

Необходим конструктивный диалог с органами власти...



Как живет сегодня Московская выставочная Гильдия? И какие проблемы стоят перед выставочным и конгрессным бизнесом в масштабах столицы и всей страны? На вопросы редакции отвечает Президент Московской торгово-промышленной палаты, Председатель Московской выставочной Гильдии Леонид ГОВОРОВ

– Уважаемый Леонид Владимирович! Какие задачи стоят перед Гильдией в 2011 году?

– Прежде всего, хотел бы подчеркнуть, что Гильдия является очень серьезным отраслевым объединением. В Москве работает около 140 фирм, так и ли иначе связанных с выставочной деятельностью, а Гильдия объединяет 85 компаний, включая лидеров рынка, составляющих ядро выставочного бизнеса России. В состав Гильдии входят все ведущие выставочные площадки столицы.

Сегодня перед нами стоит немало задач. Прежде всего, необходимо усилить взаимодействие с Правительством Москвы. Здесь имеется несколько направлений работы.

В самое ближайшее время надо активизировать работу Московского координационного Совета по выставочно-ярмарочной деятельности, который вновь должен стать центром формирования городской политики в этой сфере – так, как это происходило раньше, в течение многих лет.

Сегодня, впервые за последние годы, в Москве нет Городской целевой программы развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности. Сроки выполнения предыдущей программы закончились, а о новой никто не вспомнил. В 2010 году не было объявлено соответствующего конкурса, а значит, сегодня нет ни плана основных мероприятий, ни целевой программы, которые бы определяли городскую политику и приоритеты развития в выставочно-конгрессной сфере.

Уверен, что Гильдия должна активно инициировать работу совместно с Правительством Москвы по подготовке соответствующих документов в 2011 году, чтобы они были приняты и начали действовать с 2012 года.

Следующий шаг. Гильдия должна активно участвовать и влиять на разработку планов работы Экспертного совета по законодательной и нормативной поддержке выставочно-конгрессной деятельности в Государственной Думе. Прекрасно, что этот совет создан, и в него вошли представители выставочного сообщества. Но этого мало. Нельзя быть на вторых ролях. Нельзя сидеть и ждать инициативы со стороны. В развитии выставочной отрасли заинтересованы не только выставочники, но и в целом предпринимательское сообщество. Значит, именно они и должны формулировать темы и проблемы, ставить задачи, предлагать конкретные решения.

Ну и, конечно, важнейшей задачей остается создание Конгресс-бюро и системы привлечения конгрессных мероприятий в Москву, что требует еще большего усиления работы с городскими властями. Надеюсь, в 2011 году, когда окончательно определится, кто в городском правительстве отвечает за выставочную и конгрессную деятельность, новое руководство города поможет нам решить этот вопрос.

– Как Вы планируете строить отношения с городскими властями?

– Всем известно, что в течение нескольких последних месяцев в Правительстве Москвы идут серьезные преобразования, меняются подходы и приоритеты. В этих условиях Гильдия должна очень серьезно проанализировать свою деятельность и задачи, которые стоят сегодня перед нами.

Понятно, что развитие выставочного и конгрессного бизнеса, как и всего предпринимательского сообщества, в принципе невозможно без конструктивного диалога с органами исполнительной и законодательной власти –

как на региональном, так и на федеральном уровне.

Правительство Москвы всегда отличалось самым активным участием в развитии выставочного бизнеса в столице. И эта практика должна быть продолжена.

Можно выделить основные направления поддержки городскими властями выставочного и конгрессного бизнеса:

– законодательное и нормативное регулирование вопросов развития отрасли;

– содействие развитию материальной базы, в том числе на основе государственно-частного партнерства;

– расширение программ компенсации выставочных расходов малого и среднего бизнеса и инновационных предприятий, других форм поддержки экспонентов;

– продвижение Москвы как центра проведения международных выставок и конгрессов;

– информационно-рекламная поддержка важных для города мероприятий.

Вопросов, по которым власть и бизнес могут и должны взаимодействовать, очень много.

– Стали ли за последний год ближе планы превращения Москвы в международный центр конгрессной деятельности?

– Думаю, что пока об этом говорить рано. Всем ясно, что московский рынок конгрессов обладает очень большим потенциалом, и его надо использовать. Но как это сделать оптимально? Москва, как и Россия в целом, год за годом теряет свои позиции как место проведения крупных международных конгрессов. Согласно данным Международной ассоциации конгрессов и конференций ICSSA

доля России на мировом рынке конгрессных мероприятий за последние десять лет упала в два раза, и сегодня составляет менее 1%. Цифра, не нуждающаяся в комментариях.

В чем причины такого положения? Они хорошо известны.

Первая – слабая материально-техническая база. В столице практически нет конгрессных центров, способных принять международное мероприятие численностью свыше 5000 человек. Организаторы масштабных конгрессов всемирных отраслевых ассоциаций с удовольствием приехали бы в Москву – они здесь никогда не были, но – не могут, нет условий. Конечно, мероприятия меньшего масштаба у нас проходят – в Центре международной торговли, «Экспоцентре», «Гостином Дворе», на других площадках. Хорошие возможности дает «Крокус Конгресс Центр», отвечающий всем международным стандартам, если не считать определенных транспортных проблем, связанных с расположением в Московской области.

