

## Третья Всероссийская конференция «Выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность и модернизация экономики России»

# Конгрессная деятельность в России: проблемы, тенденции, перспективы

В последнее время проблемы развития конгрессного бизнеса в России стали обсуждать все чаще. Понятно почему – ведь именно в этой сфере мы почти безнадежно отстали от Европы и Америки. Огромный потенциал, который может и должен превращаться в огромные деньги, используется крайне слабо. Закономерно, что в рамках 3-й Всероссийской конференции «Выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность и модернизация экономики России» эта тема заняла достойное место.

В первый день, на пленарном заседании, разговор начал президент МТПП Леонид Говоров. На следующий день состоялось тематическое заседание, на котором выступили президент ВО «Рестэк» Сергей Трофимов, директор «Конгресс-центра» ОАО ЦМТ Вера Ионова, директор фирмы «ЭКСПО-Конгресс» ЦВК «Экспоцентр» Анатолий Алексеев и Первый заместитель руководителя Департамента науки и промышленной политики Правительства города Москвы Николай Бадаев.

### БЕЗНАДЕЖНО ОТСТАЛИ...

#### Место России на мировом конгрессном рынке

Все понимают, что московский рынок конгрессов очень емкий и перспективный, – уверен **Леонид Говоров**. – Бизнес-сообщество столицы, объединяющее выставочные организации, поставщиков конгрессных услуг и отраслевые ассоциации, едино в понимании важности развития этого сегмента рынка.

В то же время имеющийся потенциал используется далеко не оптимально. И Россия, и Москва как место проведения крупных конгрессов теряют свои позиции на мировой арене. После всплеска интереса к нам в начале девяностых годов сейчас наблюдается спад.

Согласно данным Международной ассоциации конгрессов и конференций ICSSA доля России на мировом рынке конгрессных мероприятий за последние десять лет снизилась в два раза, и сегодня составляет менее 1%.

По всей стране в течение года проходит конгрессов в три раза меньше, чем в Париже.

В 2008 году лидирующей страной были США – там прошло 507 конгрессов (в России – 44), а городом-лидером стал Париж – 139.

**Сергей Трофимов** привел данные 2009 года: по сведениям ICSSA Россия находилась на 39-м месте в мире (на 21-м месте в Европе) по общему количеству встреч международных ассоциаций (48)

По его мнению уровень развития конгрессной деятельности в России примерно на 15 лет отстает от мирового уровня. На всемирном конгрессном рынке о нас практически никто ничего не знает, и мы сами себя никоим образом не пропагандируем.

### КОНГРЕССНЫЙ РЫНОК РОССИИ:

#### Почему мы так слабо используем свои возможности ?

Разбирая причины сложившейся ситуации, **Леонид Говоров** выделил несколько основных факторов.

Во-первых, недостаточная материально-техническая база. В Москве практически полностью отсутствуют конгрессные площадки, рассчитанные на мероприятия численностью свыше 5000 человек и отвечающие международным требованиям. Для мероприятий меньшего масштаба возможности имеются. Главные площадки: ЦМТ, «Экспоцентр», ВВЦ, «Гостиный Двор», «Инфостранство». Отдельно стоит «Крокус Конгресс Центр», который отвечает всем международным стандартам, хоть и находится в Московской области.

По оценке **Сергея Трофимова**, базовые площадки для проведения конгрессов в Санкт-Петербурге – это «Ленэкспо», где проходит Петербургский экономический форум (до 2500 посадочных мест при условии трансформации павильонов) и вторая очередь «Невского паласа» на 2000 посадочных мест.

К столице он относится весьма критично. По его словам, Москва имеет лишь три конгрессных зала вместимостью 1000 человек. «Крокус Конгресс Центр» находится за МКАД, и это несколько снижает его возможности (как правило, конгрессные площадки строят в историческом центре города, поскольку важнейшей составляющей любого конгресса является социально-культурная и туристическая привлекательность места проведения).

