

ВЫСТАВОЧНЫЙ РЫНОК – НА ПОДЪЕМЕ!



Руководители компаний говорят об итогах 2010 года и о первых успехах в наступившем году с умеренным оптимизмом

Прошедший год для выставочного рынка России во многом стал знаковым. По сути, он обозначил возвращение к нормальной работе: теперь говорят не о влиянии кризиса, а о новых формах работы с экспонентами; событием года считают не спады и разорения, а слияния и поглощения. И все же, не рано ли мы говорим о преодолении кризиса? Как реально чувствуют себя выставочные компании в столице и регионах? Как их руководители оценивают прошедший год, и какие события считают главными? С этими вопросами мы обратились к руководителям и ведущим специалистам выставочных компаний и торгово-промышленных палат.

В заочном «Круглом столе» приняли участие:

- **Андрей Курилов**, генеральный директор ВЦ «КраснодарЭКСПО» (Краснодар);
- **Александр Шгаленков**, генеральный директор компании ITE LLC Moscow;
- **Вера Ермилова**, генеральный директор компании «Дальэкспоцентр» (Владивосток);
- **Лев Семенов**, генеральный директор ОАО «Казанская ярмарка»;
- **Лев Агеев**, генеральный директор «Мордовэкспоцентра» (Саранск);
- **Виктор Петров**, директор КИЦ «Лигас» (Уфа);
- **Виктор Подобед**, председатель Пензенской областной ТПП;
- **Станислав Поважный**, генеральный директор РВК «Эксподизайн» (Москва);

- **Альбина Бунеева**, директор ЗАО «Кузбасская ярмарка» (Новокузнецк);
- **Илья Бельтюков**, генеральный директор ВФ «Вета» (Воронеж);
- **Наталья Бессонова**, генеральный директор Объединения «Универсальные выставки» (Екатеринбург);
- **Оксана Куц**, начальник отдела маркетинга и финансов ЦВК «Экспоцентр»;
- **Игорь Кирсанов**, генеральный директор ЗАО «ВО«РЕСТЭК» (Санкт-Петербург);
- **Тарас Ярош**, генеральный директор компании «Сочи-Экспо»;
- **Сергей Цой**, генеральный директор «ITE-Сибирская ярмарка» (Новосибирск);
- **Хуберт Деммлер**, генеральный директор компании «Профессиональные выставки»

ВЫБИРАЕМСЯ ИЗ КРИЗИСА?

1 Как вы оцениваете итоги своих выставок прошлого года в сравнении с итогами 2009 года? Можно ли говорить о выходе из кризиса – для вашей компании, для отдельных отраслей промышленности и для экономики России в целом?

Все руководители и эксперты, принявшие участие в опросе, отметили, что главный итог прошедшего года – постепенный выход выставочной отрасли из кризиса, восстановление утраченных позиций и уверенное, хотя и достаточно медленное, движение к докризисным «высотам».

Годом ранее мировой экономический кризис ударил по выставочному бизнесу России со всей силой. И прошедший год должен был стать ключевым в решении главного вопроса – куда пойдет рынок?

В интервью и прогнозах, опубликованных год назад, эксперты надеялись на рост и ожидали последовательного улучшения ситуации уже во второй половине года.

Так ли это? Случилось ли?

Оксана Куц («ЭКСПОЦЕНТР»): Для выставочно-конгрессной индустрии России 2010 год был непростым и потребовал от компаний отрасли полной самоотдачи. Вместе с тем, мы считаем, что затраченные усилия дали положительный результат. Можно с уверенностью говорить, что выставочная отрасль

успешно прошла проверку на зрелость в кризисный период. Это стало возможным благодаря общей стратегии работы в условиях кризиса, выработанной выставочным сообществом. Очень полезными оказались и неформальные дискуссии, обмен опытом (или как любят говорить некоторые наши коллеги «Best Practice»), которые проходили в рамках ЭкспоКлуба.

В кризисный период в условиях, когда выставочный бизнес «просел» по отдельным направлениям на одну треть, ситуацию удалось изменить путем принятия экстренных мер по корректировке, как выставочных программ, так и самих выставочных проектов, их тематики, предпочтений экспонентам и посетителям-специалистам, оптимизации расходов, что в конечном итоге дало свои положительные результаты.

Если говорить об «Экспоцентре», то за 2010 год выставочно-конгрессная площадь выросла на 16%. В 106 выставках, проведенных на нашем выставочном комплексе (из них 50 – собственных и совместных) приняли участие около 26 тысяч экспонентов. Коэффициент оборачиваемости выставочной площади составил 18 (в 2009 году – 17). Выставочные и конгрессные мероприятия в 2010 году посетили более 2 миллионов человек.

