



Как создать «зеленую улицу» для производителей импортозамещающей продукции на наших выставках?

В рамках деловой программы IV Международного Евразийского Ивент Форума в Санкт-Петербурге состоялось расширенное заседание выставочного Комитета ТПП РФ. Основной вопрос повестки дня – о роли выставок, ярмарок и конгрессов в решении задач импортозамещения



Открывая заседание, председатель Комитета, генеральный директор ЗАО «Экспоцентр» **Сергей Беднов** акцентировал внимание на ключевых вопросах, которые стоят сегодня перед выставочным сообществом страны. Каковы функции выставочной отрасли в процессе импортозамещения, и, по сути, в перестройке экономической модели развития? Что наиболее важно в этом вопросе?

Развитие высокотехнологичных, экспорто-ориентированных и импортозамещающих производств – основа экономической устойчивости любой страны. А выставки – это возможность коммерческого и некоммерческого доступа к новым технологиям, лучшим мировым достижениям и практикам в интересах национальной экономики – уверен он.

Все большее распространение получают в последнее время выставки инновационной направленности, где демонстрируются конкурентоспособные отечественные разработки в области энергосбережения, космических, медицинских, информационных и иных видов технологий.

И самая главная задача – активизировать работу по привлечению к участию в выставках новых перспективных поставщиков высокотехнологичного оборудования, разработчиков программного обеспечения, IT-технологий и т.д.

Задача выставочников – предоставить современные площадки и создать все условия для эффективной реализации конкурентного потенциала отечественных производителей. Однако решение этой задачи невозможно без взаимодействия государства и выставочного бизнеса.

Очень важно развивать сотрудничество и кооперацию при организации мероприятий с отраслевыми союзами и ассоциациями, причем как с российскими, так и с зарубежными.

Необходимо организовывать на всех промышленных выставках России специальные экспозиции импортозамещающей продукции, имеющей экспортный потенциал. Стратегически важной задачей является повышение коммерческой и информационной отдачи от выставок, повышение их эффективности в целом. Тематика импортозамещения должна быть включена в программы сопутствующих конгрессных мероприятий.

Конечно, все организаторы имеют собственные финансовые проблемы.

Но, несмотря на это, организаторы должны искать возможность устанавливать дифференцированные цены на участие для производителей высокотехнологичной продукции, работающих по программе импортозамещения.

Думаю, что региональные власти могли бы продумать вопрос оптимизации расходов на грузоперевозки и поездки на выставки представителей предприятий, работающих по этой программе.

Подводя итоги, можно сказать, что организаторы на своих выставках должны создавать «зеленую улицу» для отечественных производителей импортозамещающей продукции.



Начальник Управления по связям со СМИ, маркетинга и конгрессно-выставочной деятельности Правительства Санкт-Петербурга **Алексей Яковлев** напомнил, что в соответствии с поручением Президента России, в каждом регионе должен быть разработан свой план по импортозамещению.

Комитет по промышленной политике и инновациям Санкт-Петербурга такой план подготовил. Среди прочих, в него включены и мероприятия, связанные с развитием выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

Говоря о региональных планах импортозамещения, выступающий посоветовал выставочному сообществу активной отслеживать ситуацию и добиваться нужных решений на местах, в своих регионах. Речь идет о том, чтобы в каждом таком плане были прописаны организационные и финансовые меры поддержки лучших отраслевых выставок как инструмента продвижения импортозамещающей продукции.

Импортозамещение должно включать не только вытеснение импортных товаров продукцией отечественных предприятий, но и замену импортного сырья и комплектующих, используемых на наших заводах, на отечественные аналоги. Таким образом, наша продукция становится еще более конкурентоспособной по цене, а в процесс импортозамещения вовлекается гораздо больше предприятий.



Директор Департамента выставочной и конгрессной деятельности ТПП РФ **Игорь Короткин** считает, что сложившаяся экономическая ситуация, вызванная снижением цен на энергоносители, напряженностью на территории сопредельных государств и искусственным ограничением международных торговых отношений в виде антироссийских санкций, объективно вызывает необходимость импортозамещения.

