

Выставочные комплексы в регионах: кому строить?

Обсуждение проблем развития выставочной инфраструктуры в регионах выявило определенное различие в подходах к теме у участников встречи.

Выставочники доказывали важность строительства выставочно-конгрессных центров для развития экономики регионов, приводили примеры собственного и зарубежного опыта, убеждали в необходимости разработки государственных программ развития выставочно-конгрессной инфраструктуры, бюджетного финансирования и государственно-частного партнерства.

Однако, судя по всему, представители федеральных органов власти они не убедили. Как стороны обосновали свои позиции?

Андрей Олишевский, генеральный директор «Алтайской ярмарки» (г. Барнаул), уверен, что региональные выставочные комплексы стали сегодня центрами деловой активности и привлечения инвестиций. Через них приходят современные технологии и оборудование, с их помощью организовано продвижение местных товаров в России и за рубежом. Однако на этом пути есть серьезное системное ограничение – дефицит площадей и отсутствие современных выставочных и конгрессных центров.

Если сравнивать Москву и всю остальную страну, налицо – колоссальная диспропорция. Между тем, интерес у бизнеса работать в регионах – огромный. И он постоянно смещается от Москвы и Санкт-Петербурга на места, компании хотят участвовать в региональных выставках. В этих условиях отсутствие комплексов не дает развиваться городам и регионам, напрямую снижает конкурентоспособность отдельных предприятий и целых отраслей.

А значит, в ближайшее время надо принимать решения о развитии выставочной инфраструктуры в регионах на национальном уровне – если этого не сделать, возможно, уже вскоре будет пройдена «точка невозврата», мы отстанем навсегда.

Нет сомнений, строительство региональных выставочных центров должно быть частью стратегии развития всей страны и стать государственной программой, – уверен Андрей Олишевский – именно государство призвано стать главным инвестором этих проектов. Так происходит в других странах – Германии, Италии, Китае, где все подобные вопросы решаются на государственном уровне и за счет бюджетных средств. Непонятно даже, что там было первичным: развитие экономики требовало строительства больших выставочных комплексов, или наоборот: строительство комплексов служило основой развития экономики – таков «хороший» замкнутый круг. Неважно, что первично, что вторично, одно из другого вытекает.

Конечно, вложения в инфраструктуру – это «длинные» инвестиции, они сложны и не поддаются прямому расчету по окупаемости, но именно они – самые важные в деле стратегического развития регионов, повышения деловой активности, обеспечения мультипликативного эффекта выставочной деятельности для городов и территорий. По сути, речь идет об инвестициях в наше будущее.

Пока же выставочная инфраструктура за пределами столицы не отвечает ни вызовам времени, ни задачам развития регионов и России в целом.

Второй вопрос: кто должен строить выставочные комплексы – частный сектор, сами выставочники, или государство?

Несколько лет назад в Ростове-на-Дону вошел в строй современный выставочный комплекс «Вертолэкспо». В 2010 году он получил награду как лучший региональный выставочный центр России. Казалось бы, все ясно: построила его выставочная компания. Но если посмотреть внимательней, будет ясно, что там имеется гарант строительства – вертолетный завод, огромное предприятие, которое дало возможность отказаться от покупки технологических нагрузок, платы за присоединение и землю, обеспечить гарантию по кредиту в размере 1 миллиарда рублей. В общем, оставалось решить лишь технические вопросы, что и было сделано. Комплекс построен, принимает выставки. Однако вложенные инвестиции окупаются с трудом. В целом, можно сказать, что это – успешный опыт, хотя, конечно, совершенно нетипичный – техническая инфраструктура досталась комплексу практически даром.

Сегодня «Экспоцентр» планирует строительство новой выставочной площадки во Внуково. Однако и он, при всей своей мощи, не в состоянии будет самостоятельно реализовать этот проект.

Если посмотреть правде в глаза, мы увидим, что выставочный бизнес своими силами не может сегодня решить важнейшую для себя инфраструктурную задачу, которую государство пытается на него возложить.

Невозможность решения этой проблемы, огромная «развилка» между регионами и Москвой – все это и дальше будет снижать нашу конкурентоспособность и углублять отставание.

Говоря о распределении сфер ответственности между выставочным бизнесом и государством при строительстве выставочных центров, Андрей Олишевский привел пример Алтайского края.