Возможно, в будущем современные конгрессные центры появятся в Сочи, на территории Кавказских минеральных вод, в Калининграде и Владивостоке – считает **Сергей Трофимов**.

**Анатолий Алексеев** привел пример, свидетельствующий об отставании материальной базы столицы от мировых стандартов: «Экспоцентр», совместно с ЦМТ рассматривает заявку Международной ассоциации атроскопии, коленной хирургии, ортопедии и спортивной медицины, которая планирует провести свой конгресс в Москве в 2015 году. Число участников – до 4000. В параллельной выставке примут участие не менее 600 компаний. Площадки нужного масштаба, обеспечивающей



Леонид Говоров

все требования устроителей, на территории города нет. В случае выбора «Экспоцентра» придется серьезно модернизировать первый павильон комплекса на Красной Пресне. Впрочем, ситуация должна измениться. Специалисты уже приступили к проектно-изыскательским работам по созданию современного конгрессного центра на территории «Экспоцентра».

Вторую причину отставания России в области конгрессного бизнеса **Леонид Говоров** видит в том, что у нас нет единой системы продвижения России и Москвы как места проведения международных конгрессов, прежде всего, из-за отсутствия консолидированных усилий заинтересованных сторон и непредставленности в профильных международных ассоциациях: лишь 12 российских компаний входят в ICSSA – это капля в море.

Третья причина – отсутствие единой статистики, стандартов и согласованной нормативной базы. А значит, крайне сложно анализировать общее состояние рынка. По разным данным, в России ежегодно проходит от 1500 до 3000 мероприятий. Что это за события, как они прошли? Такой информации в систематизированном виде нет. В итоге, наш конгрессный бизнес, по мировым меркам, находится в зачаточном состоянии.

Конечно, сложившееся положение не должно внушать пессимизм. И в Москве, и в Санкт-Петербурге ведется конкретная работа по улучшению ситуации.

Важно отметить, что большинство организаторов конгрессов в России – зарубежные компании, а многие российские фирмы, профессионально оказывающие конгрессные услуги, не входят в соответствующие международные ассоциации.

Леонид Говоров сообщил, что в Москве объявили тендер на разработку концепции развития конгрессной деятельности в столице. Департамент науки и промышленной политики города Москвы выделил 800 тыс. руб. на ее разработку. Выиграла конкурс фирма, предложившая выполнить заказ за 600 тыс. руб. Леонид Говоров пообещал, что МТПП, в свою очередь, проведет профессиональную экспертизу предложенного проекта концепции.

### МОСКВА ИЛИ ПЕТЕРБУРГ? Какой город станет главным конгрессным центром России?

По данным **Леонида Говорова**, в мировой «табели о рангах» наша страна выглядит слабо: в 2008 году Санкт-Петербург занимал 75-е место (21 мероприятие), а Москва – 102-е (16 конгрессов).

По мнению **Сергея Трофимова** лидерство Санкт-Петербурга на конгрессном рынке России совершенно очевидно, закономерно и будет только нарастать.

Санкт-Петербург находится на 78-м месте среди городов мира (22 международных встречи) и на 44-м месте среди европейских городов, а Москва на 89-м месте мирового рейтинга (19 встреч) и на 52-м месте рейтинга городов Европы.

Что касается Москвы, то она имеет потенциал не международного, а федерального уровня, и на конгрессном рынке ей суждена вторая роль. Здесь имеют перспективу лишь те мероприятия, что жестко привязаны к экономике Москвы и России.

**Анатолий Алексеев** решительно не согласился со столь низкой оценкой перспектив Москвы. По его словам, столица была и остается крупнейшим туристическим центром, а что касается мирового рейтинга привлекательности городов, по которому Москва безнадежно отстала от Санкт-Петербурга, то его достоверность вызывает сомнения.

Именно поэтому конгрессный бизнес в столице должен и будет развиваться. «Экспоцентр» неоднократно проводил опросы участников своих мероприятий с просьбой рассказать, что их привлекает на конгрессы. Оказалось, что «вес» научно-профессионального интереса не превышает 50%. Не меньшую роль играет желание посмотреть мир, увидеть новые города и страны.