Еще в 2009 году «Экспоцентр», совместно с Торгово-промышленной палатой России, впервые провел международный форум по интеллектуальной собственности Export Priority, который положил начало новому направлению в деятельности нашей компании – совершенствованию механизма обеспечения временной правовой охраны объектов промышленной собственности в связи с их демонстраци-



Оксана КУЦ



Александр ШТАЛЕНКОВ



Андрей КУРИЛОВ



Лев СЕМЕНОВ



Лев АГЕЕВ



Илья БЕЛЬТЮКОВ



Виктор ПОДОБЕД



Станислав ПОВАЖНЫЙ



Альбина БУНЕЕВА



Виктор ПЕТРОВ



Вера ЕРМИЛОВА



Наталья БЕССОНОВА



Сергей ЦОЙ



Тарас ЯРОШ

ей на выставках. В 2010 году «Экспоцентр» последовательно продолжил работу в этом направлении. В 2010 году наш форум получил официальную поддержку Совета Федерации, Роспатента и ВОИС.

В текущем году очень важно закрепить появившуюся позитивную динамику, чтобы выйти по основным показателям деятельности на уровень докризисного 2008 года. Прошедший 2010 год показал, что «Экспоцентр» как и целый ряд выставочных компаний, участников российского выставочного бизнеса имеет для этого все основания.

Александр Шталенков (ITE LLC Moscow): Выставочный рынок России начал восстанавливаться: по сравнению с 2009 годом увеличилось количество участников и посетителей выставок, выросла экспозиционная площадь. Так, на World Food Moscow ежедневное число посетителей на 10-15% превосходило цифры 2009 года, выставка выросла и по площади (на 16%), и по количеству участников (на 14%). Выставка Aerospace Testing Russia продемонстрировала увеличение площади на 49%, Pharmtech – на 23%, Ingredients Russia – на 58%. Отдельного упоминания заслуживает выставка «Развитие инфраструктуры Краснодарского края»/IDES, которую мы проводим в Краснодаре. Тематика проекта в этом году была существенно расширена, и выставка показала рост по площади на 39%.

Успешными были и новые проекты. Так, в прошлом году компания ITE в партнерстве с Deutsche Messe представила на российском рынке Международную промышленную выставку ITFM – аналог Ганноверской промышленной ярмарки. В ней приняли участие 269 компаний из 20 стран. На ITFM были представлены 6 национальных павильонов.

Андрей Курилов («Краснодарэкспо»): В целом прошлый год мы прошли лучше, чем планировали. Если брать 2009 год за 100%, мы выросли на 11%, что в целом соответствует нашей стратегии развития, при которой ежегодное увеличение продаж планируется на уровне 12%.

Вместе с тем пока еще нельзя говорить о том, что мы вышли на докризисный уровень: показатели 2008 года мы планируем достичь только в 2012 году.

Вера Ермилова («Дальэкспоцентр»): 2010 год для «Дальэкспоцентра» был более успешным, чем 2009, и существенную роль в этом сыграла реализация федеральных и региональных программ развития Приморского края и города Владивостока. Значительное бюджетное финансирование этих программ создает исключительные условия для развития экономики края, что в свою очередь положительно сказывается на выставках. За последние годы резко вырос объем позитивной информации о крае и городе Владивостоке, популярность региона растет, желающих выйти на рынок Приморья становит-

ся все больше. В то же время многие предприятия Приморья имеют полный портфель заказов, и особенно не нуждаются в рекламе и продвижении своих услуг и продукции на региональном рынке. Поэтому количество местных участников снижается, а иногородних – растет.

Тарас Ярош (Сочи-Экспо): Наши выставки в 2010 году по ряду составляющих выше показателей 2009 года, так как в целом общеэкономическая ситуация в стране нормализовалась. Вспоминая известную фразу «выставки – зеркало экономики» можно сказать, что общий выход из кризиса произошел.

Лев Семенов («Казанская ярмарка»): Прошлый год был очень динамичен и полон событиями. Он ознаменовался увеличением количества участников на 21%, посетителей на 23% и ростом экспозиционной площади на 26%. Компания реализовала ряд новых проектов: выставка-конгресс «Чистая вода. Казань», специализированной выставки «Свадебный мир» и «Пластик&Каучук». 6 выставок прошли процедуру официального выставочного аудита и подтвердили знак РСВЯ.

Наша компания вышла из кризиса с наименьшими потерями благодаря тому, что мы вовремя приняли антикризисные меры, поддерживали качественный уровень организации выставочных мероприятий и усилили работу по привлечению экспонентов.

К концу 2010 года большинство отраслей промышленности показали определенную динамику роста, а в Республике Татарстан, как в регионе с наиболее высоким экономическим потенциалом, ситуация стабилизировалась заметно раньше чем во многих других регионах России. В то же время, сравнительный анализ результатов выставок в 2008 и в 2010 годах показал, что в посткризисный период количество участников возросло на 32%, но площадь арендуемой выставочной площади не изменилась.

