

«ВЫСТАВКИ — ЭТО ВЫСОКО-РЕНТАБЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС»

Несмотря на кризис и антироссийские санкции, выставочная деятельность в нашей стране остается одним из драйверов развития отечественной экономики. О проблемах и перспективах отрасли в преддверии Всемирного дня выставок, который в этом году будут отмечать 6 июня, «Деньги» поговорили с генеральным директором АО «Экспоцентр», председателем комитета ТПП РФ по выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности **Сергеем Бедновым**.



Расскажите, пожалуйста, что сегодня происходит на отечественном выставочном рынке?

— Оборот российского выставочного рынка сейчас составляет примерно \$800 млн в год. Это является хорошим показателем и соответствует седьмому месту в мире после США, Германии, Франции, Великобритании, Китая и Италии. Ежегодно в нашей стране проводится порядка 950 выставок в формате B2B общей площадью около 2 млн кв. м. В них принимает участие около 100 тыс. экспонентов более чем из 100 стран мира. Количество посетителей колеблется в диапазоне 7,5–8 млн человек.

Однако на Россию приходится всего лишь 2% суммарной площади выставочных центров мира, что крайне мало, учитывая масштабы нашей страны. Во многом это обусловлено диспропорцией в размещении выставочных площадей, которые сосредоточены по большей части в Санкт-Петербурге и Москве, где расположены современные крупнейшие выставочные комплексы — «Экспофорум», «Экспоцентр», «Крокус Экспо» и другие. В этом отношении ситуация в регионах меняется слабо. Хотя надо отметить успехи Екатеринбурга, где не так давно открылся «Екатеринбург-Экспо». К тому же для развития конгрессно-выставочной деятельности в России необходимо внести коррективы в действующее законодательство путем принятия федерального закона о выставочной деятельности.

Из основных трендов последних лет можно выделить также активную цифровизацию выставочной деятельности. Это всемирный, глобальный процесс, который затрагивает и Россию в том числе. Прежде всего он характеризуется широким внедрением цифровых технологий в бизнес-процессы и активным взаимодействием с сетевыми сообществами.

— Благодаря развитию технологий в современном мире также появилось множество способов коммуникации. Являются ли сегодня выставочные и конгрессные мероприятия по-прежнему эффективным маркетинговым инструментом?

— О каком бы развитии коммуникативных технологий ни шла речь, выставки были и остаются универсальным маркетинговым механизмом, заменить который ничем. Использование виртуального пространства, как бы некоторым структурам этого ни хотелось, никогда не сможет заменить живого общения. Мы люди, и для нас человеческий фактор играет ключевую роль, особенно в сфере продвижения товаров и услуг.

— Что позволяет Экспоцентру сохранять лидерство в выставочном бизнесе России?

— В первую очередь — уникальный опыт, накопленный десятилетиями. В числе клиентов Экспоцентра — лидеры в области мировой и отечественной индустрии, сельского хозяйства, высоких технологий и т. д. Им недостаточно просто арендовать и красиво оформить выставочные площади и стенды, им нужны условия, гарантирующие коммерческие результаты. Поэтому на наших выставках работают биржи деловых контактов и центры закупок розничных сетей, облегчающие экспонентам поиск партнеров, ставящие своей целью свести производителей и потребителей продукции. Также Экспоцентр, у которого есть дочерние компании, может предоставить полный спектр услуг «под ключ»: стенд, таможенное оформление грузов, кейтеринг, производство рекламной и полиграфической продукции и многое другое.

Мы отслеживаем актуальные тенденции и стараемся отвечать на требования отечественного бизнеса. Так, совсем недавно по просьбе отраслевых ассоциаций и ведущих участников рынка мы объявили о новом выставочном проекте — «Российской строительной неделе». Ключевым событием недели станет международная выставка RosBuild, которая пройдет в будущем апреле.

— Вы упомянули о необходимости принятия федерального закона о выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности. Расскажите, в чем его суть?

— В первую очередь такой закон позволил бы решить проблему диспропорции в размещении выставочных площадей в стране. Для того чтобы создать в регионах совре-



ПРЕСС-СЛУЖБА «ЭКСПОЦЕНТР»

менную выставочно-конгрессную инфраструктуру, необходимо разработать соответствующую федеральную целевую инвестиционную программу и использовать механизмы государственно-частного партнерства.

Стоит особо подчеркнуть, что выставочно-конгрессная индустрия является высокорентабельным бизнесом, активизирующим экономическую активность в регионе. На один рубль вложенных экспонентом средств непосредственно на участие в выставке приходится от шести и более рублей, которые он тратит вне выставочного комплекса. Эти траты, генерируясь в налогах, способствуют развитию региональной инфраструктуры.

— Какое влияние антироссийские санкции оказали на выставочную деятельность в нашей стране?

— С 2014 года российский рынок находится под влиянием негативных факторов, связанных с эскалацией геополитической напряженности, падением мировых цен на энергоносители и ухудшением конъюнктуры товарных рынков, что привело к его падению по площадям и экспонентам в среднем на 17–18% процентов. В 2017 году выставочный рынок в целом стабилизировался, продемонстрировав разнонаправленную динамику по основным показателям.

Сам выставочный бизнес не подвержен политическим пристрастиям. В качестве примера могу привести тот факт, что местом очередного ежегодного Глобального конгресса Всемирной ассоциации выставочной индустрии UFI в 2018 году выбран Санкт-Петербург. Конгресс пройдет в новом современном выставочном комплексе «Экспофорум», где проходят крупные международные мероприятия, включая Петербургский международный экономический форум. ●