

# Рабочий юбилей: в Москве прошел 1000-й выставочный аудит

**Юбилейной стала международная выставка «СJF – ДЕТСКАЯ МОДА. ВЕСНА - 2015».**

**Организатор – «Экспоцентр»**

**Аудитор – «Русском Ай Ти Системс»**

Вот уже в течение десяти лет (с 2005 года по настоящее время) в России действует система проверки выставочных мероприятий – аудит выставочной статистики по правилам и под контролем Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) и Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ).

## РАЗОРВАТЬ ПОРОЧНЫЙ КРУГ...

Чем было вызвано появление аудита? Говоря о ситуации на выставочном рынке России, сложившейся к 2005 году, президент РСВЯ **Сергей Алексеев** писал:

«По действующей статистике Россия суммарно за год продает площадей на всех выставках в два раза меньше, чем в Германии. При этом посетителей у нас в два раза больше. Совершенно ясно, что эти цифры далеки от реальности» («Экспло-Ведомости», №1, 2005).

За год до этого генеральный директор компании «Русском Ай Ти Системс» **Андрей Жуковский** объяснял читателям журнала суть вопроса:

– «Основная проблема, существующая в настоящее время, – повсеместное искажение информации, предоставляемой организаторами. Один из самых главных аргументов такого искажения – конкуренция. Директора выставочных компаний не хотят, чтобы их детище, пусть даже на бумаге, было в два-три раза меньше, чем у конкурентов, считая, что это может повлиять на выбор экспонентов. Стать здесь первым и начать заявлять реальные цифры – непростая задача. Но этот круг можно и нужно разорвать» («Экспло-Ведомости», №1, 2004).

И этот круг был разорван, прежде всего, благодаря твердой воле и постоянной целенаправленной работе президента и Исполнительной дирекции РСВЯ. Однако сделать это было далеко непросто.

По словам Исполнительного директора РСВЯ **Людмилы Смородовой**, система выставочного аудита в рамках РСВЯ изначально строилась с учетом мировой практики на основе многократных консультаций с коллегами из UFI и Общества добровольного контроля выставочной статистики Германии (FKM).

В итоге была обеспечена практически полная сопоставимость российской и зарубежной выставочной статистики благодаря использованию единой методологии и одинаковых критериев подсчета показателей выставок («Экспло-Ведомости», № 5, 2006).

В соответствии с решением Общего собрания РСВЯ уполномоченным аудитором Союза стала компания «Русском Ай Ти Системс». Подобный выбор был обусловлен тремя главными причинами.

Во-первых, компания была (и остается сегодня) независимой и не имеет никакого отношения к организации каких-либо событий выставочного характера.

Во-вторых, она уже была хорошо известна на выставочном рынке в качестве сервис-провайдера выставочных услуг, занимающегося рядом информационных и технологических сервисов.

И, наконец, в-третьих, фирма активно продвигала введение аудита еще до его официального появления в России. Компания разработала правила проведения аудита, провела ряд проверок, сделала целый ряд публикаций и выступлений на эту тему, в общем, приложила большие усилия для того, чтобы аудит был принят российским выставочным сообществом.

Задача аудитора достаточно сложная. Прежде всего, он должен работать предельно честно – проводить полный комплекс исследований непосредственно на площадке (без приписок в офисе), считать строго по утвержденным правилам и давать в отчетах лишь реальные цифры, независимо от того, нравятся они заказчикам или, наоборот, вызывают у них крайне негативную реакцию. Тем более, что и прибыль от ведения выставочного аудита никогда не была высокой.

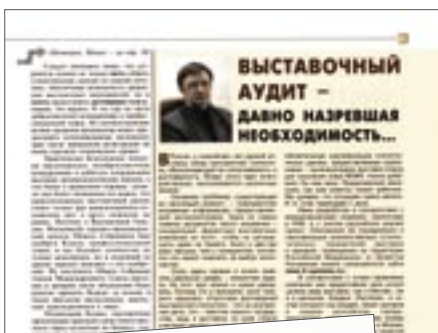
В первые годы аудита встречались случаи, когда некоторые компании – организаторы заказывали проверку статистических показателей своих мероприятий различным аудиторским или маркетинговым компаниям, никем на это не уполномоченным. Однако эта практика быстро сошла на нет, поскольку данные такой статистики никто не признавал, ни в UFI, ни в РСВЯ, ни в бизнес-сообществе.

В течение первых полутора лет в 2005-2006 гг. был проведен аудит 117 выставок, в том числе 87 мероприятий членов Союза.

Но самым главным итогом этого этапа работы стало международное признание: данные аудита российских выставок были официально признаны в UFI и опубликованы в справочнике Euro Fair Statistic 2005.