В свое время был разработан проект современного выставочного центра «Атлас» в Барнауле. В краевой администрации решили подсчитать, сколько этот проект будет стоить. Краевое автономное учреждение «Алтайский региональный центр ценообразования в строительстве» подготовило для губернатора соот-

ветствующий расчет. Весь проект, по их расценкам, оценивается в 1.494.262.000 рублей (почти полтора миллиарда). Проект предусматривает 20 000 кв.м выставочных площадей, бизнес-центр, гостиницу на 7000 номеров и небольшой семейно-развлекательный блок площадью 3000 кв.м. Все это стоит порядка 700 млн. рублей.

Остальные 700 млн. рублей приходится на объекты инфраструктуры: газовую котельную, трансформаторную подстанцию, ливневую канализацию, сети наружной канализации, тепловые сети, наружное электрообеспечение и освещение, тротуары, благоустройство, технологические подключения. Вполне логично, если государство возьмет на себя именно эти инфраструктурные издержки, как это сегодня делается в туристических рекреационных зонах, которые успешно развиваются на территории Алтайского края и Республики Алтай. Там государство прокладывает дороги, проводит электросети, организует полигоны бытовых отходов и т.д. Бизнесу остается лишь прийти и построить отель. Такого правильное распределение вложений средств частного бизнеса и государства, и его вполне можно применить в выставочной деятельности. Только тогда альянс государственно-частного партнерства в отрасли будет иметь перспективу.

Конечно, сделать это достаточно сложно. Сегодня регионы выделяют деньги на федеральные программы на условиях софинансирования из федерального бюджета. Вертикаль власти и бюджетная система устроены так, что местная власть не может самостоятельно вести большие бизнес-проекты. У нее на это просто нет средств. А значит, нужна федеральная программа развития выставочных центров в регионах, только тогда на местах смогут софинансировать эти проекты, и триединая структура (федеральный центр – региональная власть – выставочная компания) начнет действовать.

Андрей Олишевский предложил подготовить обоснование (краткую аналитическую записку) необходимости строительства в регионах многофункциональных выставочно-конгрессных центров и развития их как инфраструктурных элементов стратегии развития страны. Данный документ необходимо вынести на рассмотрение Правительства России, чтобы оно дало поручение Минэкономразвития России или Минрегиону России подготовить программу строительства этих объектов.

Одновременно специалисты РСВЯ должны подготовить карту дислокации строительства и модернизации межрегиональных выставочных центров с прицелом на перспективу – на десять лет вперед, и представить ее как часть аналитической записки. На карте



Представители федеральной власти мероприятием довольны...
На фото: Сергей Железняк, Сергей Шилов и Андрей Климов

должно быть указано: где и что надо строить, какие проекты уже реализуются.

Следующий этап: определение необходимых ресурсов и включение проектов

Игорь Филоненко начал выступление с вопроса, который никто не ожидал. «Может, вообще о выставочных центрах говорить не надо? – спросил он. – Давайте сменим концепцию и будем говорить

о развитии общественных муниципальных центров. Пусть они постоянно работают в интересах города (ярмарки, концерты и пр.). Одновременно, в течение 5 - 7 месяцев в году в них будут проходить и выставки. Каждый работает на себя: город – для города, бизнес – для бизнеса. Нужно предлагать

разные форматы мероприятий – конгрессы, конференции, проф-митинги. С каждым днем их появляется все больше. И хватит говорить о выставочной отрасли как таковой. Выставочный центр – это инфраструктура, – уверен Игорь Филоненко, – такая же, как дорога (никто ведь не говорит, что дорога должна окупить себя в течение пяти лет)».

Заместитель генерального директора ГАО ВВЦ **Николай Бугаев** рассказал о развитии Всероссийского выставочного центра. Говоря об общих принципах строительства комплексов, он отметил, что любое новое строительство нужно хорошо обосновать: насколько целесообразен проект, в какие строки окупится, что конкретно надо строить, как павильоны будут загружены и пр. Расчеты показывают, что на ВВЦ новые выставочные площади можно окупить за 7 лет при загрузке в 70% (сейчас в пиковые месяцы загрузка доходит до 90-100%), при обороте площадей не менее 14 (в среднем за год их оборачиваемость составляет 10). Необходимо также обеспечить многофункциональность комплексов – возможность проведения не только выставок, но и других мероприятий – конгрес-

сов, корпоративов, концертов и пр.