Лев Агеев («Мордовэкспоцентр»): По сравнению с 2009 годом в 2010г. выросли показатели многих межрегиональных выставок «Мордовэкспоцентра». Впервые проведены выставки: «Образовательная индустрия в культурном пространстве Республики Мордовия», «Выставка-презентация предприятий Республики Беларусь», «Первый республиканский форум молодых предпринимателей», «Ярмарка вакансий». Организованы выездные мероприятия: «Экспозиция Мордовии на выставке Приволжского федерального округа» (Н.Новгород), «Экспозиция Мордовии на Международной выставке «Электро-2010» (Москва), «Выставка-презентация Республики Мордовия в МИД России» (Москва).

В целом можно говорить о выходе из кризиса и для нашей компании, и для отдельных отраслей промышленности и для экономики Республики Мордовия в целом.

В. Петров (КИЦ «Лигас»): В 2010 по итогам года можно отметить положительную тенденцию по сравнению с 2009 годом. ООО КИЦ «Лигас» сравнительно спокойно прошел кризисный период. Предприятие не испытывало серьезных финансовых трудностей.

Проблемы на наш взгляд в Республике Башкортостан еще существуют в следующих отраслях: строительство; деревообработка; машиностроение; сфера наукоемких технологий.

Станислав Поважный («ЭКСПОДИЗАЙН»): Экономические показатели наших выставок за 2010 г. улучшились по сравнению с аналогичными показателями 2009 г., что позволяет в целом оценивать позитивно итоги 2010 года.

В. Подобед (Пензенская областная ТПП): В 2010 году объем услуг по организации и проведению межрегиональных, региональных и международных выставок составил 139,5% по отношению к 2009 году. Произошло это за счет увеличения количества экспонентов, организации ярмарочных мероприятий на проводимых Пензенской областной ТПП выставках, увеличения количества деловых миссий в регионы России, страны ближнего и дальнего зарубежья. Возросло количество иностранных участников наших выставок из других регионов России.

Пензенская ТПП постоянно принимает участие в конкурсах и аукционах на организацию участия коллективных экспозиций Пензенской области в зарубежных выставках, объявляемых Правительством пензенской области. В 2010 году мы организовали участие в Международных выставках в Узбекистане и Казахстане. Количество зарубежных выставок по отношению к 2009 году не изменилось.

Наталья Бессонова («УНИВЕРСАЛЬНЫЕ ВЫСТАВКИ»): В начале 2010 года активность экспонентов была заметно ниже, чем в 2009 году. Но с середины лета мы почувствовали более высокую заинтересованность и готовность к участию в выставках практически любых направлений. Такое же оживление наблюдалось и среди деловых посетителей, несмотря на то, что покупательская возможность уменьшилась, и оптовик зачастую отбирал товар на меньшие суммы, а в промышленности заключенные (или предполагаемые) контракты были менее масштабны. К октябрю-ноябрю ситуация заметно улучшилась и стала более стабильной.

Альбина Бунева («КУЗБАССКАЯ ЯРМАРКА»): Безусловно, в 2010 году по сравнению с 2009 годом, заметна явная тенденция к оживлению рынка товаров и особенно услуг. Поскольку выставочный бизнес напрямую зависит от развития отраслей народного хозяйства, то можно ли говорить о выходе из кризиса нашей компании в отдельности, если во всей стране экономический спад... Есть неоспоримое многолетнее наблюдение: выставки-ярмарки являются барометром экономики. И то, что кризис пошел на убыль, сегодня становится очевидным. Это уже просматривается на этапах подготовки ряда выставок «Кузбасской ярмарки».

Игорь Кирсанов («ВО «РЕСТЭК»): По итогам 2010 г. продажи ВО «РЕСТЭК» выросли на 20%

Илья Бельтюков («ВЕТА»): Финансовый кризис затронул все отрасли промышленности, изменения коснулись и выставочной деятельности. Однако опыт прошлых лет показывает, что именно сейчас у предприятий есть возможность «заложить новый фундамент» для дальнейшей успешной работы. Кризис – то время, когда меняется организационная, экономическая, политическая ситуация на рынке, а значит, образуются новые ниши для работы, появляются перспективы для сотрудничества, возникают уникальные возможности для позиционирования предприятия. Несомненно, главным деловым событием для организаций становятся специализированные тематические выставки, позволяющие участникам рынка оставаться в курсе всех событий, развивать новые направления работы и подчеркивать свой статус и надежность.

2009 год стал достаточно сложным для всех предприятий и организаций: финансово-экономический кризис оказал сильное влияние на деловую активность компаний. Многие выставочные операторы столкнулись с его негативными последствиями, а именно, число участников российских выставок снизилось на 15-20%. К сожалению, Выставочный Центр «ВЕТА» не стал исключением: год оказался непростым, но мы продолжаем работу, учитывая, в первую очередь, интересы своих участников.