Задачи импортозамещения определены Правительством России. Прежде всего, это обеспечение национальной государственной безопасности, достижение технологической независимости в ключевых областях.

Реализация стратегии включает в себя переход от производства простых товаров к наукоемким, рост занятости населения, повышение уровня образования и квалификации.

Следует активно использовать такие механизмы, как Центр кредитно-страховой поддержки для несырьевых компаний, Фонд развития промышленности. И здесь как раз закладываются статьи субсидирования участия промышленных предприятий, производящих товары по импортозамещению, в выставках.

Выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность может и должна стать одним из важнейших инструментов импортозамещения. Чем выставки помогают решить эту задачу? Они обеспечивают продвижение лучших отечественных товаров на внутреннем и внешнем рынках, содействуют технологической модернизации, росту экспорта, укреплению промышленного потенциала и, в целом, улучшают инвестиционный климат и усиливают позиции России в глобальной экономике.

По прогнозным оценкам Минпромторга России, предполагается, что к 2020 году зависимость от импорта в нашей стране по различным отраслям должна быть снижена от 70-90% до 50-60%.

При организации выставок следует обратить внимание на долю импорта в различных отраслях экономики. По оценке специалистов, самые лучшие условия для импортозамещения складываются сегодня в металлургии и агропромышленном комплексе. Более скромные перспективы – в химической промышленности, фармацевтике, лесоперерабатывающей и целлюлозной отрасли. Наиболее сложная ситуация наблюдается в легкой промышленности, где практически 95% продукции закупается по импорту.

И все эти факторы надо учитывать при планировании выставок, продвигающих отечественную продукцию в целях импортозамещения.



Генеральный директор компании «Русском Ай Ти Системс» **Андрей Жуковский** поддержал предложение организации на отраслевых выставках специальных разделов по тематике импортозамещения. По его словам, речь должна идти о простой экспозиции отечественной продукции, участие в которой будет недорого и доступно.

Информация о товарах с фотографиями и полным описанием должна публиковаться в каталогах. Такие разделы можно сделать единообразными на разных выставках под общим брендом, к примеру, «Выставки России – для импортозамещения», поставить логотипы ТПП РФ и РСВЯ, а далее – активно продвигать эту форму работы.

Президент ГП «РЕСТЭК» **Сергей Трофимов** уверен, что для повышения эффективности работы российских производителей товаров и услуг в сфере



импортозамещения, выставочное сообщество должно активно помогать бизнесу. На всех крупнейших отраслевых выставках нужно создавать консалтинговые и обучающие центры, в рамках которых ключевые специалисты федерального масштаба (чиновники и эксперты) будут оказывать консультационную помощь и вести программы обучения предпринимателей.

Помимо этого, нужно разработать конкретные рекомендации для бизнеса: в каких отраслях промышленности задачи импортозамещения реально выполнимы, а где в силу сложившейся ситуации решить их практически невозможно.

Другое предложение – создать выставочный портал в Интернете с информацией о том, что и где требуется для импортозамещения. Данный ресурс призван стать своеобразной «дорожной картой» для тысяч компаний малого и среднего бизнеса, готовых включиться в процесс выпуска конкурентоспособной отечественной продукции, способной вытеснить импорт.

Сергей Трофимов вернулся также к вопросу подготовки Федерального закона о выставочно-конгрессной деятельности. Дело в том, что выставочный бизнес не может полностью регулироваться положениями Федерального закона о промышленной политике, поскольку более половины выставочных тематик он не охватывает (согласно классификатору UFI только 45% тематик из 105 можно отнести к промышленным).



Исполнительный директор РСВЯ Людмила Смородова и генеральный директор ВЗАО «Нижегородская ярмарка» Валерий Барулин

Генеральный директор ВЗАО «Нижегородская ярмарка» **Валерий Барулин** призвал перестать надеяться на государственный бюджет. Надеяться можно только на себя. Надо думать, что мы сами можем сделать для развития своей отрасли? С кем предстоит работать? Какие отрасли можно еще возродить и развивать на основе импортозамещения?

