

Выставочная индустрия 2009. Как мы пережили кризис?



С.П. АЛЕКСЕЕВ
президент Российского Союза выставок и ярмарок, генеральный директор ОАО «Ленэкспо»

Позади 2009 выставочный год, оказавшийся достаточно напряженным для российской выставочной индустрии.

С первых дней экономического кризиса прогнозы выставочников по развитию рынка выставочных услуг были далеки от оптимизма, а будущее выглядело довольно неопределенным. Причины были «налицо» – падение спроса на площади, снижение активности участия, государственных субсидий, отмена выставок и конгрессов. Всем стало понятно, что придется приложить немало усилий, чтобы остаться на рынке конкурентоспособными. Сложившееся в выставочном бизнесе положение обсуждалось на Общих собраниях, на заседаниях Президиума РСВЯ, «круглых столах». Для минимизации потерь требовались новые идеи и подходы, отказ от стереотипного мышления, активизация творческого потенциала выставочников.

Считаю, что Российский союз выставок и ярмарок принял тогда верное решение – проводить ежеквартальный мониторинг деятельности членов Союза, позволяющий отслеживать тенденции рынка в реальном масштабе времени и своевременно информировать о них членов Союза.

Нам важно было понять, что будет происходить на рынке, как он может реально измениться за год, как строить свой бизнес, как не только выстоять в новых экономических условиях, но и использовать кризис для развития бизнеса. Работа в этом направлении зависела от активности членов Союза, базировалась на систематизации и оперативном анализе поступающей от выставочников информации.

Совместными усилиями на протяжении года мы держали «руку на пульсе» выставочно-ярмарочной деятельности,

соизмеряли его с ситуацией в мировом выставочном движении, используя для этих целей программу «кризис-барометр» UFI – Всемирной ассоциации выставочной индустрии.

Сегодня можно с уверенностью сказать, что и в тактическом, и в стратегическом плане мониторинг как антикризисное направление работы РСВЯ полностью оправдал наши ожидания, стал реальным барометром состояния выставочно-ярмарочной деятельности членов Союза в прошедшем году.

Для того чтобы дать членам Союза возможность оперативного общения по теме кризиса, одновременно с мониторингом на сайте РСВЯ были запущены форумы, где и сегодня каждый член Союза может высказать свою точку зрения и обсудить ту или иную волнующую его проблему.

Кроме того аудиторской компанией «РуссКом Ай-Ти Системс» в выставочной сфере внедряется система «антикризисного» аудита для определения байерского потенциала выставок, ориентированная на привлечение экспонентов к участию. Суть ее в четких аргументах того, что участие в выставке окупится, принесет больший по сравнению с затраченными средствами доход, а также что доходность выставок выше, чем у альтернативных маркетинговых каналов.

Как же мы пережили кризис?

Главное заключается в том, что экономический кризис не привел к критической ситуации в выставочной отрасли. С потерями, но выставочно-ярмарочная деятельность в 2009 году выстояла.

Результатом негативного влияния кризиса стал ощутимый спад ключевых показателей выставочно-ярмарочной деятельности членов РСВЯ.

Боле чем на треть сократилась площадь выставок, практически на 11% сократилось число экспонентов, почти на 40% – посетителей.

Ощутимые потери понесли специализированные выставки. Лишь у 10 из 25 отраслевых тематик отмечен некоторый рост площади нетто и/или участия.

Мебельные и автомобильные выставки, выставочные проекты по темам «металлургия», «нефть и газ», «деревообработка» и «электроника и электротехника» потеряли за год от 40% до почти 70% площади нетто. Эти же тематики характеризуются и наибольшим спадом общего числа экспонентов за год (в пределах 35%-47%). Площадь нетто строительных выставок упала более чем на треть, участие – более чем на 20%. На четверть снизилась площадь нетто медицинских выставок. Продуктовые выставки и IT выставки сократились по площади на 15%, по участию – в пределах 8%–10%.