В минувшем году наметилась положительная тенденция по увеличению числа экспонентов на воронежских выставках. По сравнению с 2009 годом в 2010 г. число участников по ряду мероприятий увеличилось на 10-15% и почти достигло уровня 2008 года. Примером тому могут служить выставки «Строительство», «Здравоохранение», «Отдых. Туризм. Спорт», «Охота. Рыбалка», «Реклама. Полиграфия. СМИ» и др.

Сергей Цой (ITE-Сибирская ярмарка): Итоги прошедшего года, безусловно, свидетельствуют о положительной динамике во многих отраслях. В целом компания выполнила свои планы и вышла на докризисный уровень 2008 года. Положительную динамику выставочного бизнеса мы наблюдаем в таких отраслях как: строительство (отделка, ремонт, фасады и пр.; малоэтажное домостроение), медицина, продовольственные товары и металлообработка. По моему мнению, по показателям компании и общему состоянию рынка, наша экономика выходит из кризиса, но реально этот процесс займет еще не менее двух лет.

НАСТРОЕНИЕ – РАБОЧЕЕ!

2 Как идет формирование выставок в наступившем году? Каково настроение экспонентов?

*В целом, этот процесс идет нормально, – об этом го-
ворили все участники «круглого стола».*

Оксана Куц («ЭКСПОЦЕНТР»): Начало нового 2011-го года для ЦВК «Экспоцентр» прошло успешно. Так, выставка «Консумэкспо 2011» показала уверенный рост как количества участников (плюс 92 компании), так и рост площадей на 16% относительно прошлого года. Блестяще прошла выставка «Продэкспо 2011». В этом году в ней приняла участие 2003 компании, что на 229 компаний больше, чем в прошлом году. Показатели количества участников и нетто-площади по выставке «Продэкспо 2011» практически достигли «докризисных» уровней. На момент подготовки статьи мы подводим итоги еще одной выставки, которая с большим успехом прошла буквально пару дней назад. Это выставка «СJF – весна 2011», которая показала существенный рост количества участников и посетителей. Выросла и площадь-нетто. По этому весьма важному показателю успешности выставочного проекта, рост составил рекордные 54%!

Все эти выставочные мероприятия собрали вокруг себя серьезную деловую программу. Так одновременно с выставкой «Консумэкспо 2011» состоялась крупнейшая встреча первых лиц рынка товаров народного потребления – IV Всероссийский Форум поставщиков и ритейлеров товаров для дома, посуды, подарков и сувениров «Эффективные закупки, поставки, продажи-2011» с Центром Закупок Сетей™ non-food. В Центре Закупок Сетей™ non-food 140 производителей и оптовиков провели более 1500 индивидуальных переговоров о поставках своих товаров в 25 международных, федеральных и региональных розничных сетях.

В рамках выставки «Продэкспо 2011» состоялась крупнейшая деловая встреча продовольственного бизнеса – VI Всероссийский Торговый Форум «Поставщик-2011. Стратегии работы с розничными сетями».

Крупнейший в году Центр Закупок Сетей™ стал главным событием программы Форума для поставщиков. Производители и дистрибуторы провели индивидуальные переговоры по предварительной записи с 265 закупщиками из 116 розничных сетей.

Договора поставок в сети общим объемом порядка 6 млрд рублей – практический результат работы Центра Закупок Сетей™ на выставке «Продэкспо-2011» (по данным опроса закупщиков сетей и поставщиков). Организатором Форумов и Центров Закупок Сетей на наших выставках выступила – Конгрессно-Выставочная Компания «Империя».

Александр Шталенков (ITE LLC Moscow): Большинство весенних выставок уже сформировано, экспоненты увеличивают размеры стендов. Можно сказать, что уровень текущих продаж значительно выше показателей прошлого года. Так, площадь выставки Aqua-Therm Moscow, которую мы провели в феврале, увеличилась более чем на 32%. Текущие продажи

на строительную и интерьерную выставку MosBuild превышают уровень прошлого года на 12%, на выставку «Охрана, безопасность и противопожарная защита»/MIPS – на 23%. Выставка «Весь мир питания»/World Food Moscow, которая пройдет в «Экспоцентре» с 13 по 16 сентября, уже укомплектована на 50%.

Посетители также очень активны. В частности, на выставку Aqua-Therm Moscow пришло на 15% специалистов больше, чем в прошлом году.

Андрей Курилов («Краснодарэкспо»): Подготовка выставок идет по графику, в нормальном рабочем режиме. Про нахождение экспонентов нельзя сказать однозначно, оно разное. У крупных компаний, на мой взгляд, все же больше позитива.

Тарас Ярош («Сочи-Экспо»): Процесс формирования выставок всегда достаточно сложен, в этом смысле работа в 2011 году мало чем отличается от прошлого года. Кризис закалил экспонента, он стал более избирателен. Надо работать и предлагать востребованный качественный выставочный продукт, и все будет в норме.

