

→ Тем не менее, по информации оператора — московской компании Formika, в первой выставке приняли участие около 500 компаний. «Иннопром» в 2010 году посетили участники из 30 стран (порядка 20 тыс. человек), а также занимавший тогда должность президента России Дмитрий Медведев. Визит первых лиц придал мероприятию необходимый импульс в развитии и стал своеобразной гарантией успеха последующих выставок.

В 2012 году правительство России присвоило выставке федеральный статус (организатором ее, как известно, выступает Министерство промышленности и торговли РФ). С 2011 года оператор выставки Formika стал именовать ее международной.

РАСШИРЯЯ ГОРИЗОНТЫ В 2018 году «Иннопром» проходит в Свердловской области в девятый раз. «Глобальный бизнес из года в год увеличивает свое присутствие на главной промышленной выставке России. Международные компании составят больше половины от общего числа участников», — говорит директор деловой программы Антон Атрашкин. Организаторы ожидают более 50 тыс. человек из 95 стран. Экспоненты выставки — более 600 компаний из 20 стран на площади порядка 50 тыс. кв. м. Деловая программа включает более 160 мероприятий.

С 2015 года одной стране официально присваивается статус страны-партнера. В 2015 году им стал Китай, привезший в Екатеринбург порядка 123 компаний и делегацию из 4 тыс. человек. В 2016 году партнером была Индия со 115 компаниями и делегацией из 400 человек. В 2017 году партнером стала Япония — 168 компаний разместились на площади более 4 тыс. кв. м, а официальная делегация включала 800 человек. В 2018 году статус страны-партнера присвоен Южной Корее. Статус страны-партнера гарантирует размещение национальной экспозиции на площади не менее 4 тыс. кв. м и формирование культурной программы выставки с самым непосредственным участием страны-партнера.

В ЦИФРОВОЕ БУДУЩЕЕ Заглавная тема выставки — «Цифровое производство» — выбрана не случайно. Курс на цифровизацию президент России объявил еще в прошлом году. А на пленарном заседании Петербургского международного экономического форума (ПМЭФ) в 2018-м и вовсе назвал ее одним из элементов национальной стратегии: «Мы приняли большую комплексную программу цифрового развития. Она станет одним из наших приоритетов на предстоящие годы. Речь идет, прежде всего, о разработке и широком использовании сквозных цифровых решений в системе государственного управления, в экономике, в коммунальной и социальной сфере, в энергетике, промышленности и транспорте».

В Свердловской области одним из центральных проектов по цифровизации стал «Умный регион». По поручению губернатора Евгения Куйвашева, предварительные итоги этого проекта будут презентованы именно на «Иннопроме». «Отобрано 19 наиболее интересных и инновационных проектов. При этом все проекты разделены на шесть тематических блоков, соответствующих смарт-сервисам функциональных областей. Это: «умная мобильность», «умная среда», «умная экономика», «умные сервисы для бизнеса», «умные люди», «умный образ жизни», — рассказала министр инвестиций и развития Свердловской области Виктория Казакова.

На стенде Свердловской области, например, будет представлена программа развития телемедицины, система анализа транспортного потока дорожной сети, система интеллектуального здания, «умные сервисы» для инвесторов и т. д.

Цифровое производство легло в основу и деловой программы. «В этом году на «Иннопроме» запланировано более 150 мероприятий, для удобства мы разбили их на тематические треки: «Цифровое производство», «Инновации в промышленности», «Автоматизация и робототехника», «Новые материалы в промышленности», «Технологии для городов», «Финансирование производства», «Транспортное машиностроение», «Промышленная логистика». В рамках каждого трека будут проходить три-четыре мероприятия, которые должны его конкретизировать», — поделился с «G» Антон Атрашкин. ■

«ЗА ЭТИ ГОДЫ В “ИННОПРОМЕ” СТАЛО МЕНЬШЕ ПАФОСА И БОЛЬШЕ СМЫСЛА»

ДИРЕКТОР ДЕЛОВОЙ ПРОГРАММЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ ВЫСТАВКИ «ИННОПРОМ» АНТОН АТРАШКИН — ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ДЕВЯТОГО ФОРУМА ИННОВАЦИЙ.



Guide: «Иннопром» проходит в Екатеринбурге в девятый раз. Как меняется выставка?