Организаторам стоит подумать о расширении пакета выставочных услуг

для импортозамещающих предприятий, причем без повышения стоимости. Надо плотней работать с экспонентами, помогать им, учить, объяснять, как в кризис выставки помогают в продвижении продукции, выходе на новые рынки и т.д.



По мнению генерального директора компании «ИТЕ Москва» **Александра Шталенкова**, серьезные изменения в выставочной отрасли неизбежны, поскольку российские компании не могут платить за участие в выставках и сопутствующие услуги столько же, сколько платили иностранные фирмы-импортеры, уходящие с рынка. Между тем, переход к импортозамещению связан с усилением внимания к участию в выставках именно российских производителей.

Как выставочное сообщество может помочь отечественным компаниям продвигать свой товар?

Прежде всего, организаторам придется перенастраивать ценовую политику по всей цепочке предоставления выставочных услуг. Мы должны чувствовать свою ответственность и не вносить собственный вклад в раскрутку инфляции, несмотря на сложность, которые испытывают сейчас все выставочные компании.

Перестройку мы должны начинать с себя. Так, к примеру, целый ряд товаров и услуг мы до сих пор продаем друг другу за евро. Настало время искать поставщиков материалов и услуг в России, работающих за рубли и по справедливым ценам.

Поскольку в выставочной отрасли государство напрямую не руководит ценообразованием, мы сами должны договариваться и гармонизировать экономические отношения в отрасли. Иначе будет плохо всем: и нам, и предприятиям, для которых проводятся выставки.

С особым мнением выступил генеральный директор компании «СОУД – Сочинские выставки» **Юрий Захарченко**.

В отличие от своих коллег, он уверен, что выставочники не должны быть посредниками в торгово-экономической деятельности. Наша задача – делать выставки. Поиск партнеров и налаживание деловых связей – задача отраслевых ассоциаций. Так, к примеру, Российский союз строителей имеет специальный департамент, занимающийся такой работой.

И еще один немаловажный вопрос. В Краснодарском крае выделяют средства по статье «инвестиционно-выставочная деятельность». Но как используются эти деньги – отдельная тема. В 2015 году, как и раньше, большая делегация региона выехала на выставку «Зеленая неделя» в Берлин. Спрашивается – зачем?

РЕКОМЕНДАЦИИ

расширенного заседания Комитета ТПП РФ по выставочно-ярмарочной деятельности и поддержке товаропроизводителей и экспортеров в Санкт-Петербурге

1. Рекомендовать территориальным торгово-промышленным палатам в координации с администрациями субъектов Российской Федерации принять участие в осуществлении планов импортозамещения, придавая важное значение выставочно-ярмарочной деятельности как эффективному механизму продвижения отечественной продукции.

2. Рекомендовать территориальным торгово-промышленным палатам, выставочным компаниям:

- проводить работу, нацеленную на повышение отдачи от участия в выставках отечественных компаний, по обучению выставочных кадров, продвижению российских брендов; практиковать на выставках организацию консалтинговых центров, размещение информации об отечественных товаропроизводителях;
- предлагать расширенный пакет услуг для участников выставок, выстраивать адресную работу с потенциальными экспонентами;

- совершенствовать ценовую политику, добиваясь снижения затрат экспонентов при одновременном расширении пакета услуг;

- активно поддерживать участие предприятий малого и среднего бизнеса в торгово-промышленных выставках, используя возможности действующих программ по поддержке малых и средних предприятий по линии Министерства экономического развития России.

От редакции:

Станут ли выставки важнейшим инструментом импортозамещения?

На заседании Комитета было высказано немало конкретных предложений, часть из них вошла в приведенные выше итоговые рекомендации. Исполняются ли они на практике? Какова ситуация сегодня? Пока много неясного:

- сколько среди участников отраслевых выставок российских товаропроизводителей (или их дилеров)?
- есть ли среди экспонентов российские предприятия, работающие по программе импортозамещения?
- предоставляют ли организаторы им какие-либо льготы?
- рассматриваются ли вопросы импортозамещения в рамках сопутствующей деловой программы мероприятия?

