



ЕВГЕНИЙ ТАВЛЕНКО

«КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНАЯ ОТРАСЛЬ — ПАНАЦЕЯ ОТ ТОГО, ЧТОБЫ МИР БИЗНЕСА НЕ ПРОВАЛИЛСЯ В ХАОС»

КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНАЯ ОТРАСЛЬ ПЕТЕРБУРГА ПОСТЕПЕННО ВОССТАНАВЛИВАЕТ РАБОТУ: УЖЕ 29 АВГУСТА В «ЭКСПОФОРУМЕ» СОСТОИТСЯ ПЕРВОЕ ЗА НЕСКОЛЬКО МЕСЯЦЕВ МЕРОПРИЯТИЕ, ЗНАМЕНУЮЩЕЕ СТАРТ ОСЕННЕГО СЕЗОНА, — ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА «АГРОРУСЬ». О ТОМ, ПОЧЕМУ ОНЛАЙН-МЕРОПРИЯТИЯ НИКОГДА НЕ ЗАМЕНЯЮТ ОЧНЫЕ, КОРРЕСПОНДЕНТУ ВГ МАРИИ КУЗНЕЦОВОЙ РАССКАЗАЛ ПРЕЗИДЕНТ РОССИЙСКОГО СОЮЗА ВЫСТАВОК И ЯРМАРОК, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР «ЭКСПОФОРУМ-ИНТЕРНЭШНЛ» СЕРГЕЙ ВОРОНКОВ.

BUSINESS GUIDE: Все последствия пандемии коронавируса для бизнеса еще предстоит оценить. Как отрасль и крупнейшая конгрессно-выставочная площадка Петербурга переживают этот период?

СЕРГЕЙ ВОРОНКОВ: «Экспофорум», как и вся конгрессно-выставочная отрасль, оказался в очень сложной ситуации: фактически наша деятельность была полностью остановлена почти на пять месяцев из-за ухудшения эпидемиологической обстановки в соответствии с решением правительства страны. За это время всем участникам индустрии удалось объединиться. С помощью консолидации усилий общественных союзов и ассоциаций был разработан и опубликован «Меморандум о поддержке», под которым подписалось более 350 компаний. Впервые за десять лет нас признали отраслью официально, а во время пандемии включили в список особенно пострадавших. В настоящее время со стороны государства выработан комплекс мер поддержки, среди которых субсидирование зарплаты, налоговые каникулы и многие другие меры, которые ранее было сложно себе представить. На федеральном уровне Российский союз выставок и ярмарок (РСВЯ) совместно с Торгово-промышленной палатой разработал регламент проведения конгрессов и выставок, который был утвержден на уровне Роспотребнадзора. Вместе с тем мы изначально настаивали на том, что нам нужны не пособия, а возможность работать. Что касается «Экспофорума», то за период пандемии была разработана антикризисная стратегия, в результате которой персонал не был сокращен, а внеслись корректировки в график его работы. Сейчас отрасль начинает постепенно восстанавливаться: в Петербурге уже удалось добиться снятия ряда ограничений, и в данный момент наш конгрессно-выставочный центр находится в активной стадии подготовки к осеннему сезону.

BG: Ощущается ли поддержка отрасли со стороны местных властей?

С. В.: У властей Петербурга есть понимание того, какое сильное влияние оказывают деловой туризм и конгрессная деятельность на экономику города. Это прописано в первой в стране программе поддержки туриз-

ма, принятой на уровне субъекта. Кроме того, развитие туризма является одной из пяти стратегических целей Петербурга. Отмечу, что половина из 1,2 млн деловых туристов, приезжает на мероприятия, проходящие в «Экспофоруме». Ни в одной другой сфере туристической деятельности такую ситуацию представить невозможно.

BG: Какие меры принимал «Экспофорум» для поддержания деловой активности во время пандемии?

С. В.: В первую очередь мы интересовались у участников и посетителей, какие из мероприятий были бы им наиболее полезны. Также мы объясняли нашим партнерам, что они не понесут дополнительных затрат в связи со сложившейся ситуацией. Во-вторых, за прошедшие четыре месяца «Экспофорум» провел более 30 онлайн-мероприятий и конференций по различным тематикам, которые были просмотрены более 30 тыс. раз. Таким образом, мы формировали новые компетенции и улучшали свои навыки.

BG: Как вы оцениваете результаты проведения онлайн-мероприятий? Продолжите ли вы их практиковать?