Наиболее успешно чувствовали себя на рынке агропромышленные, текстиль-

Итоги работы членов РСВЯ в 2009 году:

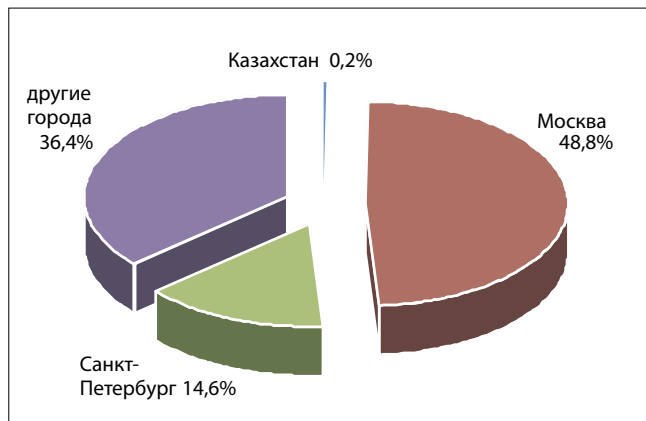
Число проведенных выставок – 1035
 Выставочные площади нетто – 1 449 076 кв. м
 Число экспонентов – 104 963,
 в т.ч. отечественных – 92 057
 иностранных – 12 906
 Число посетителей – более 7 млн
 Число стран-участниц – 109
 Средняя арендованная выставочная площадь, приходящаяся на одного российского экспонента составила 12,2 кв. м (снизилась более чем на четверть); на иностранного – 16,2 кв. м (-15,0%).

ные выставки, проекты по теме «издательство, полиграфия», выставки религиозной направленности. При этом агропромышленные выставки при спаде площади по сравнению с предыдущим периодом и текстильные – при росте площади оказались самыми крупными по метражу и участию.

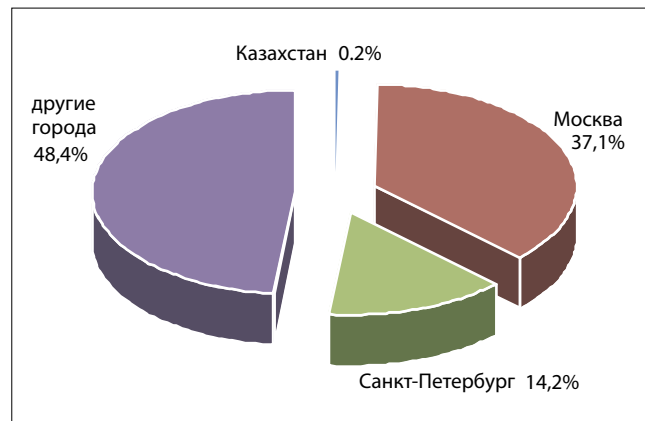
Лидеры РСВЯ по выставочной площади нетто:

Названия выставочных организаций	Кол-во выставок	ВП НЕТТО (кв.м)
«Экспоцентр», ЗАО	34	226 860
«Международная Выставочная Компания», ЗАО	52	119 492
«Ленэкспо», ОАО	32	114 616
«ГАО «Всероссийский выставочный центр», ОАО (ОАО «ГАО ВВЦ»)	30	90 806
«РЕСТЭК» ВО», ЗАО	55	87 717
«РЛП-Ярмарка», ООО	19	68 620
«КраснодарЭКСПО» ВЦ», ООО	15	68 152
«Крокус Интернэшнл», ЗАО	20	67 994
«Текстильэкспо», ЗАО	20	63 890
«Нижегородская ярмарка», Всероссийское ЗАО	33	35 710

Соотношение выставочной площади нетто
(100% – 1 449 076 кв.м)



Соотношение общего числа экспонентов
(100% – 104 963)



У чисто инновационных выставочных проектов на фоне роста площади нетто наблюдалось снижение активности участия и отечественных, и иностранных фирм.