Мнения москвича и петербуржца разошлись, но вряд ли это – проблема. Главное – чтобы конгрессный бизнес успешно развивался в обоих городах.

### ВЫСТАВОЧНЫЙ И КОНГРЕССНЫЙ БИЗНЕС:

#### Близнецы-братья или дальние родственники?

**Сергей Трофимов** уверен, что термин «выставочно-конгрессная деятельность» используется неправильно, точно также, как раньше неверно применялся термин «выставочно-ярмарочная деятельность»

(«ярмарочная» – от неправильного перевода слов *messe* и *fair*).

Выставочная и конгрессная деятельность – два совершенно разных вида бизнеса. За участие в деловых мероприятиях в рамках традиционных выставок экспонент не готов платить существенные дополнительные деньги, а значит, организатор на этом не зарабатывает.

Соответственно, конгрессы, конференции и семинары, которые проходят практически на всех выставках, являются составной частью выставочной деятельности.

И наоборот, именно к конгрессному бизнесу следует отнести выставки, сопровождающие крупные конгрессы.

Критерием отнесения мероприятий к тому или иному типу является ответ на главный вопрос: за что берется основная плата с участника?

**Сергей Трофимов** уверен, что называть выставочные компании игроками конгрессно-выставочного рынка неправильно, они таковыми не являются (за исключением комплексов).

В целом же, – отметил он, – проблема не исчерпывается соотношением двух видов бизнеса, она гораздо шире, и касается всей индустрии встреч. Как известно, она генерирует 67% мирового туризма, при этом 55 – 60% мест в гостиницах заполняется за счет деловых поездок. По статистике, ежегодно 2 миллиарда человек участвуют в 40 миллионах мероприятий, и общий объем этого рынка составляет 800 млрд долларов.

Что касается использования в России выставочных площадок под конгрессы, то это мера вынужденная и весьма недешевая. Так, при организации Петербургского экономического форума заказ финского аудиовизуального оборудования обходится ежегодно более чем в миллион евро.

**Вера Ионова** согласна с тем, что организация выставок и конгрессов – разные виды бизнеса. В ЦМТ Москвы, который является активным игроком конгрессного рынка (поставщиком соответствующих услуг) очень хорошо ощущают разницу между ними. Речь идет о разных стандартах, законах маркетинга, продвижения, работы с клиентами, позиционирования.

Основные игроки на конгрессном рынке – заказчики услуг, инициаторы деловых мероприятий и конгрессов.

Существуют посредники – профессиональные организаторы конгрессов. В России это, в основном, туроператоры (во всем мире – профессиональные организаторы конгрессов) и поставщики услуг (гостиницы, конгресс-центры, выставочные комплексы, транспортные и рекламные компании, т.е. все организации, связанные с предоставлением полного комплекса услуг конгрессной индустрии).

К основной группе заказчиков конгрессных услуг относятся профессиональные ассоциации. В рейтингах ICCA учитываются статистические данные, получаемые именно от профессиональных союзов и ассоциаций. Таким образом ICCA определяет соответствующие места для Санкт-Петербурга и Москвы.

В работе с профессиональными ассоциациями заложен самый большой потен-



циал для Москвы и России. Из общего количества таких организаций, а в мире их насчитывается около 4,5 – 5 тысяч, в Москве побывало, наверное, 30%.

В то же время 60% штаб-квартир профессиональных ассоциаций расположено в Европе, и 55% своих мероприятий они проводят в Европе ежегодно. Только 25% ассоциаций проводят мероприятия раз в 2 года, а некоторые – раз в 5 лет.

**Вера Ионова** также отметила, что возможности ЦМТ активно используются для проведения корпоративных мероприятий: дилерских конференций, подведения итогов, инсентив-туров. В структуре ЦМТ эта группа заказчиков составляет 45%.

**Анатолий Алексеев**, единственный из участников «круглого стола», не согласился с тем, что между деловой программой выставок и конгрессным бизнесом можно провести резкую черту.