Лев Семенов («Казанская ярмарка»): Бесспорно, экономический спад повлиял на выставочный бизнес, в процессе формирования выставок возникают трудности. Но, в целом, экспоненты настроены на позитив, застраивают эксклюзивные экспозиции, инициируют проведение деловых мероприятий. Уверен, что совместными усилиями мы преодолеем сложности, выйдем на новый рубеж. Хороший знак: наступивший год мы начали новым проектом – в начале февраля в Казани состоялась первая специализированная выставка рекламных технологий и Фестиваль рекламного кино «MAC-2011».

Станислав Поважный («Эксподизайн»): Начало года для нас – традиционно самый напряженный период: в феврале проходят крупнейшие наши выставки «Охота и рыболовство на Руси» и «ДОМЭКСПО». Настроение у наших экспонентов рабочее. Стараемся закрепить позитивные тенденции, достигнутые в 2010 году.

Лев Агеев: («Мордовэкспоцентр»): В план на 2011 год мы включили новые выставочные проекты: Православная выставка-ярмарка «Крещенские морозы», Межрегиональные специализированные выставки: «Образование и карьера», «Ярмарка недвижимости в Мордовии», «Мордовия инновационная». В начале 2011 года мы организовали экспозицию ОАО «МордовспиртЪ» на «Продэкспо-2011» в Москве, тогда как в 2010 году эта компания не смогла принять участие в данной выставке.

В конце прошлого и начале нынешнего года отмечается рост количества экспонентов. Но есть и другая тенденция: в период кризиса в 2009 – 2010 годах многие экспоненты сократили площадь своих экспозиций и пока не собираются ее увеличивать.

Наталья Бессонова («УНИВЕРСАЛЬНЫЕ ВЫСТАВКИ»): Начало 2011 года свидетельствует об увеличении активности наших экспонентов, которые уже сегодня строят планы до конца года, откликаются не только на завоевавшие имя и проверенные проекты, но и поддерживают совершенно новые перспективные направления.

Альбина Бунева («КУЗБАССКАЯ ЯРМАРКА»): Наша традиционная международная специализированная выставка «Уголь России и Майнинг», которая как обычно пройдет в июне, уже сформирована.

Нет сомнения, сейчас трудное время. Но мы ощущаем, что рынок постепенно оживает, наблюдаются позитивные изменения. Особенно это проявляется в активности экспонентов, в частности тех, которые являются «новичками». Для того, чтобы компаниям стать успешнее, безусловно, необходимо кооперироваться и перестраивать свою работу под новые экономические условия.

В свою очередь, «Кузбасская ярмарка» находит новые формы и методы работы с экспонентами. Мы пополнили наш выставочный календарь новыми проектами, тематика которых актуальна для Кузбасса и Кемеровской области: «Охрана, безопасность труда и жизнедеятельности», «Ипотека», «Свадебный мир. Выпускной бал», «Дети. Спорт. Здоровье», «Кузбасс туристический», «Малозэтажное домостроение».

Илья Бельтюков («ВЕТА»): Мы постоянно стараемся повышать эффективность выставок, учитывая при этом мнения наших экспонентов. Проводим опросы, интервью, предлагаем им заполнить достаточно внушительную анкету. Предста-

вители компаний рассказывают о том, что повлияло на принятие решения об участии, основных целях своей работы на выставке, об удовлетворенности составом экспонентов и интересом к экспозиции со стороны посетителей-специалистов и потенциальных клиентов. Отдельно уточняем планы на участие в следующих мероприятиях, интересуемся оценкой набора и качества предоставляемых услуг, в том числе – общей организации, рекламной кампании, организации конференций и семинаров, системой коммуникаций и связи, питания и пр.

Применение программы «Профессиональный посетитель» помогло качественно улучшить состав посетителей выставок.

Считаю, что на сегодняшний день актуальны образовательные программы для экспонентов, которые позволят понять возможности выставочных и конгрессных мероприятий и необходимость участия в них. Более 60% экспонентов становятся постоянными участниками наших выставочных проектов, что дает нам возможность совершенствовать деловые мероприятия. Во время проведения того или иного мероприятия в Воронеж съезжаются представители крупных фирм из разных городов России и зарубежья. И это играет большую роль в развитии города и области.

Виктор Подобед (ПЕНЗЕНСКАЯ ТПП): Мы надеемся, что все намеченные выставки на 2011 год состоятся. Влияние повышения налогов на возможность участия предприятий малого бизнеса в выставочных мероприятиях мы сможем проанализировать после проведения межрегиональной выставки «Прод-Маркет» 16-18 марта 2011 года

Игорь Кирсанов («ВО«РЕСТЭК»): Сейчас можно говорить о постепенном восстановлении выставочного рынка, что связано с оптимизмом в отношении развития экономики в целом. Восстановление уровня 2008 года в выставочной отрасли еще не произошло, но, по мнению экспертов, это произойдет к 2012 году, и в дальнейшем рост составит в среднем 10% в год.