В ответ на последний из перечисленных выше вопросов положительные меры можно привести уже сегодня.

В рамках крупнейшей в своей отрасли международной выставки **«Связь-Экспокомм»** в «Экспоцентре» состоялся 1-й Медиа-коммуникационный форум и я круглый стол «Импортозамещение в софтверной сфере».

То, что в заседании кроме российских производителей программного обеспечения приняли участие представители Государственной Думы, Совета Федерации, Минкомсвязи РФ и профильных ассоциаций свидетельствует о признании важной роли выставочных мероприятий в решении задач по импортозамещению.

Участники круглого стола подробно обсудили перспективы принятия нормативных документов, определяющих меры поддержки отечественного программного обеспечения.

Сейчас доля иностранного программного обеспечения на российском рынке составляет порядка 75%. При этом в большинстве сегментов рынка есть конкурентоспособные российские продукты. Именно поэтому в Государственную Думу внесен законопроект, предполагающий создание реестра отечественного программного обеспечения и предоставление преференций программному обеспечению из этого реестра при закупках в государственный сектор.

На завершающей стадии проработки находится проект постановления Правительства России, который также предусматривает создание реестра отечественных программных решений и ограничение допуска к государственным закупкам иностранных программ.

Важным шагом в реализации политики импортозамещения должно стать стимулирование государственного спроса на отечественные разработки - эти меры не требуют дополнительного бюджетного финансирования и могут быть реализованы в ближайшее время.

Параллельно прошла экспертная дискуссия, посвященная первым результатам импортозамещения в России в сфере телекоммуникаций, роли государства и бизнеса в этом процессе, а также вопросам национальной безопасности.

Одной из главных тем деловой программы крупнейшей в России международной специализированной выставки **«Металлообработка-2015»** в «Экспоцентре» также стала тема импортозамещения.

В рамках смотра состоится III Всероссийский Форум «Металлообработка: Стратегия 2015-2017». Темы обсуждения: стратегия импортозамещения в металлообрабатывающей отрасли, поиск и привлечение капитала для модернизации технопарка и приобретения новых технологий, построение эф-

фективной системы сбыта предприятий. Помимо этого, группа компаний ADEM подготовила презентацию «Современные импортозамещающие российские решения в области программирования станков с ЧПУ»

Как известно, государство принимает необходимые меры для обеспечения импортозамещения. В начале апреля Минпромторг России ведомственными приказами утвердил 19 отраслевых планов мероприятий по импортозамещению по гражданским секторам промышленности.

Планы, включающие 2059 проектов, были подготовлены в результате оценки и ранжирования более 4 000 проектов на основе перечня приоритетных и критических видов продукции.

Предварительно планы обсуждались с представителями профессиональных объединений и с экспертами, работающими в различных отраслях экономики в рамках Общественного совета при Минпромторге России. Затем проекты документов были согласованы с профильными министерствами и крупнейшими компаниями, формирующими спрос на соответствующую продукцию.





Выставки должны привлекать инвестиции в Россию

Как этого добиться?

В ТПП РФ состоялось совместное заседание двух Комитетов палаты: по инвестиционной политике и по выставочно-ярмарочной деятельности и поддержке товаропроизводителей и экспортеров. Тема встречи: «Выставки и коммуникационные площадки как эффективный инструмент привлечения инвестиций»

Открывая заседание, председатель Комитета ТПП РФ по инвестиционной политике **Антон Данилов-Данильян** обозначил основной вопрос повестки дня: в какой мере процессы привлечения в Россию инвестиций могут опираться на выставочный бизнес, и что надо сделать, чтобы повысить эффективность этой работы.

Председатель выставочного Комитета ТПП РФ, генеральный директор ЦВК «Экспоцентр» **Сергей Беднов** напомнил, что крупные отраслевые выставки являются самой задействованной коммуникационной площадкой, на которой встречаются инвесторы и производители. Именно здесь крупные игроки рынка могут оценить возможности инвестирования в конкретные проекты и целые сектора экономики.

