

Марк Гранье: да здравствует кризис!

В середине октября по приглашению Национального агентства по развитию региона Париж Иль де Франс (ARD) представители Информационного выставочного агентства «ИнформЭКСПО» посетили одну из крупнейших продовольственных выставок мира SIAL-2008, проходившую в выставочном центре Пари-Норд Вильпент (Parc des Expositions Paris-Nord Villepinte). В рамках поездки состоялись встречи с **Марком Гранье (Marc Granier)**, заместителем генерального директора VIPARIS, новой структуры, владеющей десятью выставочными комплексами Парижа, и **Жан-Люком Марго-Дюкло (Jean-Luc Margot-Duclot)**, директором департамента профессиональных мероприятий ARD. По просьбе редакции они поделились своим взглядом на развитие ситуации на выставочном рынке Парижского региона



Марк Гранье



Жан-Люк Марго-Дюкло

Редакция: Как известно, в начале 2008 года Торгово-промышленная Палата Парижа и финансовая группа Unibail-Rodamco подписали договор об объединении деятельности в выставочно-конгрессной сфере. Кооперация включает все уровни – от прав собственности и управления выставочными центрами до организации мероприятий.

Управление собственностью поручено компании VIPARIS, владеющей десятью выставочными центрами Парижского региона из одиннадцати. Организацией выставок занимается фирма Comexposium, в которую вошли два ведущих организатора французских выставок – Comexpro и Expositum. Две эти компании образуют Группу VIPARIS. Прошло полгода. Как сегодня можно оценить первые итоги столь масштабного объединения?

Марк Гранье: Главная цель слияния – сделать Париж центром действительно крупнейших мировых выставок. Ком-

пания VIPARIS, владеющая сегодня 95% выставочных комплексов Парижского региона, создавалась как мощный игрок выставочного рынка, конкурентоспособный по отношению к ведущим выставочным центрам Германии и Италии. Ни для кого не секрет, что выставочная конкуренция в Европе сейчас очень высока, и постоянно обостряется.

Задача VIPARIS – исключительно управление выставочными комплексами: логистика, операции с недвижимостью, привлечение инвестиций в развитие.

Организацией выставок занимается Comexposium. У этих структур одни и те же акционеры, но они разделены юридически.

При этом VIPARIS не только владеет крупнейшими выставочными центрами, но и развивает их. Так, в комплексе Пари Норд Вильпент в 2007 году появился новый павильон, а сейчас строится еще один – он должен войти в строй в 2010 году. Наша цель – довести объем экспозиционной площади до 350 тыс. кв. м (сейчас здесь имеется 246 тыс. кв. м).

Хотел бы особо отметить, что в развитие выставочной деятельности Парижа не вкладываются государственные средства. Ни единого евро! Здесь «работают» только частные инвестиции, деньги инвесторов, которые мы привлекаем на строительство и обновление инфраструктуры.

В целом, появление Группы VIPARIS себя полностью оправдало. Результаты – налицо, и они вполне конкретны. Уже сейчас Париж может принимать крупные мероприятия, проходящие на нескольких площадках, которые мы раньше проводить не могли.

Главное – полностью исчезла внутренняя конкуренция. Раньше Пари Норд Вильпент и Порт де Версаль постоянно пытались отнять друг у друга клиентов. Сейчас это в прошлом. Мы сообщаем конкурируем за экспонентов с Миланом и Дюссельдорфом.

Улучшилось взаимодействие с органами власти. Когда комплексы принадлежали разным владельцам, договориться было достаточно сложно. Сейчас все гораздо проще. Мы чувствуем всемерную помощь и поддержку властей. Хотим провести шествие по Елисейским полям – пожалуйста! Надо решить вопросы, связанные с использованием автомобильных дорог для доставки посетителей, – нет проблем.

Конечно, власть не дает нам денег, но мы их и не просим, они нам не нужны. Мы сами их зарабатываем, но в организационном плане ситуация изменилась коренным образом.

Редакция: Какова доля Группы VIPARIS на выставочном рынке Парижского региона?

Марк Гранье: Ежегодно Париж принимает около 400 выставок, 80-90 тысяч экспонентов и 9-10 миллионов целевых посетителей. Годовой оборот выставочного бизнеса – примерно 400 млн долларов. При этом на площадях, управляемых VIPARIS, проходит более 180 мероприятий, в которых участвуют свыше 35 тыс. экспонентов и 4,1 млн посетителей.

Среди всех выставок Парижского региона примерно одну треть проводит компания Reed Exposition France (отделение крупнейшего мирового выставочного оператора Reed Exhibitions), треть – компания Comexposium (акционеры те же, что и у VIPARIS), и треть – другие операторы. Так, некоторые всемирно известные салоны – Аэрокосмический салон в Ле Бурже, Парижский Автомобильный Салон и крупнейшие выставки моды проводят профессиональные ассоциации и объединения, работающие в этих отраслях.

Редакция: Что можно сказать о роли Национального агентства по развитию региона Париж Иль де Франс (ARD) в развитии выставочного бизнеса?

Жан-Люк Марго-Дюкло: Конечно, ARD не вкладывает средства в выставочную отрасль, которая у нас является частной. Однако мы проанализировали экономическую ситуацию и пришли к выводу, что она чрезвычайно важна для региона, и мы должны всеми силами содействовать ее развитию, в частности, привлечению экспонентов и продвижению парижских выставок на международную арену.