Представитель управляющей компании «Формика» **Елена Москаленко** представила проект Международного выставочного центра «Екатеринбург-Экспо». Проект амбициозный, – уверена она. – Решение о строительстве было принято в октябре 2010 года, но уже в июле 2011 года необходимо сдать в эксплуатацию четыре павильона общей площадью 40 тыс. кв.м. и провести первую выставку – «Иннопром-2011». Проект можно считать успешным примером государственно-частного партнерства: строительство на 50% финансируется из регионального бюджета, и на 50% – компанией «Синара». Расчетный срок окупаемости – 10 лет при расчетной загрузке 45%. Полная стоимость строительства двух очереди комплекса – 50 млрд. рублей.

Как на все эти выступления реагировали представители федеральных властей, присутствовавшие в зале?

Практически никак, если не считать одной – единственной реплики **Сергея Шилова**. «Да, – сказал он, – американскому государству принадлежит 95% выставочно-конгрессных центров страны, но государственный долг США при этом превышает все мыслимые размеры и скоро может погубить всю мировую экономику – это к слову о государственном финансировании», – подчеркнул он.

В качестве негативного примера участия государства в выставочном бизнесе (говоря дословно – «памятника идиотизму администрации города Чикаго») он привел крупнейший в США выставочный комплекс McCormick Place (250 тыс. кв.м.), который принадлежит муниципальной компании Metropolitan Pier and Exposition Authority (MPEA).

По наблюдениям Сергея Шилова, в своих исследованиях выставочники постоянно сравнивают выставочный бизнес России и Германии. «Хорошее занятие, – сказал он с нескрываемой иронией, – Можно еще конкурировать с Америкой. Думаю, нужно смотреть на жизнь реалистичней, учитывать ситуацию именно в России, смотреть на задачи и возможности нашей экономики, понимать, сколько выставочных услуг нужно именно в России». Минпромторг России, со сво-

Может, вообще о выставочных центрах говорить не надо? Давайте сменим концепцию, будем говорить о развитии общественных муниципальных центров. Пусть они постоянно работают на городские мероприятия и 5 - 7 месяцев в году – на выставки. Давайте предлагать разные форматы мероприятий – конгрессы, конференции, проф-митинги.

Игорь Филоненко

ей стороны, готов включиться в научно-исследовательскую работу в сфере выставочного бизнеса и поддерживать ее, – отметил он.

Встреча в Перми показала: выставочники единодушны в том, что выставочные комплексы в регионах нужны, и государство должно принимать самое активное участие в их строительстве.

С ними, в целом, согласны и представители региональной власти. Дело осталось «за малым»: обратить в свою веру чиновников федеральных ведомств.

Выставки – это отражение экономики, в том числе и в регионах. В принципе, выставочный бизнес характеризуется достаточно низкой рентабельностью. Гораздо выгодней строить жилье. Именно поэтому некоторые отечественные выставочные компании уже продали свой бизнес иностранным выставочным сетям – «Сибирская ярмарка» в Новосибирске, «КраснодарЭКСПО», московская компания «МВК».

Сергей Алексеев

строительства выставочно-конгрессных центров в программу развития субъектов Федерации в 2012-2015 годах (в рамках трехлетнего государственного бюджета). Лишь в этом случае мы сможем перевести решение существующих проблем в нормальное русло.

Сергей Алексеев обратил внимание собравшихся на мировую практику: во всем мире деньги на строительство выставочных центров тратят не центральные власти, а регионы, а в Финляндии – еще и крупные компании, и никто не требует немедленной окупаемости инвестиций.

Вся прибыль идет в развитие комплексов. Именно поэтому там выставочные центры разбросаны по всей стране, а не так, как у нас – сосредоточены в столицах.

Конечно, есть разные модели комплексов. В России лучше использовать самые экономичные (наиболее удачные варианты – «Ленэкспо» и выставочный центр в Хельсинки). В Азии пошли по другому пути. В Сингапуре, например, создали многофункциональный комплекс (конгрессно-выставочный центр, гостиницы, казино, шопинг-центр с каналом, по которому на лодках плавают).

В наши дни не надо ездить по миру, чтобы что-то изучать, все давно известно. Имеются типовые проекты. Все разработано. Надо лишь применять.

Фотографии предоставлены Исполнительной дирекцией РСВЯ