

# ОТОРВАТЬСЯ ПО-ПИТЕРСКИ

ПРОШЕДШИЕ В ФЕВРАЛЕ И МАРТЕ ТРАДИЦИОННЫЕ ПРАЗДНОВАНИЯ «МУЖСКИХ» И «ЖЕНСКИХ» ДНЕЙ ПОКАЗАЛИ, ЧТО РЫНОК РАЗВИВАЕТСЯ. НО, КАК ОТМЕЧАЮТ ЭКСПЕРТЫ, В ЭТОМ ГОДУ — ЗАМЕТНО МЕНЬШИМИ ТЕМПАМИ. ЭТО СВЯЗАНО С ОБЩИМ СПАДОМ В ЭКОНОМИКЕ И С ПОПЫТКОЙ РЕГУЛИРОВАТЬ КОРПОРАТИВНЫЙ РЫНОК СО СТОРОНЫ ГОСУДАРСТВА. МАЙЯ БОНДАРЬ

«В целом можно отметить, что рынок ивентов и профессиональных мероприятий, основным поставщиком спроса для которого выступает корпоративный сектор, испытывает заметное давление на фоне общего спада в экономике», — констатирует Максим Клягин, аналитик УК «Финам Менеджмент». Поэтому из-за снижения прибыли коммерческие компании в большей части отраслей сейчас заметно сокращают расходы подобного профиля. «Подобное сужение спроса, рост конкуренции и, как следствие, заметная коррекция цен (по некоторым оценкам, в 2012–2013 годах стоимость услуг профессиональных агентств снизилась в среднем на 15–30 процентов) формируют значительное снижение рентабельности бизнеса и в целом замедление дальнейшего развития этой индустрии. Согласно данным участников рынка, комиссия в сегменте за последнее время упала с 15–20 процентов в среднем до 5–10 процентов в зависимости от сложности мероприятия», — отмечает Максим Клягин.

Все же этот рынок сохраняет значительный потенциал, а сокращение спроса носит скорее временный характер. По мнению Максима Клягина, новый этап выраженного роста будет связан с ускорением экономического развития в среднесрочной перспективе и с возвращением повышенного спроса на услуги профессиональных event-агентств.

**ПО ВОЛЕ ПРЕЗИДЕНТА** Как правило, спрос на корпоративы появляется в новогодний и летний сезоны. Дмитрий Козлов, исполнительный директор Национальной ассоциации организаторов мероприятий (НАОМ), полагает, что около 80% компаний страны провели для своих сотрудников новогодние корпоративы.

По словам Анастасии Рубей, генерального директора компании Media Concept, в этот период около 40% компаний Северо-Запада обращаются в event-агентства, чтобы организовать корпоратив. Но некоторые компании (например, ФСК), которые постоянно проводили корпоративы, в этот раз отказались от этой затеи, ссылаясь на инициативу «Общероссийского народного фронта» (ОНФ) запретить корпоративы для госкомпаний за счет бюджетных средств. Эта инициатива прозвучала в декабре прошлого года и получила широкий резонанс в обществе. По мнению Дмитрия Козлова, в последнее время корпоративы, особенно в крупных компаниях, превратились в «ярмарку тщеславия», в соревнование — «кто дороже провел». «А если это еще и за государственный счет, то, конечно, возникает вопрос, правомерно ли это? И тут очень хотелось, чтобы вслед критике президента не было „перегибов“, чтобы „с водой не выплеснули ребенка“, — отмечает он. Многие эксперты сочли инициативу не более чем пиар-акцией.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ИЗ-ЗА СОКРАЩЕНИЯ ПРИБЫЛИ БОЛЬШИНСТВА КОМПАНИЙ СТОИМОСТЬ УСЛУГ НА ОРГАНИЗАЦИЮ КОРПОРАТИВОВ УМЕНЬШИЛАСЬ НА 15–30%

Телеведущий Леонид Парфенов так комментирует инициативу: «Это такой же идиотизм в смысле наведения порядка в государственных корпорациях, как попытки Андропова установить дисциплину, объявленную в парикмахерских в рабочее время. Не так создается корпоративная культура и не так достигается дисциплина. Это просто компанийщина, глупость и демонстрация. Как воровали, так воровать и будут. Не на этом, так на другом».