При небольшом росте площади нетто у тематики «химия» отечественное участие сократилось почти на треть.

Выставки по теме «механизмы, станки» по всем ключевым показателям практически сохранили уровень 2008 года.

Рост всех категорий экспонентов отмечен у выставок тематики «энергетика» даже при снижении площади выставок.

Выставки по нефти и газу и по теме «деревообработка» оказались практически провальными по иностранному участию. Спад отечественного и повышение иностранного участия отмечен у горнодобывающих выставок.

Лидерство по участию в российских выставках продолжают сохранять страны Европы, Азии и СНГ. Наибольший интерес к выставкам традиционно проявляют фирмы из Германии, которые приняли участие в 217 выставках, Беларуси (230 выставок), Украины (185 выставок), Италии (135 выставок), Китая (126 выставок). По числу экспонентов опережают других Германия (1669 фирм), Италия

(1656 фирм), Китай (1641 фирма) и Беларусь (1117 фирм).

Ощутимые потери в аренде площадей и числе экспонентов привели к сни-

нальным выставкам и выставки «с международным участием». Доля международных выставок – менее четверти всех выставочных проектов членов Союза.

Отдельные наиболее «раскрученные» брендовые международные проекты пострадали от кризиса в меньшей степени. В их числе выставки разных тематических направлений: «Золотая осень», «Агропродмаш», «Продэкспо», «Мебель». «Текстильлегпром», «ЕвроЭкспоМебель», «Здравоохранение», «Интеравто» в Москве; «Агрорусь», «Интерстройэкспо», «Junwex» в Санкт-Петербурге. Среди региональных выставочных проектов – «ЮГАГРО» и «Южный архитектурно-строительный форум» в Краснодаре, «Уголь России и майнинг» в Новокузнецке, «Россия единая» в Нижнем Новгороде, ряд крупных отраслевых выставок Казани, Перми, Новосибирска.

Москва и Санкт-Петербург по-прежнему продолжают «делать погоду» на российском рынке выставочных услуг – почти две трети площади нетто и более половины всех экспонентов.

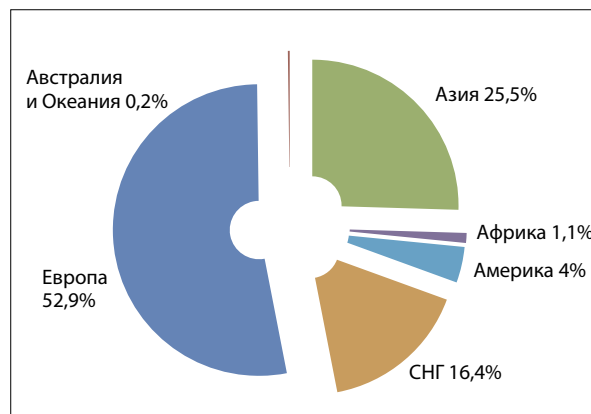
Суммарно площадь нетто выставок Москвы и Санкт-Петербурга, проведенных членами Союза, составила почти 919 тыс. кв. м или 63% от ее общей величины.

Более 84% всех иностранных фирм и почти половина всех российских экспонентов приняли участие в выставках Москвы и Санкт-Петербурга, причем в московских выставках – более трети всех российских экспонентов и почти две трети иностранных.

Ситуация в Москве и Санкт-Петербурге не была одинаковой. Московские выставки 2009 года отличались сокращением площади нетто и участия, питерские – ростом этих показателей, за исключением иностранного участия. Здесь нужно иметь в виду и влияние на показатели периодичность проведения крупных выставочных проектов.