Вторая причина – отсутствие единой системы продвижения Москвы как места проведения международных конгрессов. Объясняется это, опять же, отсутствием консолидированных усилий всех сторон, призванных этим делом заниматься – структур власти, национальных отраслевых ассоциаций, предпринимательского сообщества.

Третья причина заключается в том, что у нас до сих пор нет единой статистики, стандартов и согласованной нормативной базы в сфере конгрессной деятельности. Мы просто не знаем, сколько и каких конгрессов у нас проходит.

В 2010 году МТПП провела Первую Московскую конференцию «Развитие конгрессной деятельности в Москве». Нет сомнений, она стала знаковым событием для отрасли: мы проанализировали ситуацию, обозначили ключевые проблемы и наметили пути их решения. К сожалению не все удается сделать. Так, мы планировали к осени создать Конгресс-бюро Москвы, однако оно так и не появилось, хотя предварительная работа проведена очень большая.

Отдельный вопрос – Концепция развития конгрессной деятельности в Москве. Концепция требует серьезной доработки и конкретизации. Необходимо принимать нужный отраслевой план основных мероприятий по ее реализации.

Конечно, ситуация в этой сфере достаточно сложная. Очень важна целенаправленная конкретная работа. Главное, как уже было сказано, мы должны продолжить работу по созданию Конгресс-бюро Москвы, именно оно призвано стать стартовой площадкой для продвижения столицы как места проведения международных конгрессов на мировом рынке.

– Можно ли сегодня говорить о том, что кризис преодолен и выставочно-конгрессная индустрия возвращается к нормальному развитию?

– Предыдущий год был очень непростым в связи со сложной экономической ситуацией в России и в мире. К сожалению, говорить о том, что все позади, нельзя. Выставочный и конгрессный бизнес понемногу, шаг за шагом, выходят из объятий кризиса. Хорошо, что в самое трудное время выставочное сообщество нашло в себе силы объединиться и вместе противостоять невзгодам рынка.

– О негативном влиянии кризиса сказано достаточно много, но есть ли у него какие-то позитивные последствия?

– Безусловно. Прежде всего, можно говорить об изменении отношения организаторов выставочных и конгрессных мероприятий к своей работе. В условиях значительного падения спроса на услуги и усиления конкуренции они стали лучше и профессиональнее работать. Компании проводят аналитические исследования, внедряют новые виды сервиса для экспонентов, разрабатывают программы повышения эффективности участия предприятий в выставках. И это закономерно, иначе в новых условиях не выжить. Выставки в России становятся более качественными и содержательными. И это не может не радовать.

– Что бы Вы сказали о главных задачах в выставочно-конгрессной сфере в масштабах всей России?

– В качестве основных задач на 2011 год можно выделить следующие:

1. Усиление работы по законодательно-нормативной поддержке вы-

ставочно-конгрессной деятельности на федеральном уровне и в регионах, в т.ч. в рамках работы Экспертного совета по законодательной и нормативной поддержке выставочно-конгрессной деятельности в Государственной Думе.

2. Разработка Концепции развития выставочно-конгрессной деятельности в Российской Федерации. Как известно, Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности была утверждена Правительством России в 2001 году, однако так и не была воплощена в жизнь, и сегодня, разумеется, устарела.

Современная концепция должна активизировать взаимодействие структур государственной власти и предпринимательского сообщества, связанного с выставочным и конгрессным бизнесом. В ней необходимо определить основные направления и мероприятия по развитию нормативно-законодательного обеспечения этой сферы бизнеса, информационной поддержке, развитию материально-технической базы, обучению кадров и пр.

3. Реализация мероприятий по развитию конгрессной деятельности, включая создание Конгресс-бюро и программ привлечения крупных международных конгрессов в Россию;

4. Более активное вовлечение отраслевых профессиональных объединений в выставочную и конгрессную деятельность;

5. Повышение роли торгово-промышленных палат в реализации программ развития выставочной и конгрессной деятельности в регионах, в т.ч. в рамках профильных Советов при региональных администрациях.

6. Дальнейшая консолидация выставочного сообщества в рамках своих отраслевых объединений: РСВЯ и Московской выставочной Гильдии.



Московская торгово-промышленная палата приглашает российских экспонентов принять участие в Китайской международной ярмарке малых и средних предприятий



«CISMEF-2011»
15-18 сентября 2011 года,
Гуанчжоу, КНР

Основные тематические разделы ярмарки:

электротехника; образовательные программы и методики преподавания; ТНП; одежда и обувь; дизайнерские услуги; продукты питания; медицинское оборудование; информационные технологии.

О своем участии просьба сообщить до 15 апреля 2011 года

Контактные лица: т/ф. (495) 661-04-73, (499) 132-02-10, (495) 661-07-65 (доб. 2-83),
E-mail: olga@mtpp.org Чусовская Ольга; elena@mtpp.org Зинякова Елена,
v-expo@mtpp.org Качуровская Светлана

Подробная информация на сайте www.mostpp.ru