Антон Атрашкин: Сегодня изменился даже внешний облик «Екатеринбург-Экспо»: достраивается конгресс-центр, который увеличит выставочное пространство. Мы проделали огромную работу совместно с российским и уральским бизнес-сообществом и можем сказать, что сегодняшний «Иннопром» — это одна из важнейших торговых площадок России и Евразии. В этом году к «Иннопрому» усилился международный интерес. На выставке будут представлены более 600 экспонентов из Кореи, Беларуси, Китая, Японии, Германии, Италии, Швейцарии и Словакии. Каждый год на выставку приходят новые экспоненты — крупнейшие промышленные гиганты из Америки, Европы и Азии. За эти годы в «Иннопроме» стало меньше пафоса и больше смысла. А самое главное — участники видят больше коммерческого смысла в том, чтобы привезти натурные образцы и презентовать их именно у нас.

G: Насколько необходим для проведения «Иннопрома» административный ресурс?

А.А.: В нем нет необходимости. Это 100% рыночный проект. Впервые за всю историю «Иннопрома» мы продали все площади еще в апреле. Крупнейшие компании заключили с нами многолетние контракты. Для административного ресурса просто не осталось места. Власть на самом высоком уровне использует нашу площадку, чтобы говорить с бизнесом именно потому, что наш проект эффективен.

G: Главная тема этого года — «Цифровое производство». Как тема проявится в выставке?

А.А.: Тема возникла не случайно, мы активно развиваем ее уже несколько лет. Проводим на «Иннопроме» регулярные конференции в формате Industry + IT, когда на одной площадке собираются представители производственного сектора и провайдеры IT-технологий. Ряд

ведущих технологических компаний, таких, как KasperskyLab, SAP, Галактика, СКБ-Контур, РТС, Cisco видят в выставке новые возможности для цифровизации крупнейших российских производственных компаний. С нами активно сотрудничают мировые лидеры в области автоматизации и робототехники. В прошлом году к нам приезжал президент производителя роботов Fanuc доктор Инаба, а в этом году у нас в главной сессии участвуют президенты компаний Kuka Стефан Лампа и Yaskawa Дзиндзи Цуда. Целый сектор выставки будет посвящен передовым технологиям металлообработки, где будут представлены и робототехника, и аддитивные технологии, и программное обеспечение для автоматизации производства.

G: Какое количество посетителей планируете принять в этом году?

А.А.: Важнее не количество, а качество посетителя. В прошлом году «Иннопром» привлек 50 тыс. бизнесменов. В среднем каждый год прибавляется 2 тыс. новых качественных посетителей. Мы работаем с деловыми ассоциациями и адресно приглашаем компании. Кроме того, мы приглашаем зарубежных покупателей российской промышленной продукции. В прошлом году мы привезли более 2 тыс. покупателей из стран Ближнего Востока, Северной и Центральной Африки, Юго-Восточной Азии и даже Южной Америки.

G: Сколько контрактов планируется заключить в этом году?

А.А.: Мы никогда их не считаем. Это не наш метод. Мы стараемся сделать так, чтобы на выставке рождались тысячи полезных контактов. Именно у нас иранская компания Shaham начала вести переговоры о закупке российских КАМАЗов, тайландская Bangkok Cement провела более 20 встреч с российскими поставщиками, а компания Ali & Sons Oilfield из Дубая обсуждала тендер с Челябинским трубопрокатным заводом. Важно,

чтобы у нас компании знакомились и встречались, а подписывают контракты пусть хоть в Сочи, хоть на Лазурном берегу.

G: Как вы оцениваете позиции выставки на мировом уровне?

А.А.: Последние три года «Иннопром» — глобальная выставка. 2/3 экспонентов — это международные компании, которым интересно и важно каждый год приезжать в Екатеринбург. Мы сотрудничаем с ведущими мировыми ассоциациями и агентствами VDMA, JETRO, KOTRA, Federmaçcino, CCPIT, ICE. Думаем о том, чтобы делать мощные проекты с российскими технологиями на перспективных зарубежных рынках.

G: Как меняется поведение экспонентов от выставки к выставке?

А.А.: Приходит понимание, что на выставке нужно работать. Многие экспоненты организуют приглашительную кампанию на свой стенд заранее. На «Иннопром» стало приезжать в разы больше иностранных покупателей. Это значит, что визуальным экспонатам должны быть представлены на двух языках и представлять продукт должны не красивые модели, а специалисты, которые могут объяснить преимущества технологий и немцу, и арабу, и китайцу.

G: Как параллельно организуются «Иннопром» и российско-китайское «Экспо»? Получилось ли развести мероприятия с наименьшими потерями?

А.А.: Никаких потерь и не предполагалось. Оба проекта только выигрывают от такого соседства. Если «Иннопром» получает десятки китайских компаний, среди которых машиностроительные лидеры и предприятия среднего и малого бизнеса, то для Китая открывается доступ к огромной профессиональной аудитории главной промышленной выставки России, которую он бы не собрал, выступив отдельно.

Интервью взял Артем Гирш