Сергей Цой (ITE-Сибирская ярмарка): Формирование календаря выставок начинается примерно за полтора-два года, до начала нового выставочного сезона, а процесс формирования самих выставок – это постоянный непрерывный процесс. ITE Сибирская ярмарка год начала самым крупным и авторитетным проектом – выставкой СтройСиб. Настроение у экспонентов «деловое», большинство отмечают положительную динамику относительно последних двух лет. Выросло количество экспонентов и улучшился качественный состав посетителей. С 2011 года для выставки СтройСиб введена тотальная регистрация посетителей, что обеспечивает экспонентам исключительно профессионального посетителя, т.е. потенциального клиента. Безусловно кризис внес свои коррективы, на сегодняшний день более 50 % компаний – новые участники выставки, ранее в ней никогда не принимавшие участия, при этом многими экспонентами представлена продукция, аналогичная импортной, произведенная в России.

ГЛАВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА

3 Какие события и тенденции отечественного выставочного рынка в 2010 году Вы бы выделили как определяющие и почему?

КОНСОЛИДАЦИЯ ИЛИ УСИЛЕНИЕ МОНОПОЛИЗМА?

В 2010 году компания ITE Group Plc сделала несколько серьезных приобретений, последним из которых стала покупка компании «МВК» и ее выставок за 33 миллиона евро. Закономерно, что именно эти события многие участники обсуждения считают ключевыми.

Оценки не всегда однозначны.

Александр Шталенков (ITE LLC Moscow): Безусловно, стоит отметить такую важную тенденцию, как консолидация выставочного рынка. В 2010 году компания ITE осуществила ряд глобальных приобретений, изменивших расстановку сил на российском выставочном рынке. В марте в состав группы компаний ITE вошла компания «Глобал Экспо» с выставками «Мясная индустрия», «Молочная индустрия» и CityBuild.

В декабре мы приобрели ЗАО «МВК». В результате данной сделки – самой крупной на выставочном рынке России за последние десятилетия – доля нашей компании выросла почти до 20%. В портфель мероприятий компании ITE вошли такие известные международные отраслевые выставки, как «Евроэкспомобель», «Интеркомплект», «Росупак», «Деревянное домостроение», Woodex и другие. С новыми выставками программа компании ITE вырастет в 1,5 раза по площади и в 2 раза по числу мероприятий.

Приобретение ЗАО «МВК» – это очередная сделка, совершенная в рамках реализации стратегии группы компаний ITE по развитию своего бизнеса, которое идет по трем основным направлениям: развитие собственных выставок, запуск новых проектов, покупка выставок у других организаторов.

На наш взгляд, консолидация – на пользу выставочному рынку. Мы планируем развивать приобретенные проекты в соответствии с международными стандартами выставочного бизнеса, используя современные технологии и богатый опыт компании ITE в организации профессиональных деловых мероприятий.

Сергей Цой (ITE-«Сибирская ярмарка»): Очень значимым, на мой взгляд, является приобретение компанией ITE выставок MVK и других выставочных операторов. Таким образом, складывается тенденция, когда непосредственно в Москве будут проходить крупнейшие выставки, не будет их дробления и растаскивания экспонентов на аналогичные выставки.

Оксана Куц («ЭКСПОЦЕНТР»): Оглядываясь на 2010 год и выделяя для себя основные события и тенденции прошедшего года, наверное, следует особо отметить четко сформировавшийся тренд по укреплению позиций зарубежных выставочных компаний на российском выставочном рынке.

Так, недавняя сделка по приобретению «МВК» английской компанией ITE Group Plc. свидетельствует об очередном этапе передела российского выставочного рынка в пользу иностранного капитала. Это несколько меняет конфигурацию российского, а точнее московского выставочного рынка.

Но говорить об «экспансии» наверное, было бы не правильно. Эта сделка, как и предыдущие, – пример обычного корпоративного менеджмента по купле-продаже привлекательных активов. В последнем случае, в период кризиса. То же относится и к процессу слияний и поглощений – весьма распространенной международной практике.

Во многих отраслях российской экономики (включая строительную, пищевую, машиностроительную, металлургическую отрасли) давно господствуют иностранные и смешанные компании. Это способствует получению доступа к современным технологиям и технике, распространению передовых методов организации труда, созданию нового продукта и, в целом, – росту отраслевой эффективности.

В отличие от многих других отраслей и сфер услуг российский выставочный бизнес вполне конкурентоспособен. Подтверждение тому – многие российские бренды котируются за рубежом. Что касается дальнейшего продвижения иностранного капитала на рынки России, то здесь мы не видим угрозы для национальной экономики. Однако, до тех пор, пока иностранные бренды не станут слабее российских.

Считаем, также, что если бы органы власти уделяли больше внимания выставочному бизнесу (как во многих других странах) проблема бы иностранной экспансии на рынке России не стояла.

