

# «ПМЭФ — ЗНАКОВОЕ СОБЫТИЕ ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ, КАК ЛУЧ МАЯКА В ШТОРМ»

КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ БИЗНЕС, НЕСМОТЯ НА СЕРЬЕЗНЫЙ УДАР ПАНДЕМИИ, НАЧИНАЕТ ОЖИВАТЬ. СВИДЕТЕЛЬСТВО ТОМУ — ПРОВЕДЕНИЕ ПМЭФ. О ТОМ, КАК ОТРАСЛЬ ВЫХОДИТ ИЗ КРИЗИСА И ЧТО НУЖНО ПЕТЕРБУРГУ, ЧТОБЫ ЗАНИМАТЬ ЛИДИРУЮЩИЕ ПОЗИЦИИ, РАССКАЗАЛ СЕРГЕЙ ВОРОНКОВ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР «ЭКСПОФОРУМ-ИНТЕРНЭШНЛ», ПРЕЗИДЕНТ РОССИЙСКОГО СОЮЗА ВЫСТАВОК И ЯРМАРОК. АНАСТАСИЯ ДЕМИЧЕВА

**BUSINESS GUIDE:** Как отрасль пережила коронавирусный год. Каковы потери?

**СЕРГЕЙ ВОРОНКОВ:** Могу сказать, что отрасль выстояла, но мы еще в процессе выхода из кризиса. За месяцы вынужденного простоя падение по выручке варьируется от 40 до 60%. А по прибыли 70% компаний заявляют о том, что они в убытке. И мы на примере своей площадки можем эту историю подтвердить.

С августа 2020 года нам разрешили деятельность в Петербурге, Москве и ряде других регионов. Но пока говорить о восстановлении рано, по нашим прогнозам, если все будет развиваться в позитивном ключе, с учетом открытия границ, налаживания авиасообщения и возможности прибытия зарубежных участников, то на объемы 2019 года мы выйдем через три-четыре года. Однако, полагаю, в ближайшее время произойдет некоторое импортозамещение участников конгрессов и выставок в связи с переменами в экономической географии, где идет создание новых макрорегиональных рынков. Эти процессы, в свою очередь, связаны, в том числе, с новыми валютными зонами, о которых говорят в свете перспективы утраты доллара как основной расчетной валюты. И у России есть хороший шанс занять свою нишу в евроазиатском пространстве, где могут проходить серьезные макрорегиональные и мировые события.

**BG:** Каждый кризис приносит новые решения. Если подводить итоги, что бы вы назвали главным достижением ныне пережитого?

**С. В.:** Все компании и отрасль в целом осваивали рынок онлайн-мероприятий и онлайн-общения: то, о чем так долго говорили, свершилось в принудительном порядке. Также стало очевидно, что выживут те компании, которые смогут работать в гибридных форматах — в онлайн и офлайн.

Понятие «гибридный формат» — это ответ бизнеса не только на ограничения, вызванные пандемией, но и на переход от «экономики впечатлений» к «экономике внимания» (attention economy). Согласно последней теории, в современном мире внимание людей становится наиболее важным ресурсом, вокруг которого разворачивается конкурентная борьба.

Компаниям уже недостаточно произвести товар или услугу, сформировать через впечатления эмоциональную связь с брендом. В приоритете экосистемы, в которых потребитель сможет удовлетворять как можно больше потребностей через получение пакетов взаимосвязанных услуг. От еды и здоровья — до развлечений, поездок, покупок товаров и услуг через собственные маркетплейсы. Изоляция во время пандемии просто вытолкнула людей в среду виртуальной реальности и электронной



ЕВГЕНИЙ ПАНЕВЕНКО

коммерции. Сформировались новые потребительские привычки, перестроилась логистика удовлетворения потребностей.

Однако я уверен, что у отрасли еще будет второе рождение. Когда объемы информации растут такими темпами, отстает возможность верификации. А выставки, в части коммерческих контактов и общения между поставщиками и покупателями, играют роль словарей и энциклопедий. На выставке стоит ядро отрасли — сотни компаний, но ключевые и весомые участники видны сразу по месту и стенду. Также на экспозиции компании видно в материале, как она представлена, какой за ней бюджет, команда, производство, продукция, которую тоже можно потрогать руками.

**BG:** Какие ожидаете результаты от постковидного ПМЭФ?

**С. В.:** ПМЭФ — это знаковое событие, не только для России, но и для мира. Это символ форумов. Такого уровня представительства нет ни на одном другом форуме. Европа в локдаунах, в США непонятно что будет происходить. А Россия первая заявляет о проведении подобного мирового бизнес-мероприятия, и мы не только верим в успех, мы к этому еще и готовимся со всей ответственностью.