Тенденция сближения выставочной и конгрессной деятельности носит постоянный характер, – считает он. – Если раньше, начиная с советских времен, выставочные экспозиции в рамках конгрессов носили скорее вспомогательный характер, где демонстрировались плакаты и планшеты, то сегодня крупные конгрессы все чаще сопровождаются серьезными международными выставками.

В качестве примера он привел Европейскую конференцию по неразрушающему контролю, проходившую в «Экспоцентре» в начале июня. В Москву приехали 1200 специалистов, включая более 700 зарубежных. Одновременно на той же площадке прошла отраслевая выставка.

Важно, что сами конгрессы притягивают выставки, ведь экспоненты понимают, что рядом с их экспозицией будут работать крупнейшие мировые специалисты – «мозги отрасли», которые могут дать самую квалифицированную оценку экспонатов.

С этой точкой зрения не согласился **Леонид Говоров**, который привел другой пример.

Несколько лет назад он побывал в Парижском Дворце Конгрессов, который считается лидером в своей отрасли. Хозяева площадки сообщили, что выставки, сопровождающие конгрессы, год от года сокращаются. Востребованность выставочных площадок постоянно снижается,

и, в то же время, растет потребность в помещениях для проведения целевых презентаций компаний.

В России выставочная и конгрессная деятельность связаны по объективным причинам: кроме как на выставочных площадках проводить крупные конгрессы у нас просто негде. Нет сомнений, что при развитии конгрессной инфраструктуры положение изменится.

## КОНГРЕССНОЕ БЮРО:

### Почему без него нам никак не обойтись?

**Леонид Говоров** не сомневается, что создание Конгресс-бюро Москвы сыграет ключевую роль в решении задач продвижения столицы на мировом рынке как места проведения международных конгрессов. Вопрос этот очень долго обсуждался, и в этом году Конгресс-бюро должно быть создано. Однако сегодня этого уже мало. При участии городских властей нужно создавать серьезную организационную инфраструктуру отрасли.

По мнению **Николая Бадаева**, Конгресс-бюро в Москве надо создавать как можно скорее, городу оно нужно.

В каком виде эта структура будет действовать, и кто войдет в состав ее учредителей, – эти вопросы будут решаться.

**Сергей Трофимов** отсутствие Конгресс-бюро (Конвеншн-бюро) в Санкт-Петербурге и Москве считает главной причиной слабых позиций России на мировой арене. Международный рынок живет и работает по определенным законам: нет Конгресс-бюро, значит, страна не представлена. С Ивановым, Петровым, Сидоровым или региональным правительством, конечно, будут говорить, но – «кивая головой и не беря в голову». Ни одна самая крупная организация, ни «Экспоцентр», ни ЦМТ, ни «Рестэк» не в состоянии в одиночку продвигать себя в мире.

Более того, для эффективной работы мало иметь Конгресс-бюро, нужно сотрудничать примерно со 120-ю международными ассоциациями.

Сегодня в обеих столицах идут процессы создания Конгресс-бюро. Тем не менее, пока их нет, мы не имеем возможности выхода на мировой рынок. А значит, нужно четко и честно понимать, что в этой сфере мы отстаем, и на международном рынке мы – аутсайдеры.

**Анатолий Алексеев** согласен с тем, что отсутствие единого координационного центра в виде Конгресс-бюро негативно складывается на привлекательности Москвы и России. Он выразил надежду, что к октябрю такое бюро в Москве будет создано благодаря поддержке Правительства Москвы и деятельности Московской торгово-промышленной палаты, которая уже долгие годы бьется за его создание.

## КАК ПРИВЛЕЧЬ КОНГРЕССЫ?

### И почему это так сложно?

**Вера Ионова** поделилась опытом привлечения крупных конгрессов в Россию.

Основной тенденцией проведения мероприятий является ротация, смена стран и регионов.