Лев Семенов («Казанская ярмарка»): К значимым событиям, произошедшим в 2010 году, можно отнести новые сделки организатора международных специализированных выставок ITE Group Plc с российскими выставочными компаниями.

Нельзя обойти вниманием и возникшее партнерство ОАО «Ленэкспо» с ЗАО «Экспофорум». Это открывает новые перспективы и предполагает создание инфраструктуры, соответствующей мировым выставочным комплексам.

Андрей Курилов («КРАСНОДАРЭКСПО»): Я бы выделил несколько значимых событий. Это – смена владельцев «Ленэкспо», приобретение компанией ITE нескольких российских выставок, а также выставочной компании MVK; эти сделки по поглощению – доказательство того, что тенденции консолидации российского выставочного рынка усиливаются. По сути мы являемся свидетелями смены лидера на рынке, ведь сегодня появилась самая крупная по объемам продаж и по количеству выставок компания.

РАЗВИТИЕ МАТЕРИАЛЬНОЙ БАЗЫ В РЕГИОНАХ

Андрей Курилов («КРАСНОДАРЭКСПО»): Важным событием я считаю также начало строительства выставочного центра в Екатеринбурге за счёт бюджетных средств и строительство нового ВЦ частными инвесторами в Новосибирске. Появление новых объектов выставочной инфраструктуры – всегда событие на российском рынке и не может остаться незамеченным.

Сергей Цой (ITE-«Сибирская ярмарка»): Мы уже начали анонсировать планы нашей компании по переходу в новый выставочный центр, который станет крупнейшим за Уралом, отвечающим всем современным требованиям экспо-бизнеса и мировым стандартам качества.

Такая же ситуация и в Екатеринбурге. На следующий год в России экспобизнес будет сфокусирован естественно в Москве, Санкт-Петербурге и среди регионов в крупнейших городах России – Новосибирске, Екатеринбурге и Краснодаре.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СОБЫТИЯ

Андрей Курилов («КРАСНОДАРЭКСПО»): Из профессиональных событий стоит ещё отметить переизбрание С.П. Алексеева на посту президента РСВЯ. Это, конечно, добавляет ощущения стабильности профессиональному сообществу. На мой взгляд, это очень важно.

Вера Ермилова («Дальэкспоцентр»): Я считаю, декабрьское отчетно-выборочное собрание РСВЯ можно назвать переломным. Именно на декабрьском общем собрании РСВЯ обсуждались вопросы развития выставочной отрасли и её влияния на развитие экономики страны и регионов, более конструктивного взаимодействия выставочного бизнеса с властью.

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА УСЛУГ И ИННОВАЦИОННОЕ НАПОЛНЕНИЕ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Оксана Куц («Экспоцентр»): Главным достижением прошедшего кризисного периода мы считаем тренд инновационного наполнения выставочной деятельности, как залог успешного развития отрасли. Рассчитываем, что в наступившем году работа в этом направлении продолжится. И не столько в силу политической конъюнктуры, сколько из-за прямой зависимости выставочной деятельности от состояния отечественной экономики, для которой динамичное инновационное развитие является единственной альтернативой превращению в сырьевой придаток развитых экономик.

В условиях, когда 13,5% основных фондов промышленных предприятий полностью изношены, замыкать инновационную проблематику для выставочников только на узком спектре 2-3 инновационных форумов и выставок IT, как предлагали некоторые, было неправильно. Мы поставили перед собой задачу – преобразовать все наши выставки в эффективный инструмент инноваций, который будет востребован отечественными компаниями, работающими в реальном секторе экономики и их зарубежными партнёрами, участвующими в наших выставках. Работая над этим вопросом, мы прежде всего постарались определить – а какие составляющие делают выставку инновационной? Этому способствовала совместная работа специалистов Экспоцентра, Рестэка, представителей других выставочных компаний в составе рабочей группы ТПП РФ по разработке критериев инновационности выставки. В результате острых дискуссий, сотрудничества со специалистами, профессионально занимающимися развитием инновационной деятельности, разработано положение об инновационных выставках, оно утверждено Комитетом ТПП РФ по выставочно-ярмарочной деятельности.

Лев Агеев («МОРДОВЭКСПОЦЕНТР»): Определяющие тенденции выставочного рынка в 2010 году можно связать с развитием в России отраслей: «Инновации и нанотехнологии», «Энергоресурсосбережение»

Виктор Петров (КИЦ «Лигас»): Участники выставочных мероприятий становятся более требовательными к качеству выставочных услуг.

Тарас Ярош («Сочи-Экспо»): Что касается тенденций, то многие выставочные компании стали все чаще и чаще предлагать потенциальному экспоненту формат конгрессно-выставочного мероприятия и это правильно, так как в настоящий момент не достаточно только экспонирования продукции, необходим момент делового общения в рамках специальных мероприятий.