**BG:** Несколько лет назад была амбициозная задача для Петербурга войти в топ конгресс-городов Европы. Есть ли какие-то достижения в этой области?

**С. В.:** Да, Петербург сдвинулся со 137-го места на 123-е — это серьезная конкурентная борьба. На выставочном рынке Россия входит в пятерку стран мира, и это соответствует занимаемому месту экономики страны. А по конгрессам мы на 123-м месте, однако по нашим возможностям это ниже, чем мы могли бы. Здесь несколько причин, пер-

вая из которых — нераскрученность этого рынка и пока непонимание возможностей, которые за ним стоят. Вторая — это гипертрофированная экономическая география. У нас всего два центра, которые с точки зрения выставок и конгрессов занимают 80% всего российского рынка: Москва с 60% и Петербург с 20%, в то время как в любой стране есть как минимум четыре-пять ведущих экономических центров. Третья причина — это неготовность инфраструктуры. У Петербурга не было площадки, на которой можно было бы проводить профессионально мировые конгрессы с численностью свыше 3 тыс. человек.

Сейчас появился «Экспофорум», созданный как конгрессно-выставочный комплекс, где можно более 10 тыс. человек собирать на конгрессы и выставки. «Экспофорум» регулярно получает международное признание, в том числе он вошел в топ-25 площадок мира для посещения в 2018 году по версии Event MB, победитель в номинации «Многofункциональная недвижимость» федеральной премии ProEstate & CRE Federal Awards, победитель в номинации «Лучший конгрессно-выставочный и деловой центр России» премии Russian Business Travel & MICE Award 2019, в 2020-м вошел в топ-10 брендов Санкт-Петербурга. Буквально в мае 2021 года «Экспофорум» получил очередную награду — бронзу в глобальной профессиональной премии Global Event Awards в категории «крупные площадки» (Large Venue), которая считается одной из важнейших наград в событийной индустрии, своеобразный «Оскар» в области MICE. Благодаря нашему конгрессно-выставочному центру у Петербурга стали появляться мировые конгрессы — семь мы уже провели, а еще восемь проведем до

2028 года, заметьте, эти проекты в России никогда еще не проходили. Конкурируют за конгрессы даже не страны, а города. То есть не Россия с Францией, а Петербург и Москва с Парижем, с Лондоном, с Барселоной, с Берлином. И для того чтобы Петербургу войти в пятерку в Европе и десятку в мире, мы должны обеспечить определенное количество тех показателей, которые переходят в новое качество. Нужно увеличить количество инфраструктуры, и это не только наличие конгресс-отелей, также необходимо в десять раз больше компаний-операторов и организаторов, бизнесов, работающих на этом рынке.

Плюс доступность транспорта, чтобы из любой столицы мира можно было прилететь прямым авиарейсом. Если эта задача будет решаться естественным образом, то потребуются десятилетия. Нужна целенаправленная государственная политика, как в Барселоне, когда она решила стать телекоммуникационной столицей мира. Они пришли к организаторам мирового телекоммуникационного форума и сказали, что будут доплачивать каждый год €5 млн за то, чтобы быть принимающей стороной.

**BG:** Как вы оцениваете общероссийские перспективы конгрессно-выставочной индустрии? Какие тенденции видите?

**С. В.:** Конгрессы и выставки в России — это единственное средство формирования ее положительного имиджа и налаживания прямых контактов. Это самое мощное и эффективное средство мягкой силы и народной дипломатии. Потому что все, что можно о России прочитать и увидеть за рубежом, подается крайне жестко в негативном свете. Единственная возможность это переломить — пригласить бизнес-элиты к нам. Посетители конгрессно-выставочных мероприятий — это бизнесмены, ученые, инженеры, специалисты, представители мира искусства, то есть люди, которые формируют мировой контент развития. Благодаря, например, ПМЭФ в городе побывали сотни руководителей из списка «Форбс», которые рулят мировой экономикой. Вот это, я считаю, точечный прямой маркетинг, по эффективности гораздо мощнее, чем приезд болельщиков на чемпионат мира по футболу. А второй момент — конгрессно-выставочные площадки сейчас, когда все переместилось в онлайн, стали одним из немногих пространств для полноценного общения, новым институтом социализации наряду со СМИ, интернетом, образованием, семьей. А через живое человеческое общение формируется новое гражданское общество. Каждая выставка, конгресс, ивент — это до 15 тыс. человек, объединенных одной идеей. Я считаю, что XXI век — это век человеческого общения. ■