

это носит скорее локальный характер. «Сейчас больше всего страдают такие подрядчики, как шоумены, которые связаны с фокусами или художественными номерами. Если на ведущем и диджее на любой свадьбе сэкономить нельзя, то без остальных вполне можно обойтись», — рассказывает господин Пичугин.

Активно растущим трендом в проведении мероприятий стала гибридность, которая из-за дополнительного охвата, скорее всего, сохранится даже после снятия антиковидных ограничений. «В этом случае само событие проходит в офлайн-формате, и на него может прийти любой желающий. Но вместе с тем есть параллельная онлайн-часть, которая включает прямую трансляцию с события, параллельные онлайн-квизы, лотереи, активности для удаленных сотрудников и коллег. Это позволяет каждому участнику мероприятия присоединиться к нему в удобной форме», — поясняет госпожа Гуцина.

**ТЕСНОЙ КОМПАНИЕЙ** Как подчеркивают в Национальной ассоциации организаторов мероприятий, российский рынок event-услуг сегодня крайне централизован: на Москву приходится около половины всех игроков рынка, на Петербург — около 10%. «По нашим оценкам, в Северной столице около 300 компаний, оказывающих услуги по организации событий. Как правило они не являются узкоспециализированными и работают одновременно как для частного сегмента (свадьбы, юбилеи), так и для корпоративных и государственных заказчиков (внутрикорпоративные мероприятия, тимбилдинг, фестивали)», — делится госпожа Богданова. По данным исследования ВНИЦ R&C, оборот событийного рынка города по итогам 2020 года составил 17,1 млрд рублей.

При этом рынок Петербурга кардинально отличается от Москвы, замечает госпожа Белкова. Например, по количеству проводимых мероприятий. В столице также проходит больше событий численностью до 3 тыс. участников в банкетных и фуршетных форматах. В городе на Неве такие события, наоборот, невостребованы и даже редки. В том числе из-за дефицита больших площадок. «В сравнении с Москвой бюджеты и количество мероприятий в Петербурге действительно гораздо



СЕЙЧАС БОЛЬШЕ ВСЕГО СТРАДАЮТ ШОУМЕНЫ, КОТОРЫЕ СВЯЗАНЫ С ХУДОЖЕСТВЕННЫМИ НОМЕРАМИ. ЕСЛИ НА ВЕДУЩЕМ ИЛИ ДИДЖЕЕ СЭКОНОМИТЬ НЕЛЬЗЯ, ТО БЕЗ ОСТАЛЬНЫХ ВПОЛНЕ МОЖНО ОБОЙТИСЬ

ниже, так же, как и средний чек», — согласна Алиса Гуцина. — В последнее время наблюдается еще одна тенденция: очень крупные события в нашем городе начали проводить московские компании, и это расстраивает».

**СОВСЕМ ДРУГАЯ ВЕЧЕРИНКА** По мнению госпожи Белковой, основными проблемами в сфере организации мероприятий остаются резкое падение объема рынка и изменившиеся условия отмены мероприятий — индустрии в них крайне сложно развиваться. Затраты на содержание персонала и создание предложения высоки, а гарантий проведения события нет. Кроме того, не все форматы и мероприятия можно адаптировать под онлайн и гибриды, поэтому идет существенное сокращение как количества событий, так и бюджетов на их проведение.

«Сегодня многие компании стараются максимально взвешенно подходить к выбору event-инструментов, редислоцируя

бюджеты в такие цифровые каналы коммуникации, как таргетированная и контекстная реклама, дополнительное освещение в онлайн-СМИ, у блогеров и иногда посты в соцсетях и telegram-каналах», — перечисляет глава 4D. — Мы получаем в разы больше заказов на эти услуги, чем до начала карантина».

Учредитель event-агентства «360» Анна Масленникова обращает внимание на то, что за этот год в ее сегменте существенно сократилось количество игроков, в том числе крупных, при этом появились сильные фрилансеры — выходцы из этих агентств. «Клиенты стали более внимательно смотреть сметы и торговаться. На этом фоне ряд агентств демпингует, и это негативно сказывается на качестве услуг», — также подчеркивает она.

По словам Марии Богдановой, основная проблема на данный момент — отсутствие прозрачности в части разрешений на проведение мероприятий и системного подхода к правилам безопасности на со-

бытиях: «Мы сталкивались с ситуацией, когда одновременно крупные события могли проходить, а небольшие — отменяться из-за эпидемиологической обстановки. И это проблема федерального масштаба». Участники сегмента жалуются на невозможность планирования, так как до сих пор ситуация на рынке меняется практически каждый день.

Госпожа Богданова при этом предполагает, что по итогам года многие компании смогут выйти если не на допандемийный, то хотя бы на сопоставимый уровень. А по прогнозу Алисы Гуциной, рынок станет более или менее стабильным лишь к декабрю 2022 года. «Сейчас компании оживают и начинают проводить микромероприятия, но это далеко не тот объем, который был раньше», — описывает она. «Некоторые агентства действительно уже вышли на уровень до пандемии, но для полного восстановления еще должны открыться границы и пройти минимум года два», — объясняет Анна Масленникова. ■

## КОМАНДНЫЕ ПЛЯСКИ ДОСУГОВЫЕ КУРСЫ ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ ЗАКРЫВАЮТ ОДНУ ИЗ ГЛАВНЫХ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ПОТРЕБНОСТЕЙ — ПРИНАДЛЕЖНОСТЬ К СОЦИАЛЬНОЙ ГРУППЕ. В ЦЕЛОМ ИНТЕРАКТИВНОСТЬ ВРЕМЯПРОВОЖДЕНИЯ В ВИДЕ ЗАНЯТИЙ И УЧАСТИЯ В КУЛЬТУРНО-МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ — ЭТО ТРЕНД ПОСЛЕДНИХ ЛЕТ, ГОВОРЯТ ЭКСПЕРТЫ. ПРИ ЭТОМ ОБУЧЕНИЕ ТАНЦАМ, ВОКАЛУ ИЛИ ГОНЧАРНЫЕ КЛАССЫ ВОСТРЕБОВАНЫ НЕ ТОЛЬКО У ИНДИВИДУАЛЬНЫХ, НО И У КОРПОРАТИВНЫХ КЛИЕНТОВ. КСЕНИЯ ПОТАПОВА

По признанию участников сегмента, основным направлением, с которым им приходится конкурировать за внимание потребителя, остается фитнес. Правда, есть одна особенность. «Многие покупают фитнес-абонементы на год, а затем успешно не ходят на занятия. Это объясняется тем, что те же танцы — групповой вид досуга. А фитнесом человек обычно

вынужден заниматься в одиночку. Принадлежность к группе — одна из наших базовых потребностей. Другими словами, заниматься самостоятельно часто скучно и некомфортно, а в тусовке мы чувствуем себя безопасно, спокойно и уверенно. Если бы фитнес смог создать тусовочный подход к занятиям, то эти клубы посещали бы чаще», — считает

Артур Кондраков, руководитель проекта Hobbyclick.

По наблюдению игроков рынка, лидирующее положение среди популярных направлений занимают танцы. «После открытия первого зала Tequila Dance в 1996 году мы оказались второй коммерческой школой танцев в Петербурге. И когда на рынок вышла третья, я посчитал ситуацию

критической из-за большой конкуренции. Сейчас танцевальных студий в городе более двух тысяч. Популярны они потому, что не требуют сложного реквизита и обеспечивают ту самую тусовку, в отличие, например, от уроков вокала, фортепиано, а порой и живописи, где серьезные занятия по большей части индивидуальные», — добавляет господин Кондраков. → 50