре дня выставку посетили 57 тыс. человек, 35 иностранных делегаций. Объем подписанных соглашений достиг сум-

мы более 186 млрд рублей. Посетивший «Иннопром-2012» российский премьер-министр Дмитрий Медведев присвоил ей статус главной промышленной выставки страны.

Евгений Куйвашев тогда отметил, что дальнейшее развитие «Иннопрома» повысит конкурентные особенности Екатеринбурга и увеличит шансы на победу в гонке за «Экспо-2020». «Сейчас „Иннопром“ уже претендует на вхождение в семерку основных выставок России. Конечно, конкурентоспособность выставки зависит от городской инфраструктуры и способности заинтересовать участников. Нам кажется, что мы неплохо поработали в этом направлении. Кроме этого, не стоит забывать и о нашей географическом расположении. В Свердловской области проводить подобные мероприятия выгодно, прежде всего, из-за нашей транспортной инфраструктуры. Из центра можно добраться до аэропорта за 30–40 минут, что не могут пока предложить, допустим, Москва или Санкт-Петербург», — считает губернатор.

Участники выставочного бизнеса отмечают, что подготовка к проведению в Екатеринбурге всемирной выставки «Экспо-2020» заключается не только в подготовке инфраструктуры, но и в необходимости провести

глобальную PR-кампанию среди населения страны. «Мы очень надеемся на то, что „Иннопром-2013“ с темой „Любимая промышленность“ позволит нам всем подтвердить способности и возможности проведения в Екатеринбурге глобальных мероприятий на самом высоком уровне. Но у нас есть и маленькие слабости. В частности, нам необходимо в ближайшее время сделать так, чтобы победа в „Экспо“ стала мечтой не только уральцев, но и всех жителей России. Вспомните, как было с Сочи, когда за победу его заявки на проведение Олимпийских игр в 2014 году болела вся страна», — считает директор по связям с общественностью «Иннопрома» Антон Атрашкин. С ним согласен президент ООО «Уралэкспоцентр — Евро-Азиатский выставочный холдинг» Александр Баранов: «К этому событию необходимо готовиться не только на региональном и федеральном уровне, идеей проведения „Экспо“ должны проникнуться все горожане. Подготовка и проведение такого масштабного мероприятия, как показывает мировая практика, становится огромным скачком в развитии и города, и региона места проведения. И эту идею среди населения нужно как можно больше популяризировать уже сейчас».

Евгения Яблонская



Премьер-министр Дмитрий Медведев присвоил «Иннопрому» статус главной промышленной выставки страны. ФОТО ВЛАДИСЛАВ ЛОПШАКОВА

Опыт выставки вооружений Russian Expo Arms

Для развития выставочной деятельности в Свердловской области также имеет огромное значение выставка вооружений Russian Expo Arms, которая проводится в Нижнем Тагиле, и каждый раз ее посещают солидные иностранные делегации. Впервые она прошла в 1999 году по инициативе генерального директора Нижнетагильского института испытания металлов Валерия Руденко и свердловского губернатора Эдуарда Росселя (руководил регионом с 1995 по 2009 годы, в настоящее время член Совета Федерации РФ). Цель выставки — показать в условиях, максимально приближенных к боевым, образцы вооружения и военной техники российского производства без выезда за пределы уральского региона, содействовать российским оборонным предприятиям по привлечению зарубежных партнеров. «Решающим фактором в выборе проведения подобной выставки именно в уральском экономическом регионе стало то, что в нем расположены более 170 предприятий и организаций оборонного ком-

плекса, в том числе конструкторские бюро и научно-исследовательские институты, производящие более 70% обычных вооружений и боеприпасов», — пояснил Валерий Руденко. В 2011 году в выставке участвовали 302 российских предприятия из 34 регионов России и 20 иностранных компаний из пяти государств. Russian ExpoArms-2011 посетили свыше 40 тысяч человек, в том числе граждане 41 страны мира. В 2013 году организацией выставки будет заниматься корпорация «Уралвагонзавод». В течение следующего года она должна подготовить масштабную демонстрационную программу с использованием современных технологий. По данным департамента информационной политики губернатора Свердловской области, на площадках боевого поля появятся радиоуправляемые стационарные и движущиеся мишени, будет создана новая вертолетная площадка для одновременного размещения трех вертолетов Ми-8 и установлено современное освещение, которое позволит осуществлять взлет и

посадку воздушной техники даже в ночное время. Планируется также создать деловой центр с конференц-залом на 500 мест и построить презентационный центр для вооружения и военной техники. Кроме того, на бронетехнику, вертолеты и «беспилотники» планируется прикрепить мобильные камеры, которые создадут «элемент присутствия». На заседании рабочей группы по подготовке и проведению IX Международной выставки Russian Expo Arms-2013 советник гендиректора «Евросатори» (международная выставка вооружений, проходит в Париже) Оливье Бризу отметил, что Russian Expo Arms — это не просто мероприятие местного масштаба, а настоящий международный салон. «Эта выставка очень важная, это не просто внутреннее мероприятие, оно дает толчок сотрудничеству между крупными компаниями», — отметил Оливье Бризу. Известно, что одним из зрителей Russian Expo Arms-2013 должен стать президент РФ Владимир Путин.

Информационно-аналитическое
цветное приложение к газете

Коммерсантъ

ИТОГИ ГОДА

выход в декабре 2012 года

По вопросам сотрудничества обращаться в отдел рекламы «Коммерсантъ-Урал»
по тел.: (343) 311-04-37 reklama@kommersant-ural.ru



<http://eburg.kommersant.ru>