Выбирая площадку для мероприятия, его участники ставят цель не только обменяться знаниями, опытом, научными достижениями, но и посмотреть новый регион, исторические места и достопримечательности. При этом очень многие ассоциации смотрят в сторону России и Москвы, поскольку никогда здесь не бывали, а другие были давно, более семи лет назад (тот срок, когда ассоциация возвращается на ту же площадку). За эти конференции и конгрессы надо бороться, приводить их в Россию, в Москву.

Выбор места происходит за период от 4-х до 7-ми лет. Конечно, это значительный срок. На примере ЦМТ можно сказать, что привлечь конгресс очень трудно. Пользуясь членством в ИССА и имея доступ к базе конгрессов, мы рассматривали международные ассоциации, которые еще не выбрали площадку для своего мероприятия, не анонсировали ее. Начинали собирать информацию, где ассоциация раньше проводила мероприятия, какие у нее требования (количество залов и пр.) Далее находили российский отраслевой союз, входящий в данную международную ассоциацию и начинали с ним работать.

Даже если российский профессиональный союз заинтересован в приглашении «своего» конгресса в Москву, его руководители должны заручиться поддержкой на государственном уровне, получить какое-то финансирование со стороны государственных структур, не говоря уже о спонсорской помощи и предоставлении специальных тарифов транспортными компаниями, гостиницами.

К тому же, руководители международных ассоциаций предъявляют очень высокие требования к площадкам, за несколько лет до планируемого мероприятия начинают их объезжать и инспектировать.

Сейчас российские члены международных ассоциаций боятся выходить с такой инициативой, потому что понимают, с какими трудностями столкнутся в тендере.

В ЦМТ работали с очень многими ассоциациями и представителями, и поняли, что пока это крайне сложно. Тормозящих факторов много: дороговизна, очень высокий уровень цен на гостиницы в Москве, проблемы с визами и т.д. Главное, что всем ясно: у российских профессиональных ассоциаций есть желание проводить конгрессы в России, в частности в Москве и в Петербурге.

Подводя итоги обсуждения заседания, **Леонид Говоров** выразил сожаление, что обсуждение шло «между собой» и участвовали в нем лишь выставочники, не было ни руководителей отраслевых ассоциаций, ни представителей федеральных органов власти. А они нужны. Общий диалог позволяет определить позиции сторон. В конгрессном бизнесе – множество проблем, и касаются они не только участников рынка, но и государственной власти в целом.



Вера Ионова

## ЧТО ИЗМЕНИЛОСЬ СО ВРЕМЕНИ ПРОВЕДЕНИЯ КОНФЕРЕНЦИИ?

### 1. Закончена разработка проекта «Концепции развития конгрессной деятельности в городе Москве на период до 2015 года».

Проект разработан ОАО «Городской кадастр» в соответствии с Техническим заданием Департамента науки и промышленной политики города Москвы.\*

Проект Концепции был вынесен на рассмотрение Совета Гильдии выставочно-ярмарочных организаций МТПП 15 сентября 2010 года.

Участники обсуждения, изучив проект, высказали многочисленные критические замечания, предложения и дополнения.

В итоге, в соответствии с решением Совета, проект был принят за основу – с учетом поступивших замечаний.

В дальнейшем предложения членов Совета Гильдии были обобщены и направлены в адрес заказчика – Департамента науки и промышленной политики города Москвы.

Другим решением Совета Гильдии сформирована Рабочая группа по подготовке предложений в «План мероприятий по развитию выставочной и конгрессной деятельности в городе Москве на период 2011 – 2013 гг.»

### 2. Надежды на то, что Конгресс-бюро в столице появится уже в октябре, высказанные на конференции президентом МТПП Леонидом Говоровым и директором фирмы «ЭКСПО-Конгресс» ЦВК «Экспоцентр» Анатолием Алексеевым, до сегодняшнего дня, к сожалению, так и не сбылись.

\* С полным текстом проекта Концепции можно ознакомиться на сайте Московской выставочной Гильдии: <http://www.expo.mostpp.ru/http://expo.mostpp.ru/news.php> (новость от 12.08.2010)