Общая черта рынка выставочных услуг Москвы и Санкт-Петербурга в 2009 году – снижение активности иностранного участия, в том числе в Москве это снижение выражено более сильно, чем в Санкт-Петербурге. Отрицательная тенденция иностранного участия характерна

Соотношение иностранных экспонентов
(100% – 12 906)



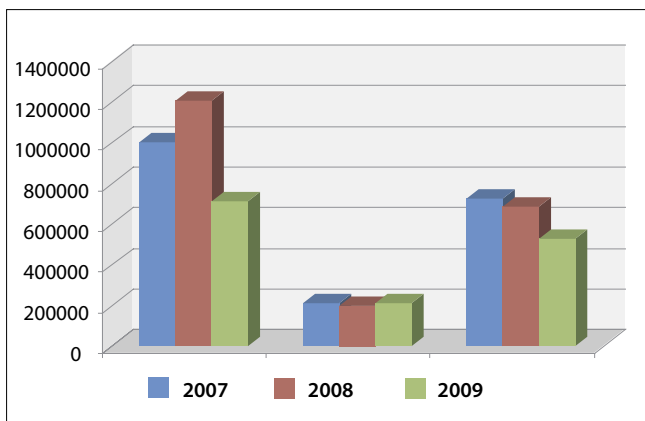
жению годового оборота от выставочной ярмарочной деятельности членов Союза на 14%, суммарно составившего более 12 млрд. руб. И все же этот процент оказался лучше прогнозов большинства организаторов выставок.

В прошедшем году основную долю на рынке выставочных услуг занимали регио-

Лидеры РСВЯ по общему числу экспонентов:

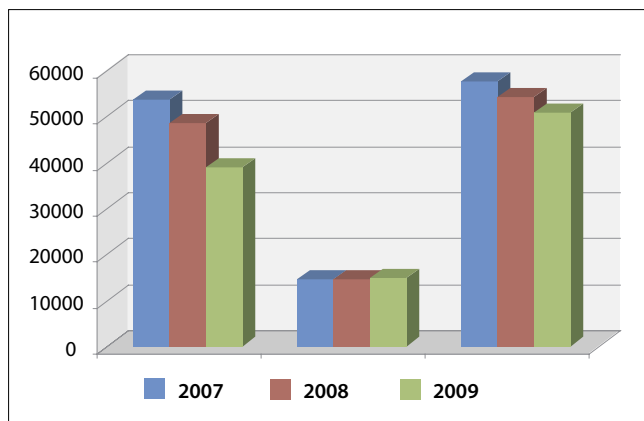
Названия выставочных организаций	Кол-во выставок	ВСЕГО экспонентов
«Экспоцентр», ЗАО	34	10 102
«РЕСТЭК» ВО», ЗАО	55	6 318
«ГАО «Всероссийский выставочный центр», ОАО (ОАО «ГАО ВВЦ»)	30	6 247
«Нижегородская ярмарка», Всероссийское ЗАО	33	5 607
«Международная Выставочная Компания», ЗАО	52	5 168
«РЛП-Ярмарка», ООО	19	4 993
«Ленэкспо», ОАО	32	4 880
«Текстильэкспо», ЗАО	20	4 704
«КраснодарЭКСПО» ВЦ», ООО	15	3 391
«Казанская ярмарка», ОАО	38	3 316

Динамика выставочной площади нетто (кв. м)



Год	Москва	Санкт-Петербург	другие города
2007	998 089	211 086	723 179
2008	1206 667	193 085	682 485
2009	707 655	211 106	527 509

Динамика общего числа экспонентов



Год	Москва	Санкт-Петербург	другие города
2007	53 708	14 487	57 546
2008	48 461	14 613	54 186
2009	38 953	14 911	50 851

для Москвы и Санкт-Петербурга за период 2007-2009 гг.

Впервые за несколько лет площадь нетто выставок Центрального ФО не достигла 1 млн кв. м, составив около 746 тыс. кв. м со снижением почти на 40%. Практически на треть сократилась площадь выставок Приволжского ФО, на четверть – Южного ФО. В Уральском, Сибирском и Дальневосточном ФО снижение площади нетто выставок составило в пределах 15-20%.