Наталья Бессонова («УНИВЕРСАЛЬНЫЕ ВЫСТАВКИ»): В 2010 году на рынке выставочного бизнеса произошел качественный скачок. Экономическая ситуация вынудила организаторов выставок пересмотреть свое отношение к проводимым мероприятиям и заставила еще более повысить качество и количество выставочных услуг для экспонентов. В свою очередь, это привело к перераспределению участников на рынке выставочных услуг. Слабейшие «сошли с дистанции».

Илья Бельтюков («ВЕТА»): Динамика развития выставочного бизнеса в настоящее время свидетельствует о переходе количественных изменений в качественные. Изменения претерпевает сама философия формирования выставочных проектов, которые сегодня не ограничиваются только экспозиционной составляющей, преобразуясь в Форумы и отраслевые Недели.

Игорь Кирсанов («ВО «РЕСТЭК»): Ключевыми трендами на выставочно-конгрессном рынке, по мнению большинства экспертов, в 2010 г. и в ближайшие годы являются:

- гибкая ценовая политика;
- продуманность стратегий продвижения, усиление альтернативных способов рекламы;
- нестандартность в разработке программ привлечения специалистов;
- привлечение гостевых мероприятий, изменение мест проведения выставок;
- совместная организация выставок несколькими операторами, сотрудничество с местными организаторами;
- усиление значимости околотоварных мероприятий, диверсификация;
- в среднесрочной перспективе определенное переформатирование выставочных мероприятий, уменьшение масштаба мероприятий и их регионализация;
- поиск новых тем под новые рынки.

СОЗДАНИЕ ЭКСПЕРТНОГО СОВЕТА ПО ВОПРОСАМ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРИ КОМИТЕТЕ ПО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКЕ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ Р.

Тарас Ярош («Сочи-Экспо»): Что касается событий, то стоит, наверное, сказать о создании Экспертного совета по вопросам выставочно-ярмарочной деятельности при Комитете по экономической политике и предпринимательству Государственной Думы Федерального Собрания РФ. Как минимум, это позволит вести более четкую, планомерную, продуктивную работу по совместному решению существующих проблем выставочной отрасли. Это событие заметили не многие.

УЧАСТИЕ РОССИИ ВО ВСЕМИРНОЙ ВЫСТАВКЕ «ЭКСПО-2010» В ШАНХАЕ

Станислав Поважный («Эксподизайн») считает значимым событием на выставочном рынке страны участие России в «ЭКСПО-2010». Итоги этой работы он оценивает положительно, ведь павильон России стал одним из самых оригинальных и посещаемых.

Нет сомнений, общие итоги опроса отличаются оптимизмом, пусть пока и умеренным. Руководители компаний считают, что отрасль если еще не вышла, то выходит из кризиса, и говорят они это не теоретически, а опираясь на свой собственный и абсолютно конкретный опыт продаж. А значит, выставочный бизнес действительно на подъеме.

От редакции: Мы попросили прокомментировать ситуацию, сложившуюся в выставочной отрасли в России и в мире, Хуберта Деммлера, генерального директора компании «Профессиональные выставки», много лет живущего в нашей стране и представляющего интересы ведущих компаний-организаторов выставок Германии.

Хуберт ДЕММЛЕР: Мое мнение – выставочная отрасль постепенно выходит из кризисного положения, однако темп и объемы этого процесса в России и в Германии сильно отличаются.

В Германии, в частности, в Нюрнберге и Штутгарте, многие выставки 2010–2011 годов вышли на предкризисный уровень (или даже стали лучше – стало больше участников и посетителей). В основном это связано с тем, что речь идет об узкоспециализированных и относительно молодых инновационных проектах, таких как POWTECH (технологии и измерительное оборудование механической обработки), SENSOR+TEST (датчики, измерительные и тестовые технологии), embedded world. и т.д.

Выставочный бизнес в России в конце прошлого – начале этого года также выходит из кризиса, но этот процесс не такой однозначный. Лидеры рынка чувствуют себя все лучше и лучше. Однако средние и мелкие выставки будут еще долгое время испытывать трудности, поскольку в результате кризисных явлений часть их экспонентов переориентировалась на крупные выставки, и теперь участвуют только в них.

Таким образом, наблюдается явная тенденция централизации капитала и выставочного бизнеса, и процесс этот идет очень быстрыми темпами. В определенных случаях можно говорить о монополизации отдельных выставочных направлений конкретными игроками рынка, и в этом нет ничего хорошего, ни для выставочников, ни для экономики России в целом.

Другое явление рынка – очень слабое развитие региональных выставок. Практически все проекты носят местный, а не международный характер. При этом многие из них имеют достаточный потенциал, чтобы стать событиями международного значения, как например, выставка судостроения в Санкт-Петербурге. Уверен, что российские выставки на Дальнем Востоке должны стать центром регионального международного развития, объединяющего Россию, Японию, Корею и Китай. Сегодня об этом и речи не идет.



Хуберт ДЕММЛЕР