С. В.: Ключевое преимущество онлайн-формата состоит в том, что он стирает границы и его можно продвигать везде, вне зависимости от страны проведения. Онлайн дает новые возможности с точки зрения работы с аудиторией в любой точке мира и привлечения спикеров, которые ни за какие деньги не приедут на очное мероприятие. Кроме того, онлайн, в отличие от офлайна, более долговечен. Но у него есть и ряд ограничений. Например, во время проведения очных мероприятий в течение трех дней можно устроить десятки встреч с клиентами. В ином случае на это понадобились бы месяцы или даже годы. Офлайну нет альтернативы, как нет альтернативы человеческому общению. Это прямые контакты, впечатления и эмоции, которые ничем не заменить. Вместе с тем можно использовать преимущество обоих форматов, проводя гибридные мероприятия. Мы планируем продолжать их активно тиражировать. Я считаю, что это новый этап развития «Экспофорума», который наступил из-за карантина и вынужденной дистанционной работы.

BG: Насколько в связи с простым уменьшилась ваша выручка?

С. В.: Практически до нуля. Три направления нашей деятельности — организация собственных мероприятий, сдача в аренду и кейтеринг — сейчас ничего не приносят. При этом затраты остались на прежнем уровне: нам надо платить налоги, зарплату. А новые форматы, связанные с диджитализацией, медиасопровождением и центром компетенций, пока только находятся на подъеме. Но все онлайн-мероприятия — это поддерживающие форматы, поскольку наша антикризисная стратегия — оставаться на радаре.

BG: Когда, по вашему мнению, удастся выйти на показатели прошлого года? Что нужно предпринять для восстановления спроса?

С. В.: Исходя из оптимистичного сценария, в 2021 году падение выручки составит до 40%. Но что-то предсказывать сейчас сложно. Пока, с одной стороны, ограничены международные передвижения, а большинство выставок — события с международным участием. С другой стороны, снизилась платежеспособность клиентов, а выставки и конгрессы — это зеркало экономики, и существует определенная статистическая привязка к национальному и региональному валовому продукту. Также все будет зависеть от ситуации в мире и от того, какое место в нем будет занимать Россия, используя выставки и конгрессы как инструмент для своего развития. Ведь без них невозможно выстроить новый экономический ландшафт: фактически, для того чтобы договориться, достаточно провести одно большое конгрессно-выставочное мероприятие на десятки тысяч участников. Именно поэтому мы считаем нашу отрасль уникальной панацеей от того, чтобы мир бизнеса не провалился в хаос.

BG: Что сейчас находится на повестке в РСВЯ? Какие основные задачи планируется решить до конца текущего года?

С. В.: За период с конца прошлого года до настоящего момента количество членов Российского союза выставок и ярмарок уже увеличилось почти на 30%. Также был разработан ряд ресурсов для коллективного использования — это информационные, маркетинговые и образовательные платформы, которые участники союза вряд ли бы создали самостоятельно. Среди наших первостепен-

ных задач — получение отраслью статуса стратегической, которого она, безусловно, заслуживает. Я убежден, что у России в условиях информационной войны нет иной альтернативы участвовать в мировой повестке, кроме организации и проведения конгрессно-выставочных мероприятий.

BG: Расскажите подробнее о разработанной РСВЯ стратегии развития конгрессно-выставочной отрасли в России. В чем ее основные особенности?

С. В.: В разрабатываемой стратегии выделены существующие на сегодняшний день мировые тренды и вызовы, которые они несут для России, и роли, которые играет конгрессно-выставочная отрасль в их решении. В ней мы также указываем на необходимость поддержания спроса на участие в выставках, предлагая компаниям субсидии, как это делается в развитых странах. Не менее важно и совершенствование соответствующей инфраструктуры, а также общетраслевая координация, поскольку нередко мероприятия в разных регионах конкурируют друг с другом. Хотя, безусловно, конкуренция должна иметь место, ведь территориальный маркетинг никто не отменял, но она часто неэффективна и непродуктивна. Поэтому создание территориально-отраслевой матрицы тоже входит в спектр задач, стоящих перед нами.

BG: Что необходимо сделать, чтобы крупные мероприятия и выставки проводились не только в Москве и Петербурге, но и в регионах? Достаточно ли сейчас у них соответствующих компетенций?

С. В.: Есть объективные факторы. Если говорить о выставках, то отмечу, что у нас гипертрофированная экономическая география: 80% всех финансов, главных офисов компаний, правительственных учреждений сейчас сосредоточено в Москве. Отсюда и структура выставочной деятельности, определяющая распределение экономического потенциала в стране. Однако в развитых экономиках должно быть несколько центров экономического развития. И с этим пока ничего не поделаешь. Если говорить о конгрессной деятельности, то здесь у регионов есть возможности для развития, если они будут концентрироваться на собственных уникальных компетенциях, чтобы проводить мероприятия мирового уровня. ■