В региональных выставках доля экспонентов не превысила половины от общего числа: их – 50 851 фирма. При этом наибольшее снижение участия (-17%) произошло в Северо-Западном ФО, практически равное сокращение участия (-15%) зафиксировано в Центральном и Южном ФО. В Дальневосточном ФО – снизилось практически на 14%. Наименьший спад (-6%) отмечен в Приволжском ФО. В Уральском – число экспонентов за год практически не изменилось. В выставках Сибирского ФО оно увеличилось на 8%.

Кризис не мог не затронуть и конгрессную составляющую деятельности членов Союза. В 2009 году ее объем снизился почти на четверть и составил 4,5 тыс. мероприятий конгрессного типа, в

том числе число самостоятельных мероприятий снизилось практически в 2 раза. Большая же часть мероприятий сопровождала выставочные проекты.

Несколько слов о начале 2010 года. Чтобы быть в курсе текущей ситуации на российском выставочном рынке, иметь возможность своевременно оценивать ее, Исполнительной дирекцией Союза была введена система оперативного информирования по прошедшим в текущем году выставкам сразу после их окончания, что позволяет проводить анализ существующего положения дел за любой промежуток времени.

Предварительный анализ данных за первый квартал 2010 года показал, что выставочная индустрия продолжает ощущать на себе негативное влияние кризиса. По сравнению с аналогичным периодом 2009 года площадь нетто сократилась на 12%, количество экспонентов – на 7% (причем иностранных – на 19%), количество выставок – на 8%. Число посетителей сократилось незначительно.

Вместе с тем при анализе отдельных крупных выставок проявляется разнонаправленная динамика – от существенного снижения площади нетто (на 25-30%), до значительного роста (до 39%). Среди наиболее крупных проектов в первом

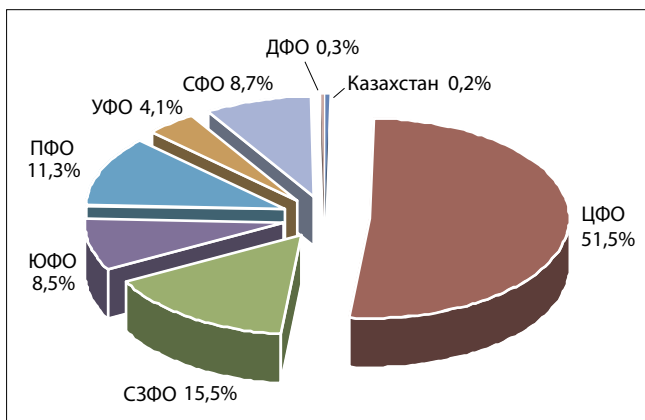
квартале можно выделить: «Продэкспо-2010», «Текстильлегпром», «Московское Боут Шоу», «Охота и рыболовство на Руси», «Южный архитектурно-строительный форум», «Junwex. Петербург».

Суммарное снижение площади нетто по проектам, превышающим 2000 кв. м, составляет 11%.

Приведенные результаты подтверждают, что выставочно-ярмарочная деятельность напрямую связана и адекватно реагирует на положение дел в экономике, и что на выставочном рынке происходят процессы, способные в ближайшем будущем во многом его изменить. Практически рынок – уже в процессе изменений. Мы наблюдаем случаи слияния, продажи выставок, компаний, всего бизнеса, изменение концепций выставочных проектов и выставочных программ. Все это, в принципе, работает на пользу выставочному бизнесу.

Каким станет российский рынок выставочных услуг, напрямую и во многом зависит от самих выставочников-профессионалов. Чтобы остаться на выставочном поле, нужно создавать выставки с высококоразвитой системой услуг, ориентированные на запросы экономики, которые бы стали для предприятий действительно лучшим инструментом маркетинга.

Соотношение выставочной площади нетто по федеральным округам



Соотношение общего числа экспонентов по федеральным округам