## В НАШИ ДНИ

Сегодня цель выставочного аудита остается той же, что и десять лет назад: предоставить бизнес-сообществу достоверные данные о главных потребительских характеристиках выставок: площади



Публикации в журнале «Экспло-Ведомости», 2004 - 2006 гг.

нетто, количестве посетителей, экспонентов и стран-участниц.

За десять лет под контролем РСВЯ проведено более тысячи аудиторских проверок торгово-промышленных выставок, прошедших в России и странах СНГ.

Благодаря созданной системе аудита за 10 лет проверено более 6,1 млн. кв. м. площади выставок в 25 городах России. Если исходить из того, что данные выставочного аудита признаются действительными в течение трех лет после даты его проведения, то к началу марта 2015 года потребители услуг выставочной индустрии обладали достоверными и актуальными данными о 211 уникальных выставках, имеющих суммарную площадь около 1,5 млн. кв. м. нетто, что составляет около 60% от общей площади выставок нетто, ежегодно застраиваемой в нашей стране.

Созданная система аудита признана всеми заинтересованными бизнес-структурами, как в России, так и за рубежом.

Отчеты о проведении аудита российских выставок публикуются в европейских специализированных справочниках, используются в материалах государственных органов власти и профессиональных ассоциаций.

Успешная работа системы выставочного аудита в России стала возможной благодаря активной позиции многих выставочных компаний - организаторов мероприятий, некоторые из которых многократно заказывали проведение аудита статистических показателей своих выставок.

В 2014 году крупнейший выставочный организатор России ЗАО «Экспоцентр»

провел аудит своих мероприятий общей площадью 158 тыс. кв.м площади нетто, что составило четверть площади всех выставок, прошедших аудит в этом году.

Среди компаний, которые регулярно проводят аудит своих выставок, наряду с «Экспоцентром» можно встретить всех признанных лидеров отечественного выставочного рынка: Московский офис ITE, ВДНХ, «Евроэкспо», РВК «Эксподизайн», «Металл-Экспо», «РЛП-Ярмарка», «Мир-Экспо» (Москва); «ЭкспоФорум - Интернешнл», «Рестэк», «Примэкспо» и «Фарэкспо» (С.-Петербург); «Нижегородская ярмарка»; «Казанская ярмарка»; «СОУД» (Сочи).

Разумеется, этим список не заканчивается.

Сегодня выставочный аудит прочно вошел в нашу жизнь, однако он далеко не исчерпал своих возможностей. Необходимо шаг за шагом расширять охват аудитом выставок как в столице, так и в регионах России, и в этом деле крайне необходима поддержка государственных структур.

Речь идет о том, что все выставки, которые отбирают для официальной поддержки федеральными и региональными министерствами и ведомствами (организационными мерами, и, тем более бюджетным субсидированием), должны проходить аудит.

**Все отчеты о проведении аудита выставочной статистики в 2005-2015 гг. можно найти на сайте Российского союза выставок и ярмарок ([www.ruef.ru](http://www.ruef.ru), [www.rcsva.rf](http://www.rcsva.rf)) и на специализированном сайте [www.auditexpo.ru](http://www.auditexpo.ru).**

**Из книги: Александр Беляновский  
«ЭКСПОНЕНТ, ПОМОГИ СЕБЕ САМ!»**

### **Покупая выставку, требуйте аудит!**

За что реально платит экспонент, отдавая деньги за аренду выставочной площади и застройку экспозиции?

По сути, он покупает товар «участие в выставке», который имеет свои потребительские характеристики, но это – не размер и расположение стенда, и не дизайн экспозиции. Ключевая характеристика – количество и качество потенциальных бизнес-контактов, обеспеченных организатором.

Как прогнозировать этот показатель? Ответ один: на основе достоверной информации о мероприятии, гарантировать которую может ТОЛЬКО независимый аудит выставочной статистики, обеспечивающий объективность (независимость по отношению к организаторам), прозрачность, сопоставимость и проверяемость данных.

Главная задача аудита выставки – объективная оценка ее статистических показателей, а это, что ни говори, действительно уникальный маркетинговый инструмент.

Уникальный – в прямом понимании этого слова: никаких иных возможностей получить действительно достоверную информацию о выставке пока не придумано – ни в России, ни за рубежом.

**10 лет**  
**выставочному аудиту**  
**в России**

**Ваше конкурентное преимущество**

Аудит выставок, проводимый по международным правилам

+7 (495) 925 04 33, 925 04 32  
[www.auditexpo.ru](http://www.auditexpo.ru), [info@auditexpo.ru](mailto:info@auditexpo.ru)

ufi Associate Member  
IT SYSTEMS