Старший советник генерального директора ЗА «Экспоцентр» **Владимир Спиридонов** предложил рассматривать в качестве объекта инвестирования инфраструктуру выставочного бизнеса.

Дефицит технически оснащенных выставочных комплексов в регионах остается одной из главных проблем. Львиная доля (более 70% таких объектов) построена на частные инвестиции, и расположена в Москве и Санкт-Петербурге.

Во многих регионах выставочная инфраструктура морально и физически устарела и потому непривлекательна для инвесторов. Сказываются и долгие сроки окупаемости объектов, и общая недооценка роли выставочной отрасли в региональной экономике.

Директор Департамента выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности **Игорь Коротин** рассказал об итогах опросов представителей региональных администраций. Более чем в 50 регионах заявили о заинтересованности развивать выставочную инфраструктуру в связи с нехваткой современных выставочно-конгрессных центров. В целом, количество комплексов предлагается увеличить в 2 раза.

Для решения этой задачи губернаторы хотят привлекать именно отечественных инвесторов, а выставки рассматривают как инструмент повышения внутреннего товарооборота, импортозамещения и развития региональной экономики.

Готовность развивать инфраструктуру выставочно-конгрессного бизнеса на своей территории подтвердили представители администраций Астраханской, Курской, Томской областей и Краснодарского края.



Президент ВО «Рестэк» **Сергей Трофимов** отметил, что важнейшим фактором привлечения инвестиций в страну стали международные экономические форумы, совмещающие мероприятия инвестиционного характера и традиционные выставки. Система инвестиционных форумов в России должна строиться на федеральном и региональном уровнях. Необходимо, в том числе и с помощью ТПП, формировать межрегиональные площадки. Самое простое и правильное – готовить инвестиционные форумы на уровне федеральных округов.

Его поддержала ведущий эксперт компании «AlmazCapital Partners» **Любовь Симонова-Емельянова**.

В качестве площадок для контактов представителей предприятий и инвесторов сегодня выступают не только венчурные ярмарки. Классический инструмент, объединяющий выставочную и инвестиционную составляющую, – Петербургский экономический форум. Замечательно работают региональные технопарки, в частности в Томске и Новосибирске.

Другая проблема. Всегда ли руководители компаний, нуждающихся в инвестициях, могут профессионально представить свои проекты? Производителям надо уметь разговаривать с инвесторами. В то же время, и крупные промышленные корпорации, готовые инвестировать в перспективные проекты, должны четко формулировать стратегию своей инвестиционной политики – что им конкретно нужно.

Генеральный директор научно-исследовательского предприятия «Вискер» **Михаил Гиваргизов** поделился опытом участия в мероприятиях двух форматов. На традиционной выставке ты предлагаешь

конечную продукцию, – отметил он, – а вот когда появляешься на венчурной ярмарке, то торгуешь акциями компании.

Особенность венчурных ярмарок заключается в том, что состав их участников ежегодно обновляется на 30%, а значит, за три года он меняется полностью.

Соответственно, большая часть участников венчурных ярмарок – люди новые, неопытные, не знающие, как профессионально подготовить и запустить в работу проект за счет привлечения инвестиций, а значит, их этому надо учить.

В заседании также приняли участие директор-координатор Российской венчурной ярмарки Игорь Gladких, заместитель генерального директора ОАО «ВДНХ» Михаил Ан, представители других выставочных компаний.

По итогам встречи рекомендовано:

- на основе предложений региональных властей подготовить перечень проектов по строительству и реконструкции объектов выставочно-конгрессной инфраструктуры в регионах и разместить его на сайте палаты (на электронных страницах обоих Комитетов ТПП РФ);

- направить в Минпромторг России предложения по повышению эффективности использования выставок для привлечения инвестиций в экономику страны.

Также рекомендовано разместить на электронной странице Комитета ТПП РФ по инвестиционной политике методологию сбора и анализа основных параметров деятельности российских фондов и прямых венчурных инвестиций и обзор российского рынка прямых и венчурных инвестиций за 2014 год.

Будут ли выполнены эти рекомендации, покажет время.