Телеведущий оказался прав. По данным VG, некоторые компании провели корпоративы под видом конференции.

По словам креативного директора группы компаний «Праздник» Яны Жуковой, компании не стали отказываться от выбранного заранее формата проведения Нового года: «Немного урезали бюджет (процентов так на 30–50) и все же реализовали его. Потому как процесс давно был запущен и репетиции шли полным ходом».

Сотрудник «Роснано» рассказал, что работники сами собрали около миллиона рублей и оплатили себе корпоратив. «Скидывались не только мы, но и наш фонд. Нас примерно 300 человек. В том году мы ходили в театр, было все очень скромно. В этом году провели еще скромнее, праздновали в офисе и сами выступили», — рассказал он.

В среднем компания тратит на корпоративные праздники 3–6 тыс. рублей на каждого сотрудника только на банкетное

обслуживание. И примерно такая же сумма тратится на артистов.

По словам Дарьи Кабицкой, директора по развитию агентства стратегических событий «Подъёжики», бюджет на проведение корпоратива может достигать 50 млн рублей: «Это зависит от статуса компании, количества человек и опций: шоу, звезды, спецэффекты». По ее мнению, нет ничего плохого в том, что госкомпании тратят большие бюджеты, так как «мероприятия — отличный инструмент повышения эффективности работы любой компании. Вопрос, конечно, в том, как средства распределяются. Но бюджет и у коммерческих компаний, и у госкомпаний примерно одинаковый», — говорит она.

**С ВЫСОТЫ ЗВЕЗДЫ** По мнению Сергея Князева, гендиректора event-холдинга «Князевъ», приглашение звезды — это достаточно затратная часть, которая может оторвать от бюджета мероприятия от 30% и выше.

Но многие компании не скупятся и приглашают звезд на свои корпоративы. Генеральный директор Concept Studio «ТЕ» Дмитрий Трифонов говорит: «В этом есть определенные плюсы, когда звезда приезжает и поздравляет компанию. Но на лояльность компании это никак не влияет и может вызвать даже отрицательный эффект, когда люди понимают, сколько это может стоить, если звезда была приглашена за счет сотрудников».

Продюсер, директор компании Attack Concerts Артем Горный считает, что публика на корпоративах не всегда разборчива в выборе музыки: «Могут заказать песню „О, боже, какой мужчина“ за миллион долларов и крутить ее весь вечер». По мнению Дарьи Кабицкой, из звезд сейчас по-прежнему популярны Ёлка, Тимур Родригес, «Мумий Тролль» и «Ленинград». Сами же звезды уверяют, что для них принципиальной разницы, играть ли на концерте или на корпоративе, нет.

Лидер группы «Ленинград» Сергей Шнуров говорит: «Мне как музыканту без разницы — выступать для пяти человек на корпоративе или для тысячи на концерте. Не бывает такого, что когда ты играешь на корпоративах, то у тебя почему-то должны быть плохие концерты. Концерт на корпоративе зависит от погоды, от собственного настроения, есть ли у тебя температура или нет, хорошо ли у тебя все дома. Вот от этого зависит концерт на корпоративе, а не от того, кто тебя пригласил».

Впрочем, Билли Новик, лидер петербургской группы Billy's Band, говорит, что любит корпоративы даже больше, чем публичные выступления. «Мне нравится завоевывать внимание новых людей. К тому же наличие „свежих ушей“ меня просто воодушевляет. В принципе, всех людей можно разделить на тех, кто видел и тех, кто никогда не видел Billy's Band. Самое интересное наблюдать именно за теми, кто видит нас в первый раз». ■