Именно поэтому одной из главных целей агентства ARD является создание имиджа региона как места, наиболее благоприятного для проведения международных выставок.

Впрочем, сделать это не так уж и сложно. В некоторых отраслях наши специализированные выставки являются смотрями №1 в мире.

Как известно, в Парижском регионе проживает 12 миллионов жителей. Мы занимаем первое место в Европе по количеству зарегистрированных фирм, объемам инвестиций и выставочной деятельности.

Огромную роль играет тот факт, что Париж был и остается самым удобным транспортным узлом: примерно 360 млн европейцев могут добраться до нас меньше чем за три часа (на самолете), либо – за два часа на скоростном поезде.

При этом Париж может предоставить 150 тыс. номеров в отелях, что в два раза превосходит аналогичные возможности Лондона и Нью-Йорка.

Надо ли говорить, что Париж был и остается одним из самых притягательных и завораживающих туристических центров Европы, обладающим уникальными историческими памятниками, неповторимой архитектурой, всемирно известными ресторанами и кабаре... Париж – он всегда Париж!

Редакция: Существуют ли во Франции государственные программы поддержки французских экспонентов на зарубежных выставках, прежде всего, в вопросе компенсации части выставочных затрат. В Германии, как известно, на эти цели в 2009 году выделяется 38 миллионов евро.

Марк Гранье: Во Франции выставочная отрасль – полностью частная, и государство нам никак не помогает, как это происходит в Италии или Германии.

Впрочем, есть один финансовый механизм – страховая поддержка COFAS. Некоторые французские экспортеры им пользуются. Экспонент может получить средства на аренду нескольких квадратных метров экспозиции, при этом, если бизнес компании в новой стране будет развиваться, он эти деньги должен вернуть. Ну, а если этого не случится, COFAS спишет свои средства в убытки.

Германия на поддержку экспонентов за рубежом расходует примерно в 10 раз больше средств, чем Франция, причем там речь идет о прямых субвенциях, в то время как у нас – о страховке, которую надо возвращать.

Редакция: Как проходит во Франции независимый аудит выставочной статистики?

Марк Гранье: Во Франции организаторы выставок обязаны предоставлять статистические данные о своих мероприятиях в государственные органы.

Конечно, у выставочников всегда есть искушение немного подправить цифры, но они знают: государство в любой момент может их проверить.

У нас работают три независимые компании, которые проводят выставочный аудит по правилам Всемирной ассоциации выставочной индустрии UFI. Организаторы вправе воспользоваться услугами любой из них, причем плата за это очень небольшая.

Редакция: Как можно оценить влияние мирового финансового кризиса на выставочную деятельность?

Марк Гранье: Пока мы никак не почувствовали этот кризис. И, скорее всего, не почувствуем. Прежде всего, потому что формирование экспозиций крупных специализированных смотров, таких как SIAL, заканчивается примерно за 6-7 месяцев до открытия. Соответственно, все проходящее в 2008 году выставки формировались до обострения кризиса.

Когда кризис закончится – мы надемся – экспоненты опять же будут подавать заявки на участие заранее. В этом плане критический период для нас должен быть достаточно коротким.

Более того, поскольку многие наши выставки – мировые лидеры в своих сегментах экономики, они при любом раскладе останутся важнейшим маркетинговым инструментом развития бизнеса экспонентов. В этом отношении они имеют большое преимущество по сравнению с другими выставками, играющими меньшую роль в своих отраслях.

Думаю, кризис принесет нам пользу. В этот период производители и поставщики особенно остро нуждаются в физическом контакте со своими дистрибуторами и потребителями. Как иначе понять, что нужно рынку?

И потому – да здравствует кризис! Оценивая ситуацию, надо делать разграничения между реальным сектором экономики – производством и торговлей, и финансовой сферой, которая во многом находится в сфере виртуально-эфемерной.

Крупные выставки кризис не затронет. Ну, а что касается небольших мероприятий национального уровня, они, конечно, могут пострадать. Впрочем, тот факт, что они будут исчезать или уменьшаться, компенсируется развитием крупных выставок.

Жан-Люк Марго-Дюкло: Хотел бы добавить несколько слов к тому, что сказал Марк Гранье. На самом деле мы очень серьезно относимся к



Марк Гранье знает, что читать!

происходящим событиям и внимательно следим за ситуацией. Сегодня никто не может знать заранее, как кризис будет развиваться, и каково наше будущее.

В то же время, мы должны воспользоваться ситуацией. Производство и торговля между странами никуда не исчезнут, а значит, им нужны выставки.

Для нас кризис является дополнительным стимулом усиления работы по привлечению экспонентов на выставки региона, повышению роли Парижа как места проведения крупных профессиональных выставок мирового уровня, укреплению своих позиций в конкурентной борьбе.

Помимо этого, кризис может привести к возникновению новых сегментов экономики, которые потребуют новых тематических выставок.

Сейчас много говорится о том, что какие-то мероприятия могут погибнуть. Вполне возможно. Однако надо помнить, что среди исчезающих выставок есть проекты, которые в любом случае прекратили бы свое существование, независимо от кризисов.

Каждая профессиональная выставка – это событие, структура, которая постоянно меняется под влиянием обстоятельств, адаптируется к ситуации.

